

# SHAPING THE FUTURE OF DIGITAL INDONESIA

Berangkat dari inisiatif pada tahun-tahun sebelumnya,

# **bisnis digital Telkomsel dan diperkaya**

dalam rangka membentuk  
masa depan melalui kolaborasi  
internal, sinergi dan kemitraan  
dalam ekosistem digital  
secara luas.





# semakin diperluas

# 5G



Secara bersamaan, Telkomsel berupaya untuk meningkatkan pengalaman maupun kepuasan pelanggan sebagai faktor penting dalam keberhasilan secara jangka panjang.

(dalam miliar rupiah)

## PENDAPATAN BISNIS DIGITAL

**58.237**

↑ 23,1%

DATA **50.550**

↑ 22,3%

## LAYANAN DIGITAL

**7.687**

↑ 29,0%

(dalam jutaan)

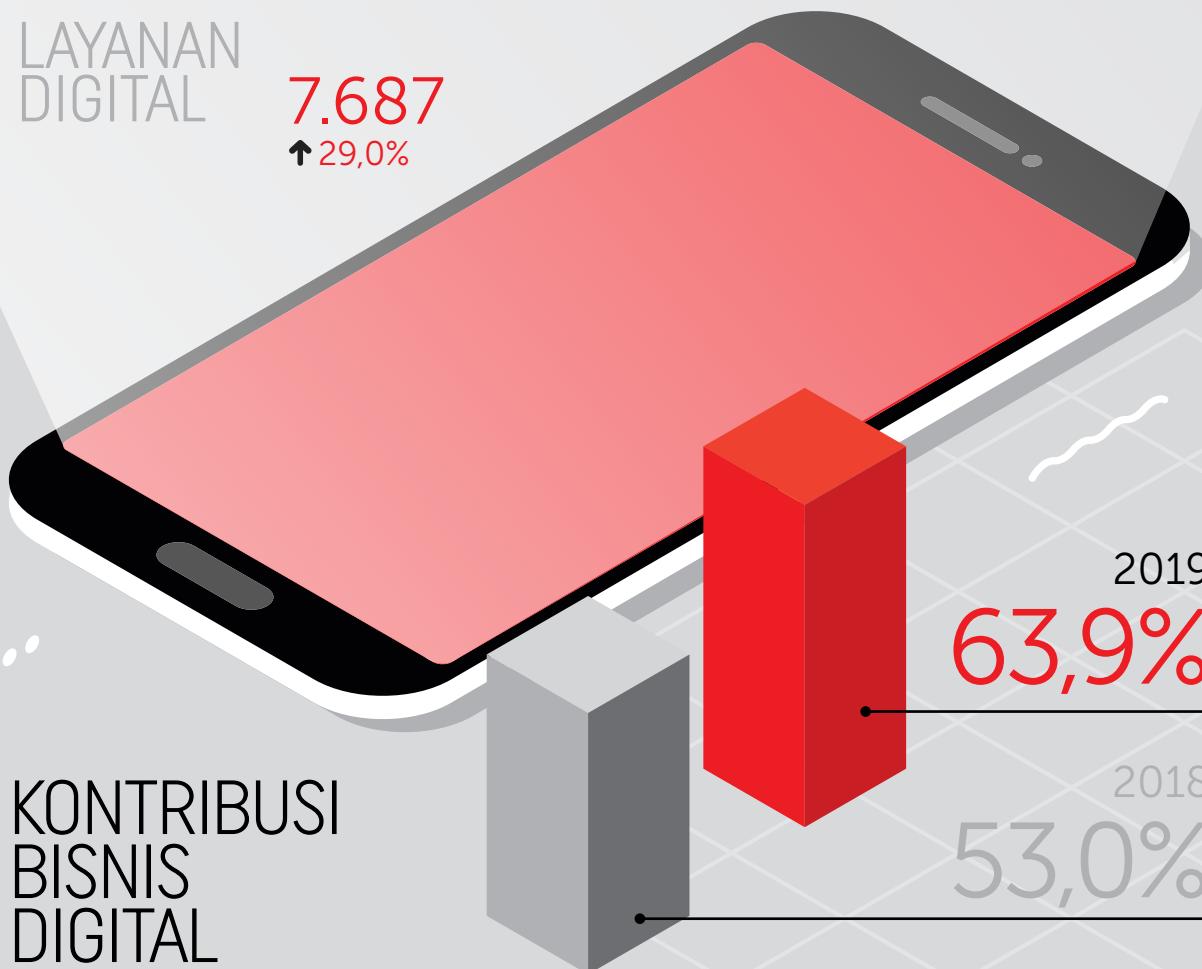
## PENGGUNA DATA

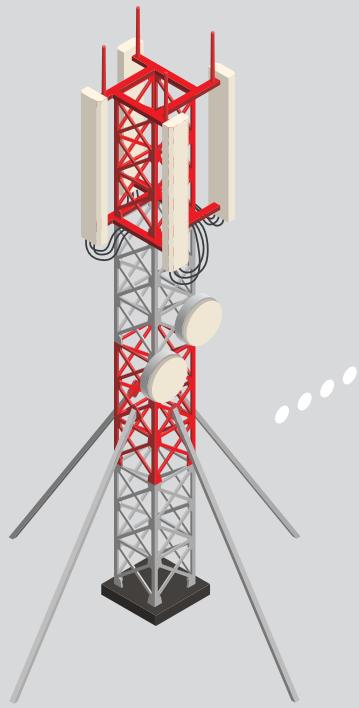
**110,3**

↑ 3,5%

PENGGUNA LTE **88,3**

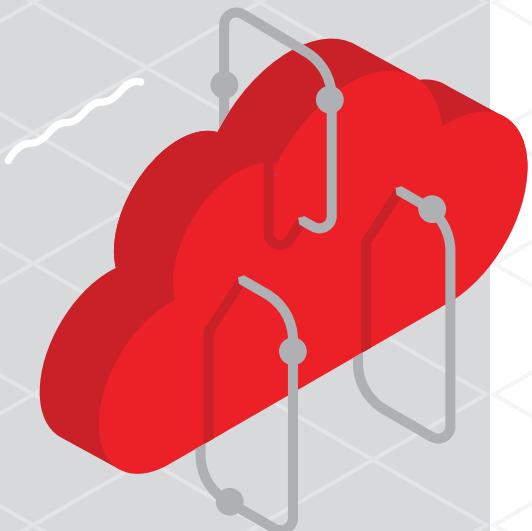
↑ 61,3%





TOTAL BTS  
**212.235**  
↑ 12,2%

BTS 3G/4G  
**161.938**  
↑ 16,7%



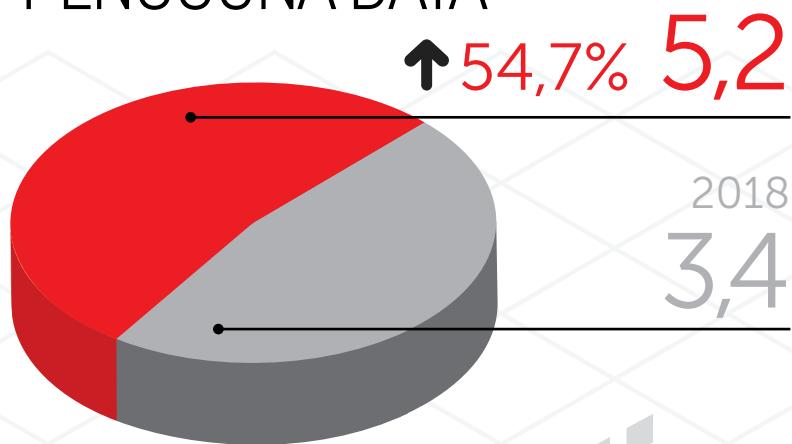
# 2019

## MOMENTUM POSITIF SEMAKIN MENINGKAT

Telkomsel telah berhasil mendorong pertumbuhan dan pendapatan bisnis data dengan didukung oleh produk dan layanan digital yang solid, sebagaimana dilihat dari peningkatan momentum positif sepanjang tahun 2019.

(dalam gigabyte)

### KONSUMSI/ PENGGUNA DATA



(dalam terabyte)

### PAYLOAD

**6.715.227** ↑ 53,6%

# DAFTAR ISI

## Kinerja Tahun Ini

- 6 Kinerja Utama
- 8 Kinerja Keuangan
- 9 Kinerja Operasional
- 10 Kilas Peristiwa 2019
- 18 Penghargaan & Pencapaian
- 23 Sertifikasi ISO

001

## Laporan Manajemen

- 26 Laporan Komisaris Utama
- 30 Dewan Komisaris
- 32 Profil Dewan Komisaris
- 36 Laporan Direktur Utama
- 40 Direksi
- 42 Profil Direksi

002

## Profil Perusahaan

- 52 Sekilas Telkomsel
- 53 Sejarah Kepemilikan Saham
- 54 Struktur Organisasi
- 54 Produk & Layanan Utama
- 56 Jejak Langkah

## Tinjauan Bisnis

- 60 Visi dan Misi
- 61 Sekilas Strategi Korporasi
- 62 Program Transformasi
- 65 Pemasaran
- 72 Layanan Digital
- 83 Penjualan
- 88 Teknologi Informasi
- 92 Jaringan
- 94 Manajemen Modal Manusia
- 100 Sinergi

003

# Tata Kelola Perusahaan

105	Pedoman Tata Laku
105	Rapat Umum Pemegang Saham
105	Independensi Dewan Komisaris dan Direksi
105	Dewan Komisaris
108	Komite-Komite di Bawah Dewan Komisaris
110	Direksi
112	Remunerasi
112	Audit Eksternal
113	<i>Whistleblowing</i>
113	Sekretaris Perusahaan
113	Hubungan Investor
114	Audit Internal
115	Manajemen Risiko Perusahaan
119	Peraturan & Kepatuhan
123	Kasus Hukum

# Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

126	CSR Mendukung Visi dan Misi Perusahaan
126	Objektif CSR Telkomsel
126	CSR dan Keberlanjutan
126	Strategi CSR
126	<i>Education</i>
128	<i>Digital Citizenship</i>
132	<i>Community Empowerment &amp; Well-Being</i>
137	<i>Philanthropy</i>

# Analisis & Pembahasan Manajemen

142	Tinjauan Ekonomi Makro Global dan Indonesia
142	Tinjauan Bisnis dan Prospek Industri
143	Gambaran Umum Kinerja 2019
143	Kinerja Operasional
144	Kinerja Keuangan
150	Pertanggungjawaban Laporan Tahunan 2019

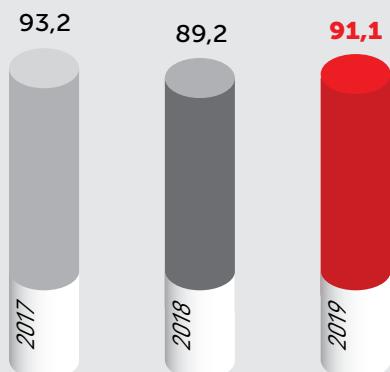
## Informasi Tambahan

153	Daftar Singkatan
154	Daftar GraPARI
170	Data Perusahaan

# KINERJA UTAMA

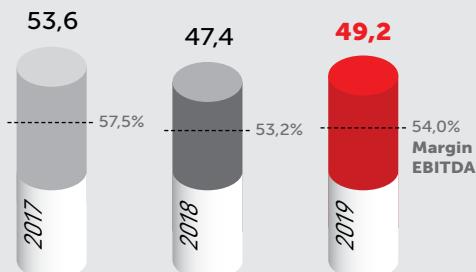
Pendapatan

dalam triliun Rupiah



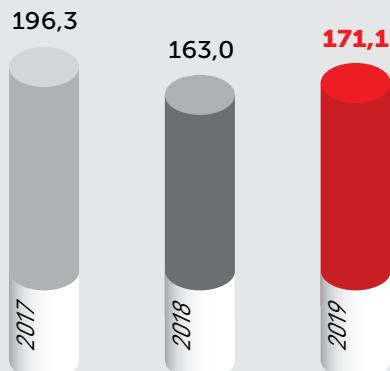
EBITDA & Margin EBITDA

dalam triliun Rupiah



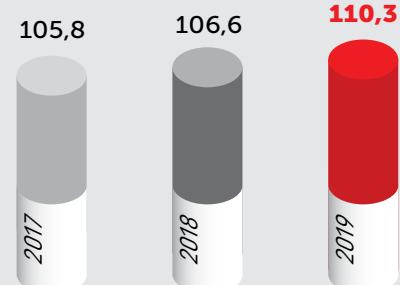
Total Jumlah Pelanggan

dalam jutaan

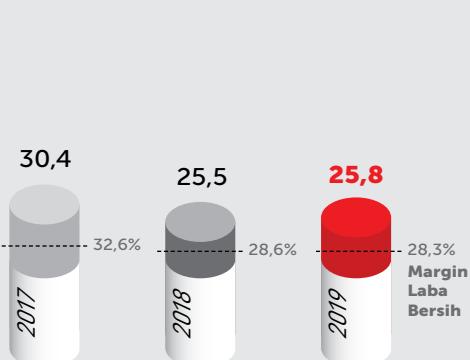


Pengguna Data

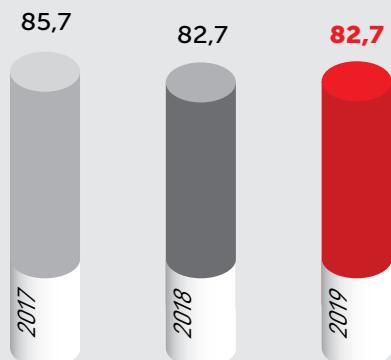
dalam jutaan



**Laba Bersih & Margin  
Laba Bersih**  
dalam triliun Rupiah



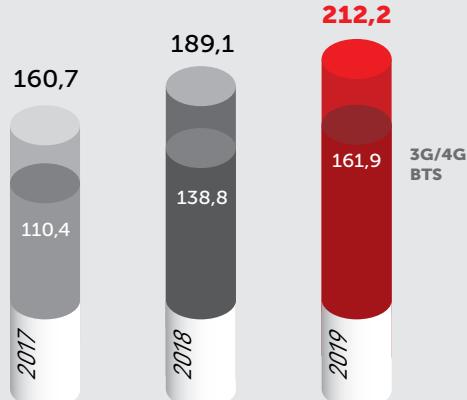
**Total Aset**  
dalam triliun Rupiah



**Total BTS Roll-Out**  
dalam ribuan



**Total BTS On-Air &  
Total 3G/4G BTS**  
dalam ribuan



# KINERJA KEUANGAN

Keterangan (dalam miliar Rupiah)

**2019**

2018

2017

2016

2015

## Neraca Keuangan

Aset Lancar	<b>18.657</b>	16.836	21.098	28.818	25.660
Aset Tetap	<b>55.229</b>	56.899	56.074	54.259	54.112
Aset Tidak Lancar – Lainnya	<b>8.844</b>	8.916	8.576	6.704	4.314
Total Aset	<b>82.730</b>	82.650	85.748	89.781	84.086
Liabilitas Lancar	<b>20.892</b>	20.737	23.031	21.891	20.020
Liabilitas Tidak Lancar	<b>12.629</b>	10.767	8.587	8.520	12.565
Ekuitas	<b>49.209</b>	51.147	54.130	59.370	51.502
Total Liabilitas dan Ekuitas	<b>82.730</b>	82.650	85.748	89.781	84.086

## Laba dan Rugi

Pendapatan	<b>91.088</b>	89.246	93.217	86.725	76.055
Biaya (Termasuk Depresiasi dan Lainnya)	<b>56.134</b>	54.707	53.164	49.502	46.377
EBITDA	<b>49.218</b>	47.439	53.592	49.781	42.602
Laba Bersih	<b>25.799</b>	25.536	30.395	28.195	22.368

## Arus Kas

Arus Kas dari Kegiatan Operasi	<b>41.478</b>	36.910	39.571	42.805	36.359
Arus Kas untuk Kegiatan Investasi	<b>(13.448)</b>	(16.095)	(13.984)	(12.794)	(12.951)
Arus Kas dari (untuk) Kegiatan Pendanaan	<b>439</b>	2.998	(710)	(4.731)	2.077
Dividen Tunai	<b>(26.382)</b>	(27.865)	(34.010)	(19.401)	(21.533)
Kas dan Setara Kas pada Akhir Tahun	<b>8.583</b>	6.497	10.548	19.681	13.802

## Rasio Keuangan

Margin EBITDA <sup>1</sup>	<b>54%</b>	53%	57%	57%	56%
Margin Laba Bersih <sup>2</sup>	<b>28%</b>	29%	33%	33%	29%
Return on Assets <sup>3</sup>	<b>31%</b>	30%	35%	32%	27%
Return on Equity <sup>4</sup>	<b>51%</b>	49%	54%	51%	43%

Catatan:

1. EBITDA dibagi dengan Pendapatan
2. Laba Bersih dibagi dengan Pendapatan
3. Laba Bersih dibagi dengan Total Aset Rata-rata
4. Laba Bersih dibagi dengan Total Ekuitas Rata-rata

# KINERJA OPERASIONAL

	2019	2018	2017	2016	2015
--	------	------	------	------	------

## Jumlah Pelanggan - dalam ribuan

Pascabayar	<b>6.376</b>	5.400	4.739	4.180	3.509
Prabayar	<b>164.729</b>	157.587	191.583	169.740	149.131
Total	<b>171.105</b>	162.988	196.322	173.920	152.641

## Pendukung Bisnis Legacy

Total MoU - dalam miliar menit	<b>179</b>	207	212	232	225
Total SMS - dalam miliar unit	<b>54</b>	77	135	183	219

## Pendukung Bisnis Core

Jumlah Pengguna Layanan Data - dalam ribuan	<b>110.253</b>	106.553	105.808	84.729	73.887
Data Payload - dalam Terabyte	<b>6.715.227</b>	4.373.077	2.168.245	958.733	492.245

## ARPU - dalam ribuan Rupiah

Gabungan	<b>46</b>	41	43	45	43
----------	-----------	----	----	----	----

## Data Jaringan - Unit

Total BTS-2G	<b>50.297</b>	50.310	50.324	50.344	48.394
Total BTS-3G/4G	<b>161.938</b>	138.771	110.381	78.689	54.895
Total BTS	<b>212.235</b>	189.081	160.705	129.033	103.289

## Data Karyawan

Jumlah Karyawan (termasuk anak perusahaan & perusahaan terkait)	<b>5.465</b>	5.535	5.461	5.191	4.902
---	--------------	-------	-------	-------	-------

# KILAS PERISTIWA 2019

## Januari

### MAXSTREAM DAN ASTRO HADIRKAN KONTEN ORISINAL "NAWANGSIH"

Aplikasi video streaming Telkomsel, MAXstream melalui MAXstream Original kembali menghadirkan konten orisinal yaitu serial "Nawangsih" dalam upaya meningkatkan pengalaman penggunanya. MAXstream tidak hanya terus memberikan konten video digital yang berkualitas bagi para penggunanya, tapi juga berupaya untuk mengasah bakat kreatif anak bangsa sekaligus dengan menggunakan platform kami untuk menampilkan karya mereka ke hadapan publik yang lebih luas.



## Februari



### WOW! PEMENANG THE NEXTDEV RAIH PENGHARGAAN DI AJANG MOBILE WORLD CONGRESS 2019

Habibi Garden selaku pemenang program CSR Telkomsel The NextDev 2016 berhasil mendapatkan penghargaan di acara tahunan bergengsi *Mobile World Congress (MWC) 2019*, tepatnya penghargaan *Best 5* di ajang *Global Mobile (GLOMO) Awards 2019* atas kontribusinya dalam memberikan dampak sosial bagi Indonesia melalui bidang pertanian.

**SERU & MENARIKNYA #BHAYPLASTIK DAY DI TSO**  
Telkomsel meluncurkan sebuah kampanye hijau bertajuk *#BhayPlastik Day* tanggal 19 Februari yang diselenggarakan di diorama *Telkomsel Smart Office*. Acara ini tidak hanya bertujuan mengurangi sampah plastik, tapi juga memanggil sejumlah komunitas recycle untuk mengajarkan karyawan bagaimana cara mendaur ulang menjadi produk yang bernilai guna.



## Maret



### SERUNYA HACKATHON DI UNPAD, SEKALIGUS KICK OFF THE NEXTDEV 2019

The Nextdev Telkomsel bersama Universitas Padjadjaran menggelar Hackathon perdana untuk memunculkan inovasi bagi pengembangan mahasiswa dan karier. Acara yang diberi tema *"Respectacular Unpad Hackathon Weekend"* ini digelar selama 22-23 Maret 2019 di Bale Santika, Universitas Padjadjaran, Jatinangor. Pemenang dengan produk digital terbaik, berhak mendapatkan dana bantuan pengembangan aplikasi sebesar Rp100 juta.

## April

### PATRIOT DESA DIGITAL, PROGRAM BIKIN KEREN DESA DARI TELKOMSEL

Telkomsel melalui program Corporate Social Responsibility (CSR) nya bertajuk Patriot Desa Digital, bekerja sama dengan Mobisaria (*rural digital platform*) menginisiasi pembentukan komunitas literasi digital sejalan dengan tujuan program Patriot Desa Digital untuk menciptakan banyak *local hero* sebagai Patriot yang melek teknologi, menciptakan lapangan kerja baru di era digital serta membantu bisnis masyarakat dan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Program ini diluncurkan oleh Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil, Direktur Human Capital Management Telkomsel Irfan A. Tachrir dan CEO Mobisaria Dadang Geminar di Gedung Sate, Bandung tanggal 1 April 2019.



## April

### SEBARKAN KEBAHAGIAAN DI BULAN RAMADHAN

Penyerahan kurma secara simbolik diserahkan oleh Direktur Finance, Heri Supriadi, kepada perwakilan dari 20 Masjid penerima bantuan dalam acara Penyerahan Takjil Kurma Ramadhan di Masjid Tarqiyah Taqwa TSO, Selasa tanggal 30 April 2019.



### Rp500 JUTA UNTUK PARA PEMENANG GRAND FINAL DUNIA GAMES PRO LEAGUE

Platform portal dan media game Telkomsel, Dunia Games, menggelar grand final Dunia Games Pro League (DGPL) pada tanggal 27 April 2019 di Dunia Games eSports Stadium, Jakarta. Turnamen DGPL mempertandingkan game Free Fire dan diikuti oleh dua belas tim profesional terbaik di Indonesia untuk memperebutkan hadiah total senilai lebih dari Rp 500 juta. Turnamen DGPL merupakan rangkaian dari Dunia Games League dan Dunia Games Campus League yang menjadi bagian dari turnamen liga eSports terbesar di Indonesia.

## Mei

### TELKOMSEL BENTUK TMI, ANAK PERUSAHAAN UNTUK MENDUKUNG AKTIVITAS INVESTASI DAN KEMITRAAN STRATEGIS BARU DENGAN STARTUP

Telkomsel mempertegas komitmennya untuk mengakselerasi pembangunan ekosistem digital di Indonesia melalui pendanaan strategis di startup yang berada di tahap pertumbuhan awal (*early-growth stage*), yang dijalankan melalui anak perusahaan baru yang dimiliki oleh Telkomsel bernama Telkomsel Mitra Inovasi (TMI) berkolaborasi dengan MDI Ventures Telkom dan Singtel Innov8, sebuah corporate venture capital (CVC) milik Singtel. TMI diharapkan dapat berperan sebagai sarana untuk mengakses berbagai peluang baru yang menarik di sektor teknologi.



## Juni

### GRAND LAUNCHING LINKAJA, KOLABORASI BUMN UNTUK NEGERI

LinkAja diluncurkan secara resmi tanggal 30 Juni 2019. Bernaung di bawah PT. Fintek Karya Nusantara, LinkAja merupakan hasil kolaborasi sinergi BUMN ‘Dari dan Untuk Indonesia’ dan menjadi satu-satunya fintech yang didukung berbagai bisnis lintas sektor, seperti perbankan, asuransi dan perminyakan. Peresmiannya dilakukan langsung oleh Wakil Presiden RI Jusuf Kalla, Menteri BUMN Rini Soemarno, Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi, Menteri Kominfo Rudiantara, dan Direktur Utama beberapa BUMN.



### MAKNAI USIA 24 DALAM SEMANGAT TRANSFORMASI

Memasuki usia hampir seperempat abad, Telkomsel memaknai usia barunya dengan semangat bertransformasi, menjadikan momentum perayaan ini sebagai titik perubahan dan awal pijak transformasi untuk melangkah Akselerasikan Negeri.

### T-PERPUSTAKAAN DIGITAL GARAPAN TELKOMSEL

Telkomsel perkenalkan T-Perpus kepada pecinta buku di Indonesia pada 29 Juni 2019. T-Perpus adalah perpustakaan digital garapan Telkomsel yang bekerjasama dengan Gramedia. Mengusung tagline “*Knowledge at Your Fingertips*”, T-Perpus akan memudahkanmu untuk mengakses dan membaca buku favorit.

### SIAGA RAFI 2019, JEMPUT IDUL FITRI DENGAN KEBAIKAN KOMUNIKASI

Menjelang Idul Fitri 2019, Telkomsel menyiagakan outlet dan mobile Grapari di 215 rute mudik, termasuk 342 spot wisata, 508 GraPARI Telkomsel Siaga, 493 Mobile GraPARI yang terdiri dari 324 armada mobil dan 169 armada motor, 111 unit layanan *digital self-service MyGraPARI*, 831 kantor pelayanan mitra distributor, dan 3.779 Outlet Siaga untuk memastikan terjaganya kualitas komunikasi dan layanan Telkomsel pada periode ini.



## Juli

### KERENNYA DMOBXLAB, KOLABORASI TELKOMSEL DAN ZTE

Soft launching DMobXLab dilakukan oleh Direktur HCM Irfan A. Tachrir serta perwakilan ZTE di bulan Juli. DMobXLab adalah *innovation lab* persembahan Telkomsel untuk mempercepat realisasi Industry 4.0 sekaligus mendorong kemajuan industri digital di Indonesia.



## September



### TELKOMSEL DUKUNG PELUNCURAN LINKAJA SYARIAH UNTUK PENUHI TREND GAYA HIDUP ISLAMI

Melalui unit bisnis LinkAja, Telkomsel menandatangi kerja sama dengan Komite Nasional Keuangan Syariah (KNKS) untuk meluncurkan LinkAja Syariah, sebuah platform uang digital yang dihadirkan secara akad sesuai prinsip keuangan Islami. Kerjasama tersebut ditandatangani pada acara *Islamic Digital Day* yang diselenggarakan di Financial Club Jakarta pada tanggal 16 September.

## Agustus



### SEBARKAN KEBAHAGIAAN DENGAN BERKURBAN

Dalam momen Hari Raya Idul Adha 10 Dzulhijjah 1440H, keluarga besar Telkomsel kembali menyelenggarakan program berbagi hewan kurban yang telah menjadi agenda rutin Corporate Social Responsibility (CSR), penyerahan bantuan sejumlah 751 ekor hewan kurban, yang terdiri dari 631 ekor kambing/domba dan 120 ekor sapi, dilakukan secara simbolik oleh Direktur Utama, Emma Sri Martini, kepada DKM Masjid Al-Murthado tanggal 9 Augustus. Bantuan di distribusikan ke 505 titik di sekitar kantor pelayanan Telkomsel, lokasi BTS, Asrama Haji, ataupun mitra/lembaga sosial di seluruh Indonesia.



**GOLDEN TICKET 2019 JADI AJANG BERTARUNG PARA JAWARA GAMES TANAH AIR**  
Dunia Games menggelar perhelatan e-games bertajuk Turnamen Grand Final Golden Ticket tanggal 28 September di Jakarta. Sebanyak 12 tim e-sport berlaga di mobile game *Free Fire* ini, sebagai salah satu aplikasi game dengan rating tertinggi di Indonesia. Bermitra dengan Garena, pengembang aplikasi *Free Fire*, perhelatan ini diharapkan dapat mendorong lahirnya para penggiat game yang profesional dan berdaya saing global.

#### TELKOMSEL BAWA KESERUAN MELIMPAH DI FESTIVAL OH MY GIG

Telkomsel mengadakan festival Oh My Gig (OMG) di Senayan Jakarta sebagai bentuk komitmen Telkomsel untuk mendorong gaya hidup digital para pelanggan lewat pengalaman menikmati ragam musik, film, dan mobile games berkualitas. Girlband fenomenal asal Korea Selatan tampil sebagai bintang utama di festival OMG ini yang ditargetkan menarik perhatian generasi muda sebagai segmen yang dibidik Telkomsel.



#### DUNIA GAMES RESMI MERILIS 'LORD OF ESTERA'

Dunia Games, sebagai salah satu layanan Digital Lifestyle Telkomsel, merilis e-game terbarunya yaitu Lord of Estera yang merupakan aplikasi game mobile online bergenre RPG (*role-playing game*) dengan berbagai jenis permainan, karakter & *in-app purchase*. Lord of Estera, yang merupakan game ke dua dari Dunia Games, dapat diunduh melalui Google Play Store (perangkat Android-based) dan App Store (perangkat iOS) yang dapat dinikmati tanpa memerlukan perangkat dengan spesifikasi tinggi.

## Oktobre



**TELKOMSEL LUNCURKAN BY.U, LAYANAN SELULER PRABAYAR DIGITAL END-TO-END PERTAMA DI INDONESIA**  
Telkomsel resmi meluncurkan by.U, layanan seluler prabayar digital pertama di Indonesia yang menyediakan pengalaman digital *end-to-end* untuk seluruh kebutuhan telekomunikasi, mulai dari pemilihan opsi pesan antar, nomor telepon by.U, kuota internet, kuota tambahan (*topping*), hingga pembayaran. by.U dikembangkan khusus untuk segmen Gen Z di Indonesia yang selalu *online* dan mengakomodasinya dengan layanan terpadu berbasis aplikasi digital yang sepenuhnya dapat dikustomisasi.

## November

### TELKOMSEL HADIRKAN BERAGAM KONTEN SPESIAL DI HBO GO MELALUI MAXSTREAM

Telkomsel bekerjasama dengan Warner Media Entertainment menghadirkan HBO Go di one-stop video portal MAXstream, yang resmi diluncurkan pada 15 November di Atrium Senayan City. Kolaborasi tersebut menjadikan Telkomsel sebagai operator seluler pertama yang menghadirkan layanan HBO Go di Indonesia, serta memungkinkan pelanggannya untuk menikmati seluruh koleksi tayangan dan film blockbuster HBO kapan pun, di mana pun, dengan berbagai pilihan paket data khusus.



### SAMBUT NATAL DAN TAHUN BARU, TELKOMSEL PASTIKAN KUALITAS JARINGAN TETAP SUPERIOR

Dalam upaya menjaga kualitas layanan Suara dan Data tetap unggul selama periode Natal 2019 dan Tahun Baru 2020, berbagai kegiatan telah disiapkan oleh Direktorat Network Telkomsel, antara lain menggelar serangkaian *Drive Test & Network Inspection* (DTNI). Tahun ini, DTNI berfokus pada isu Super Crowd dan Jaringan Jalan Tol yang baru diresmikan pemerintah. Tujuannya adalah memastikan bahwa pelanggan Telkomsel dapat menikmati pengalaman yang unggul di sepanjang jalur tol, rest area, dan exit toll, baik pada layanan Suara maupun akses Data.

### TELKOMSEL SUKSES UJI COBA JARINGAN 5G DI BATAM

Telkomsel berhasil mengujicoba jaringan 5G di Batam, Kepulauan Riau, dengan video call perdana menggunakan koneksi 5G yang dilakukan antara pejabat Telkomsel serta Direktur Utama Ericsson Indonesia, Jerry Soper. Adapun uji kecepatan 5G diadakan dengan Oppo Reno 5G yang berlangsung dengan baik. Ke depannya, teknologi 5G diharapkan akan memberikan banyak manfaat untuk perkembangan industri nasional.

## Desember



### LIMA STARTUP TERBAIK INDONESIA PAMER KARYA BRILIAN DI THE NEXTDEV SUMMIT 2019

Ajang pencarian dan pengembangan startup teknologi terbaik Indonesia di bidang *social impact*, The NextDev 2019, menghadirkan lima finalis sebagai startup terbaik, yaitu Benihbaik.com, Binar Academy, Ravenny, Mother & Crowde. Revenry, Mother & Crowde kemudian lolos sebagai juara dengan hadiah dukungan dana pengembangan senilai masing-masing Rp 100 juta, serta kesempatan mendapat pelatihan langsung oleh Huawei Global Training Center di Hangzhou, China.

### DUKUNG GAYA HIDUP DIGITAL UNTUK SEMUA, MAXSTREAM HADIRKAN SERIAL "ISYARAT"

MAXstream kembali hadirkan sebuah tontonan menarik dan inspiratif berjudul "Isyarat", serial drama keluarga yang diangkat dari kisah nyata perjuangan Angkie Yudistia, pendiri sekaligus CEO Thisable Enterprise, perusahaan penyedia sumber daya manusia (SDM) disabilitas profesional yang baru-baru ini juga telah terpilih sebagai Staf Khusus Presiden Joko Widodo masa periode 2019-2024. Seri tersebut menceritakan tentang sosok Angkie yang merupakan seorang tunarungu, namun mampu berprestasi dengan segala kelemahannya sebagai inspirasi bagi masyarakat Indonesia.



# PENGHARGAAN & PENCAPAIAN



WSIS Prizes 2019

Champion of WSIS Prizes 2019 -  
ICT Applications (e-Agriculture)



WSIS Prizes 2019

Champion of WSIS Prizes 2019 -  
ICT Applications (e-Business)

TELKOMSEL  
MERAIH  
SEBANYAK **56**  
**PENGHARGAAN**  
**NASIONAL DAN**  
**INTERNASIONAL**  
**DI TAHUN 2019**  
DALAM BERAGAM  
KATEGORI.

Pencapaian prestisius tersebut mencerminkan komitmen Telkomsel untuk menghadirkan layanan bisnis dan konsumen yang unggul, sembari menjaga citra perusahaan yang baik dan menjalankan tanggung jawab sosial perusahaan.



Frost and Sullivan 2019

Digital Service Provider of  
the Year 2019

Asia's Best Employer Brand

Awards 2019

Asia's Best Employer Brand  
Awards 2019



Telecom Asia Awards 2019  
Most Innovative Approach to  
Mobile Security



Telecom Asia Awards 2019  
Most Innovative Customer  
Service Technology (My  
Telkomsel) - Finalist



Telecom Asia Awards 2019  
Most Innovative IoT Project  
(INTANK) - Finalist





World Branding  
Award 2019  
Brand of the Year 2019

Red Hat APAC Innovation  
Awards 2019  
Digital Transformation



Frost and Sullivan 2019  
Indonesia Mobile Data Service  
Provider of the Year



Frost and Sullivan 2019  
Indonesia Telecom Service  
Provider of the Year



Influential Brand  
Awards 2019  
Top Brand  
Telecommunication



Indonesia Best Brand Awards 2019  
Platinum Winner - Sim Card simPATI/  
Applications (e-Agriculture)

### Citra Perusahaan

Indonesia WOW Brand 2019	Gold Champion - Operator Seluler
PR Indonesia Awards 2019	Platinum Winner - Perusahaan Swasta Non Tbk.
Selular Awards 2019	Excellence in Performance - Irfan A. Tachrir, Director Human Capital Management
Selular Awards 2019	Excellence in Media - Denny Abidin, VP Corporate Communications
Corporate Image Award 2019	Corporate Image Award - Mobile Operator
Indonesia Most Innovative Business Award 2019	Most Innovative Business - Telecommunication
BrandZ Most Valuable Indonesian Brands 2019	Top 3 Most Valuable Indonesian Brands 2019
RRI BUMN Award 2019	Gold Winner in Market Dominance
RRI BUMN Award 2019	Gold Winner in Brand Strength
RRI BUMN Award 2019	Gold Winner in Social Economy Contribution
BUMN Awards 2019	Top 10 Popular SOE Subsidiaries - Telecommunication
PR Indonesia Awards 2019	The Most Popular Leader in Social Media
World Branding Award 2019	Brand of the Year 2019

### Frost and Sullivan 2019

Indonesia Mobile Data Service Provider of the Year
Indonesia Telecom Service Provider of the Year
Top Brand Telecommunication
Telecommunications Provider with the Broadest Network, Highest Quality of Services, and Highest National Telecommunications Taxpayer in 2019

### Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PR Indonesia Awards 2019	Gold Winner - Program CSR Community Based Development Telkomsel "The NextDev"
WSIS Prizes 2019	Champion of WSIS Prizes 2019 - ICT Applications (e-Business)
WSIS Prizes 2019	Champion of WSIS Prizes 2019 - ICT Applications (e-Agriculture)
Selular Awards 2019	Best Social Contribution Program (Baktiku Negeriku)
Indonesia's Corporate Social Initiative Award 2019	Top 5 Social Marketing Program - Patriot Desa Digital

**Digital**

PR Indonesia Awards 2019	Gold Winner - MyTelkomsel Application
--------------------------	---------------------------------------

**Enterprise**

Telecom Asia Awards 2019	Most Innovative Approach to Mobile Security
--------------------------	---

**Media Digital**

Inhouse Magazine Award 2019	The Best of E-Magazine for "POPCORN Telkomsel" - Silver Winner in National Private Company category
-----------------------------	---

**HCM**

Top 100 Asia's Best Employer Brands 2019	Asia's Best Employer Brand in Telecommunication Industry
Indonesia Best Employer Brand Awards 2019	Best Employer Brand Award

**PR Digital**

TOP Digital PR Award 2019	TOP Digital PR Award in SIM Card Provider category
---------------------------	--

**IoT**

Telecom Asia Awards 2019	Most Innovative IoT Project (INTANK) - Finalist
--------------------------	---

**Layanan Digital**

Frost and Sullivan 2019	Digital Service Provider of the Year 2019
Selular Awards 2019	Best Digital Service

**Teknologi Informasi**

Red Hat APAC Innovation Awards 2019	Digital Transformation
Top IT Telco Award 2019	TOP Digital Implementation 2019 on Telecommunication Sector #Level Star 5
Top IT Telco Award 2019	TOP Wireless Internet Provider
Top IT Telco Award 2019	TOP Paket Data 2019
Top IT Telco Award 2019	TOP Leader on Digital Implementation - Emma Sri Martini (CEO)

**E-money**

Infobank Awards 2019	Best Overall Emoney Non Bank for TCASH
Infobank Awards 2019	1 <sup>st</sup> Rank Emoney Non Bank for TCASH

#### Pemasaran

PR Indonesia Awards 2019	Silver Winner - Program Marketing PR Telkomsel "Join The Movement #BhayPlastik"
Infobank-MRI Better Brands Awards 2019	Better Brand Kategori SIM Card Brand <i>simPATI</i>
Infobank-MRI Better Brands Awards 2019	Better Brand Kategori Sim Card Brand Kartu AS
Marketing Award 2019	The Best in Market Driving Company - MAXStream
BUMN Track Awards 2019	The Best Branding Anak Perusahaan BUMN
BUMN Track Awards 2019	The Best Corporate Branding Anak Perusahaan BUMN
BUMN Track Awards 2019	The Best Digital Marketing Anak Perusahaan BUMN
Indonesia Best Brand Awards 2019	Platinum Winner for <i>simPATI</i> in SIMCARD GSM product category

#### Network

Selular Awards 2019	Best 4G Service
Broadband World Forum 2019	Best Wireless Broadband Solution

#### Public Relation

Telkom University Award 2019	1 <sup>st</sup> Best Corporate on Transformation in Communications
PR Indonesia Awards 2019	Gold Winner - Video Profile Telkomsel
PR Indonesia Awards 2019	Gold Winner - Program Corporate PR Telkomsel "Winning Today , Advancing The Nation"
PR Indonesia Awards 2019	Most Popular in Media subcategory Private Company non Tbk.

#### Produk

Telecom Asia Awards 2019	Most Innovative Customer Service Technology (My Telkomsel) - Finalist
Digital Popular Brand Award 2019	Digital Popular Brand Award - Sim Card Pre-paid
Wonderful Indonesia Co-Branding Champion 2019	The Best Creative Product for Inbound Traveler
Indonesia's PR of the Year 2019	The Best Marketing PR Program 2019 - Launching Program by.U

#### TEKNOLOGI INFORMASI

Telkomsel meraih sertifikasi ISO/IEC 27001:2013 dari BSI atas Sistem Keamanan Informasi yang mencakup *Billing, Rating & Charging, Service Management, Order &*

*Fulfilment Management, Customer Management (Prepaid, Postpaid, Customer Data Support), Supply Chain & Resource Management, Sales & Channel Management, Business Intelligence Management,*

*Financial Management, Messaging & Notification Management, Telco Network Infrastructure dan Surrounding Billing Environments.* Hal ini sejalan dengan ISMS/M01 Statement of Applicability v. 10.1

## SERTIFIKASI ISO

### Layanan Pelanggan



#### GraPARI Telkomsel:

- Banda Aceh
- Batam Center
- Batam Penuin
- Belitung
- Bengkulu
- Binjai
- Dumai
- Jambi
- Kisaran
- Kualanamu
- Lampung
- Lhokseumawe
- Lubuk Linggau
- SKA Pekanbaru
- Meulaboh
- Ring Road City Walks Medan
- Muara Bungo
- Padang
- Padang Sidempuan

**K**

Kami berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang paling memuaskan bagi pelanggan sesuai dengan standar internasional ISO 9001:2015 sebagai standar pengelolaan kualitas internasional, menunjukkan bahwa kami telah konsisten menyediakan layanan yang

- Palembang Icon
- Pekanbaru
- Sibolga
- Tanjung Balai Karimun
- Tanjung Pinang
- Tembilahan
- Center Point Medan
- Central Park Jakarta Barat
- Cianjur
- Cibubur
- Cilegon
- Dago Bandung
- Gandaria City Jakarta Selatan
- Wisma Alia
- Karawang
- Serang
- Sukabumi
- Terminal 3 Bandara Soetta
- Tasikmalaya
- Banyuwangi
- Denpasar
- Gresik
- Jember
- Kediri
- Kudus
- Kupang
- Kuta
- Madiun
- Malang
- Mataram
- Pondok Jati
- Probolinggo
- Purwokerto
- Renon
- Ciputra Semarang
- Semarang Pahlawan
- Solo
- Bukit Darmo Surabaya
- Surabaya Pemuda
- Tegal
- TTC HR Muhammad Surabaya
- WTC Surabaya
- Yogyakarta
- Ambon
- Banjarmasin
- Bontang
- Gorontalo
- Jayapura
- Kendari
- Makassar
- Manado
- Manado Town Square
- Manokwari
- Palangkaraya
- Palu
- Pare-Pare
- Pontianak
- Samarinda
- Sudirman Balikpapan
- Tarakan
- Timika

yang diterbitkan pada Juli 2019 dan berlaku hingga 22 September 2022.

Selain itu, Telkomsel juga meraih sertifikasi ISO/IEC 20000-

1:2011 yang mencakup Service Management System yang dikelola Direktorat TI mencakup layanan *Billing, Rating & Charging; layanan Supply Chain & Resource Management*; serta

berkualitas tinggi dengan menjamin kepuasan pelanggan.

Di tahun 2019, kami kembali mempertahankan sertifikasi ISO untuk sebanyak 80 GraPARI sebagai cerminan layanan kami yang unggul.

layanan *Service Management* dari kantor Direktorat TI dan data center yang berlokasi di Jakarta, Tangerang, Surabaya, Kalimantan, Pekanbaru dan Solo.

# 02



A cartoon illustration of a man with brown hair, wearing a blue and red patterned shirt and brown pants, standing next to a large smartphone. He is holding a smaller black phone in his right hand. The smartphone screen displays various social media icons: a red profile icon with a smiley face, a yellow smiley face, three hearts, and a pink speech bubble. A thought bubble above him contains three heart-eyed smiley faces. The background is white with light gray circular shapes.

# LAPORAN MANAJEMEN

# LAPORAN KOMISARIS UTAMA



INDUSTRI TELEKOMUNIKASI INDONESIA MAMPU  
MENCATAT PERTUMBUHAN PADA TAHUN 2019,  
SETELAH PENDAFTARAN KARTU SIM DIWAJIBKAN OLEH  
PEMERINTAH PADA TAHUN SEBELUMNYA.

Ririek  
Adriansyah

## PEMEGANG SAHAM YANG TERHORMAT,

Kondisi perekonomian global masih terlihat labil pada tahun 2019, diwarnai ketidakpastian politik global serta pertumbuhan perdagangan global dan ekonomi yang lemah akibat dari ketegangan perdagangan internasional dan isu geopolitik lainnya. Meluasnya pelemahan ekonomi berdampak pada perekonomian negara-negara maju maupun pada negara berkembang. Menjelang akhir tahun, kebijakan moneter akomodatif dan pelonggaran kebijakan fiskal di beberapa negara telah menopang pertumbuhan, namun belum mampu mendorong ekspansi di tingkat global.

Terlepas dari kondisi ini, Indonesia berhasil mencatat pertumbuhan PDB sebesar 5,02%, cukup stabil dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 5,17%. Selain itu, fundamental makroekonomi terjaga sehat dengan laju inflasi yang terkendali, penguatan nilai tukar rupiah, dan defisit anggaran negara yang masih berada dalam batas toleransi.

Di tengah dinamika ini, industri telekomunikasi Indonesia mampu mencatat pertumbuhan pada tahun 2019, setelah pendaftaran kartu SIM diwajibkan oleh Pemerintah pada tahun sebelumnya. Meskipun pergeseran dari layanan *Legacy* yang memiliki margin lebih tinggi

ke layanan Data ditambah dengan situasi kompetisi yang masih berlanjut menimbulkan tekanan pada harga, namun Telkomsel berhasil meraih kinerja positif di tahun 2019. Pendapatan, EBITDA, Laba Bersih serta Margin EBITDA meningkat dengan didukung oleh berbagai inisiatif strategis untuk mendorong monetisasi Data serta meningkatkan profitabilitas, sementara biaya operasional tetap dijaga melalui inisiatif untuk mengelola biaya dengan efektif.

Telkomsel juga melanjutkan inisiatif-inisiatif transformasi terkait pengembangan Bisnis Digital sebagai mesin pertumbuhan, dalam rangka melanjutkan perjalanan menjadi *Digital Telco Company* serta penyedia layanan *Mobile Digital* terdepan. Dengan demikian, Bisnis Digital mencatat kinerja yang baik sehingga mampu meningkatkan kontribusi terhadap pendapatan total secara signifikan yang didorong oleh pendapatan Data serta Layanan Digital yang meningkat, sejalan dengan inisiatif-inisiatif untuk menguatkan ekosistem digital serta sistem untuk bersaing secara jangka panjang. Hal ini dilakukan melalui beragam program, termasuk penyediaan produk dan layanan yang inovatif.

## PENGAWASAN DAN PENILAIAN KINERJA DIREKSI SEPANJANG 2019

Sejalan dengan tugas dan tanggung jawabnya, Dewan Komisaris melakukan pengawasan manajemen Perusahaan sepanjang tahun dengan mengacu pada strategi bisnis jangka panjang Telkomsel.

Dewan Komisaris berpendapat bahwa Direksi telah mencapai prestasi yang baik dalam mengelola transisi bisnis

## MARGIN EBITDA

**54,0%**

## BTS ON-AIR

**+12,2%**

# PADA TAHUN 2019 TRANSFORMASI INI **DITUANGKAN** **MENJADI BEBERAPA PROGRAM** YANG SECARA KESELURUHAN BERTUJUAN UNTUK MEMBANGUN BISNIS DIGITAL SEMBARI MEMPERTAHANKAN BISNIS LEGACY DAN MEMPERLUAS KONEKTIVITAS BROADBAND.

Legacy ke Digital dan melanjutkan proses transformasi Perusahaan. Selain itu, manajemen berhasil mempertahankan kepemimpinan pasar Telkomsel, dan melanjutkan transformasi Perusahaan sehingga menghasilkan pertumbuhan pada tahun 2019 dengan jumlah pelanggan yang meningkat sebesar 5,0% YoY menjadi 171,1 juta pelanggan.

Telkomsel mampu menutup tahun 2019 dengan Pendapatan, EBITDA serta Laba Bersih yang positif, masing-masing sebesar Rp91,1 triliun (+2,1% YoY), Rp49,2 triliun (+3,7% YoY) dan Rp25,8 triliun (+1,0% YoY), sembari mempertahankan inisiatif *cost leadership* dalam mengelola pengeluaran operasional secara efektif sehingga Margin EBITDA berhasil ditingkatkan menjadi sebesar 54,0% dari 53,2% sebelumnya.

Kinerja positif tersebut didukung oleh inisiatif untuk menjalankan transformasi di Bisnis Digital sebagai mesin penggerak pertumbuhan, sehingga berhasil mencatat pertumbuhan yang cukup besar yaitu 23,1% YoY atau Rp10,9 triliun menjadi Rp58,2 triliun, yang menjadi pertumbuhan tertinggi di industri

jika dihitung dari angka absolut. Kontribusi Bisnis Digital terhadap total Pendapatan juga meningkat cukup besar menjadi 63,9% dari 53,0% di tahun 2018, sejalan dengan pergeseran dari Bisnis Legacy ke Bisnis Digital. Pada saat yang sama, Telkomsel juga mampu meningkatkan Margin EBITDA dibandingkan tahun sebelumnya. Pencapaian segmen Bisnis Digital didukung oleh pendapatan Data dan Layanan Digital yang masing-masing tumbuh sebesar 22,3% YoY dan 29,0% YoY, seiring inisiatif Telkomsel untuk mempercepat pertumbuhan Layanan Digital melalui produk serta layanan utama termasuk *Digital Lifestyle, Mobile Financial Services, Digital Advertising, Digital Mobile Banking* dan *Internet of Things (IoT)*.

Direksi terus berfokus pada pengembangan produk dan layanan Telkomsel di ranah digital melalui berbagai inovasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan maupun bisnis Telkomsel ke depan.

Inovasi tersebut didukung oleh peningkatan jaringan untuk menyajikan pengalaman terbaik, dengan jumlah BTS on-air yang

meningkat sebesar 12,2% menjadi 212.235 BTS yang sebagian besar atau sekitar 76% adalah BTS 3G/4G. Telkomsel juga telah sukses melaksanakan uji coba teknologi 5G sebagai bagian dari inovasi selama tahun berjalan.

Secara paralel, Direksi juga terus mempertahankan pengembangan sumber daya manusia yang berkelanjutan serta standar tata kelola perusahaan yang baik, dimana keduanya memiliki peranan penting dalam memastikan kelangsungan dan keberlanjutan bisnis.

## PENDAPAT MENGENAI PROSPEK BISNIS - MEMBENTUK MASA DEPAN DIGITAL INDONESIA

Sejak 2012, seluruh bisnis dan organisasi Telkomsel telah mengalami transformasi yang berkelanjutan. Dengan mengacu pada Rencana Strategis Korporat, pada tahun 2019 transformasi ini dituangkan menjadi beberapa program yang secara keseluruhan bertujuan untuk membangun Bisnis Digital sembari mempertahankan

bisnis *Legacy* dan memperluas koneksi *broadband*. Program-program tersebut berhasil dirampungkan pada tahun 2019 sesuai target sehingga memberikan kontribusi positif terhadap kinerja Telkomsel selama tahun berjalan.

Secara umum, Dewan Komisaris berpendapat bahwa Telkomsel telah meraih kemajuan yang berarti dengan beralih dari pola pendekatan yang berfokus pada produk (*product-centric*) serta jaringan (*network-centric*) menjadi pendekatan yang berfokus pada pelanggan (*customer-centric*). Pola pendekatan yang baru ini didukung oleh inovasi yang berkelanjutan serta perluasan jaringan dan ekosistem maupun kolaborasi penting dengan berbagai mitra, sehingga mampu mendukung posisi Telkomsel sebagai perusahaan terdepan di lanskap digital yang baru, juga mendukung peranan aktif Telkomsel dalam membentuk masa depan Indonesia menjadi negara digital.

## TATA KELOLA PERUSAHAAN

Tata kelola perusahaan yang baik merupakan prioritas penting bagi Perusahaan. Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk mengawasi pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik, juga untuk menasihati dan mengawasi kinerja Direksi melalui rapat, laporan, dan pembahasan berkala.

Dalam menjalankan tugas-tugas tersebut, Dewan Komisaris dibantu oleh berbagai komite. Komite-

komite yang melapor kepada Dewan Komisaris ini terdiri dari Komite Audit, Komite Remunerasi, dan Komite *Capital Expenditure, Financing & Management Process (CFMP)*. Komite-komite tersebut bekerja sama untuk membantu dalam pengawasan aspek-aspek penting terkait tata kelola perusahaan, dalam rangka memastikan bahwa bisnis tetap dijalankan secara berkelanjutan. Saya senang dapat melaporkan bahwa dengan upaya tersebut, pelaporan keuangan Telkomsel kembali mendapatkan opini audit wajar tanpa pengecualian pada tahun 2019.

## PERUBAHAN DEWAN KOMISARIS

Adapun perubahan terjadi pada susunan anggota Dewan Komisaris di Telkomsel di tahun 2019. Pada bulan Mei 2019, Alex J. Sinaga diberhentikan dengan hormat dari jajaran Dewan Komisaris dan saya diangkat sebagai penggantinya. Selanjutnya pada bulan November 2019, Nanang Pamuji Mugasejati diangkat untuk menggantikan Mohamad Irfan.

Dewan Komisaris mengucapkan terima kasih kepada Alex J. Sinaga dan Mohamad Irfan atas seluruh jasa yang diberikan kepada Telkomsel, sembari mengucapkan terima kasih kepada para pemegang saham atas kepercayaan yang diberikan.

## APRESIASI

Penghargaan dan terima kasih sedalam-dalamnya kami sampaikan kepada Direksi dan seluruh karyawan Telkomsel atas keberhasilannya dalam memajukan Perusahaan sehingga kinerja mampu ditingkatkan di tahun yang penuh tantangan ini. Berbagai inovasi dan perbaikan yang direalisasikan pada tahun 2019 dalam rangka perjalanan transformasi kami yang berkelanjutan, telah menciptakan nilai dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara nyata.

Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pelanggan Telkomsel yang berharga, mitra usaha dan seluruh pemangku kepentingan yang kami hormati, atas dukungan dan kesetiaan mereka dalam perjalanan kami untuk membangun masa depan yang lebih baik, tidak hanya untuk Telkomsel tetapi juga untuk Indonesia.

Hormat kami,

**Ririek Adriansyah**  
Komisaris Utama

# DEWAN KOMISARIS

---



1



2



3

- |                             |                 |
|-----------------------------|-----------------|
| 1. Ririek Adriansyah        | Komisaris Utama |
| 2. Yose Rizal               | Komisaris       |
| 3. Yuen Kuan Moon           | Komisaris       |
| 4. Harry M. Zen             | Komisaris       |
| 5. Nanang Pamuji Mugasejati | Komisaris       |
| 6. Paul Dominic O'Sullivan  | Komisaris       |



# PROFIL DEWAN KOMISARIS

## Ririek Adriansyah

Komisaris Utama

Ririek Adriansyah diangkat sebagai Komisaris Utama Telkomsel sejak bulan Mei 2019. Saat ini beliau juga menjabat sebagai Direktur Utama PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk.



Beliau telah menduduki berbagai jabatan strategis di PT Telekomunikasi Indonesia (Telkom) dan Telkom Group sejak tahun 1990 termasuk sebagai Direktur Utama Telkomsel (2015-2019), Direktur Wholesale & International Service di Telkom (2013-2014), Direktur Compliance & Risk Management di Telkom (2012-2013) dan juga pernah menjabat sebagai Direktur Utama di PT Telekomunikasi Indonesia International (Telin) sebagai anak perusahaan Telkom (2011-2012), Direktur Marketing & Sales di Telin (2010-2011), Direktur International Carrier & Services di Telin (2008-2010) dan Deputi Executive General Manager Divisi Infratel di Telkom (2004-2008).

Meraih gelar Sarjana Teknik Elektro dari Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tahun 1989.

## Harry M. Zen

Komisaris

Harry M. Zen bergabung sebagai anggota Dewan Komisaris Perseroan sejak bulan Agustus 2016. Beliau juga menjabat sebagai Chief Financial Officer PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk. sejak bulan April 2016. Beliau saat ini juga menjabat sebagai Komisaris Utama PT Graha Sarana Duta sejak tahun 2016.



Sebelumnya, beliau menduduki berbagai jabatan strategis termasuk Direktur Utama PT Credit Suisse Securities Indonesia (2008-2015), Direktur Barclays Capital (2007-2008), Co-Head Investment Banking PT Bahana Securities (2001-2007) dan Assistant Vice President of Citibank – Corporate Banking. Beliau terpilih sebagai Best CFO di kategori Compliance & Governance di acara CFO BUMN Award 2019, Asia's Best CFO untuk dua tahun berturut-turut di ajang the 9th and 8th Asian Excellence Award di tahun 2019 dan 2018, serta Best CFO 2018 oleh Finance Asia.

Beliau memiliki gelar sarjana di bidang Teknik Metalurgi dari Universitas Indonesia dan gelar Master of Business Administration in Corporate Finance and Financial Institutions & Market dari State University of New York di Buffalo, Amerika Serikat.

## Paul D. O'Sullivan

Komisaris

Paul O'Sullivan telah menjabat sebagai Komisaris Telkomsel sejak bulan Januari 2010. Beliau juga menjabat sebagai Chairman di Optus sejak bulan Oktober 2014.



Beliau saat ini menjabat sebagai Direktur di NDIA, the National Disability Insurance Agency yang memberikan bantuan bagi warga negara Australia difabel berikut anggota keluarga dan pengasuh mereka; The Australia and New Zealand Banking Group Limited (ANZ), yaitu perusahaan layanan perbankan dan keuangan multinasional Australia; serta Coca-Cola Amatil Limited, salah satu perusahaan minuman non-alkohol siap minum terbesar di wilayah Asia-Pasifik. Beliau menjabat sebagai Chairman di perusahaan Western Sydney Airport, proyek infrastruktur nasional besar untuk membangun bandara baru yang dimiliki dan dikelola oleh pemerintah Australia, juga sebagai anggota dewan St. George and Sutherland Medical Research Foundation serta St. Vincent's Health Australia, salah satu penyedia layanan Kesehatan di negara bagian Timur Australia yang dilakukan melalui rumah sakit swasta maupun umum serta fasilitas lansia.

Beliau sebelumnya dipercaya sebagai CEO Singtel Group Consumer pada periode 2012-2014, bertanggung jawab untuk menangani bisnis operasional yang sepenuhnya dimiliki perusahaan di Singapura dan Australia, juga investasi Singtel di Thailand, India, Afrika, Filipina dan Indonesia. Beliau pernah menjabat sebagai CEO Optus pada periode September 2004-Maret 2012, di mana saat itu Optus berhasil mencatatkan pertumbuhan yang signifikan termasuk pertumbuhan EBITDA selama 18 kuartal berturut-turut dan pertumbuhan pangsa pasar pendapatan selular selama 7 paruh-tahun berturut-turut.

Beliau memiliki gelar Bachelor (MOD) bidang ekonomi dari Trinity College, University of Dublin dan merupakan lulusan Advanced Management Program di Harvard University, Amerika Serikat.

## Yose Rizal

Komisaris



Yose Rizal menjabat sebagai komisaris Telkomsel sejak bulan Mei 2017. Beliau adalah Chairman dan Founder Mediawave Group, perusahaan digital dan Big Data. Founder PoliticaWave yaitu perusahaan pemantauan dan analitik di bidang media sosial politik, serta dosen luar biasa dan mentor bisnis di program Master of Business Administration di School of Business & Management - Institut Teknologi Bandung (SBM - ITB). Beliau juga menjabat sebagai Head of Research & Measurement di Indonesia Digital Association sejak tahun 2014.

Sebelumnya, beliau menjabat sebagai Business Director Snoop Mobile Media (2008-2010), Direktur Azka Megah Dirgantara (2003-2008), dan Direktur Bandung Information Technology (2000-2004). Beliau juga pernah menjabat sebagai Ketua Departemen Data Bisnis di Kadin Jawa Barat (2009-2013), Ketua Kompartemen Industri Kreatif di BPP Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (2009-2010) dan Sekretaris Jendral di BPC HIPMI Bandung (2006-2009).

Beliau meraih gelar Urban & Regional Planning dari Institut Teknologi Bandung pada tahun 2003.

## **Yuen Kuan Moon**

Komisaris

**Y**uen Kuan Moon bergabung di Dewan Komisaris sejak bulan September 2009. Saat ini beliau menjabat sebagai Chief Executive Officer Singtel, Consumer Singapore, sejak bulan Juni 2012. Beliau memimpin Singapore Consumer Business dalam rangka penyediaan layanan yang lengkap dan terintegrasi, termasuk solusi layanan mobile, broadband dan TV. Saat ini, beliau bertanggungjawab untuk mendorong transformasi digital Singtel dalam jabatannya sebagai Group Chief Digital Officer, peranan yang diciptakan dengan tujuan untuk meraih peluang pertumbuhan di era disruptif digital.



Pada tahun 2003 beliau menjalani penugasan di Telkomsel sebagai General Manager Product Development dan selanjutnya ditunjuk sebagai Direktur Commerce pada tahun 2005 sampai dengan 2007. Beliau telah membangun rekam jejak yang kuat di industri telekomunikasi sejak mengawali kariernya di Singtel pada tahun 1993.

Pada bulan Oktober 2016, beliau ditunjuk sebagai Anggota di SkillsFuture Singapore Board dan pada bulan Januari 2018, beliau bergabung sebagai Dewan Penasihat Institute of Service Excellence di Singapore Management University. Beliau juga diangkat sebagai anggota Digital Readiness Council di Kementerian Komunikasi dan Informatika pada bulan November 2018. Di bulan Mei 2019, beliau bergabung di Governing Council Singapore Institute of Management.

Beliau adalah lulusan Teknik dengan gelar first Class Honors dari University of Western Australia serta gelar Master of Science di bidang Manajemen dari Stanford University, Amerika Serikat.

## **Nanang Pamuji M.**

Komisaris

**N**anang Pamuji Mugasejati menjabat sebagai Komisaris Telkomsel sejak November 2019. Pada bulan Oktober 2019, beliau diangkat sebagai Staf Khusus Menteri BUMN di bidang pengembangan bakat dan inovasi teknologi, dengan tugas memberikan saran atas peningkatan daya saing BUMN agar dapat bersaing di pasar global.



Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur Center for Digital Society (CFDS) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta, yang melakukan penelitian atas transformasi digital di Indonesia (2015-sekarang). Beliau juga mengajar di Departemen Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta (2008-sekarang).

Sebelumnya menjabat sebagai CEO di Forbil Institute, organisasi think tank terkemuka di Yogyakarta yang mengangkat kebijakan untuk mendukung daya saing global (2018), juga sempat menjabat sebagai Komisaris di Krakatau Steel (2017-2019).

Beliau meraih gelar PhD di bidang Hubungan Internasional pada tahun 2001 dari Universitas Gadjah Mada, selanjutnya melanjutkan di Graduate School of International Development (GSID) di Nagoya University, Nagoya. Bidang keahliannya yaitu daya saing global di era disruptif digital.

## Alex J. Sinaga

Komisaris Utama (menjabat sampai dengan bulan Mei 2019)



Alex J. Sinaga ditunjuk sebagai Komisaris Utama Telkomsel sejak bulan Januari 2015 sampai Mei 2019. Sebelumnya beliau dipercaya menjabat sejumlah posisi strategis di Telkom Group, termasuk sebagai Direktur Utama Telkom, Direktur Utama Telkomsel, Direktur Utama TelkomMetra (anak

perusahaan Telkom yang berperan sebagai perusahaan investasi strategis dengan fokus bisnis pada Information, Media, Edutainment dan Services), Komisaris Utama PT Sigma Cipta Caraka (Telkomsigma) dan Executive General Manager di berbagai divisi Telkom Indonesia.

Di luar organisasi Telkom group, Alex J. Sinaga juga pernah menjabat beberapa posisi penting, termasuk menjabat sebagai ketua Asosiasi Penyelenggara Telekomunikasi Seluruh Indonesia (ATSI) untuk periode 2012-2014 dan Ketua Umum Badan Pengawas ATSI dari tahun 2014-2015. Beliau meraih gelar sarjana Teknik Elektro dari Institut Teknologi Bandung (ITB) dan gelar master di bidang Telematika dari University of Surrey, Guildford, Inggris,

Beliau dianugerahi Medali Satyalancana Pembangunan dan Satyalancana Wira Karya pada tahun 2014 oleh Presiden Republik Indonesia.

## Mohamad Irfan

Komisaris (menjabat sampai dengan bulan Juni 2019)



Mohamad Irfan diangkat sebagai Komisaris Telkomsel sejak bulan Juli 2018 sampai Juni 2019. Dikenal sebagai eksekutif yang memiliki lebih dari 14 tahun pengalaman dalam *profit-driven marketing* serta pengalaman sales dalam berbagai sektor termasuk telekomunikasi, serta berpengalaman dalam analisis strategi dan pengembangan sales dan laba.

Beliau pernah menjabat sebagai Komisaris di PT Mandala Putera Prima, PT Nurbaitullah Tour & Travel, PT Indonesia Comnets Plus (ICON+), PT Mirga Metracon dan PT Faidhi Systema Solusindo (Fasyndo), dimana beliau turut serta secara aktif dalam penciptaan, pengembangan dan penetrasi segmen pasar baru, termasuk memenangkan tender besar.

Beliau juga pernah berkarir di PT Mediavision Innovative Technology sebagai Direktur Sales dan di PT Philips Indonesia sebagai key Account Manager - Government Segment, Project Coordinator - Government Segment untuk Jawa Timur, Bali, NTB & NTT. Di GE Consumer & Industrial - PT GE Lighting Indonesia, beliau menjabat Sales Engineer DKI Jakarta dan Sales Engineer Sulawesi Selatan. Sebelumnya beliau sebagai Business Development Officer di PT Phoenix International Indonesia.

Beliau lulus dari Universitas Hasanuddin, Makassar pada tahun 2001 jurusan Manajemen Pemasaran, kemudian meraih gelar Magister Manajemen dari Universitas Indonesia pada tahun 2004, juga dengan jurusan Manajemen Pemasaran.

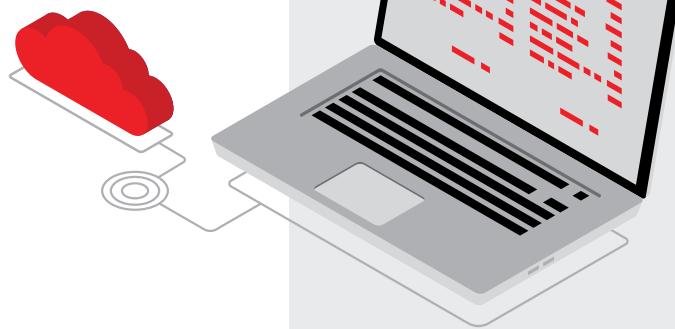
# LAPORAN DIREKTUR UTAMA

## PEMEGANG SAHAM YANG TERHORMAT,

Seiring dengan laju perubahan bisnis dan teknologi yang semakin pesat, industri telekomunikasi Indonesia menghadapi berbagai tantangan sepanjang tahun 2019. Transformasi Telkomsel menjadi Perusahaan Digital Telco terdepan dan membangun Indonesia Digital berlanjut dengan adanya beragam inisiatif strategis untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, sekaligus memperluas kapabilitas dan ekosistem Telkomsel dalam rangka membentuk masa depan.

Sama seperti beberapa tahun-tahun terakhir, penurunan bisnis *Legacy* (Suara & SMS) terus memberi tekanan pada industri sepanjang 2019. Telkomsel aktif menjalankan berbagai inisiatif untuk menanggapi tantangan tersebut seiring mendorong pengembangan Bisnis Digital sebagai mesin pertumbuhan perusahaan.

Secara bersamaan, Telkomsel menghadapi persaingan harga yang masih cukup ketat dalam Data, dimana operator lainnya menawarkan paket Data tanpa batas (*unlimited*) untuk memenangkan pangsa pasar, sehingga menyebabkan tekanan pada margin.



Perubahan lain yang terjadi di industri yaitu penegasan kewajiban pendaftaran kartu SIM prabayar. Kebijakan ini dengan sendirinya memiliki efek pembersihan alami sehingga kualitas pelanggan menjadi lebih baik dengan jumlah pelanggan aktif yang meningkat, juga terdapat peningkatan ARPU serta biaya produksi kartu SIM yang menjadi lebih efisien. Kebijakan tersebut juga akan memberikan dampak jangka panjang yang positif dan mendukung persaingan menjadi lebih sehat di industri.

Telkomsel menanggapinya dengan menerapkan sejumlah inisiatif untuk mendorong pertumbuhan dan profitabilitas yang sehat, sembari melanjutkan perjalanan transformasinya untuk menjadi Perusahaan Telco Digital dan penyedia layanan *Mobile Digital* yang terdepan, yang akan saya bahas lebih lanjut di bawah ini.

## KINERJA KEUANGAN & OPERASIONAL

Di tengah kondisi yang penuh tantangan ini, Telkomsel mempertahankan kinerja pertumbuhan yang positif, dengan didukung oleh berbagai inisiatif strategis untuk mendorong monetisasi Data dan perubahan perilaku pelanggan, termasuk strategi *take up* untuk menjaga dan meningkatkan profitabilitas. Dinamika pasar saat ini sudah membenarkan keputusan Telkomsel sebagai pemimpin pasar untuk mengarahkan industri ke jalur pertumbuhan yang lebih sehat, yang dapat mendukung pertumbuhan Data & Layanan Digital sebagai masa depan industri telekomunikasi.

Sebagai hasilnya, kami menutup tahun 2019 dengan pertumbuhan yang solid dan kinerja positif, mencatat kinerja Pendapatan, EBITDA dan Pendapatan Bersih masing-masing sebesar Rp91,1 triliun (+2,1% YoY), Rp49,2 triliun (+3,7% YoY) dan Rp25,8 triliun (+1,0% YoY) yang terutama didukung oleh inisiatif transformasi dalam Bisnis Digital sebagai mesin pertumbuhan. Secara paralel, inisiatif *Cost Leadership* berhasil mengelola biaya operasional dengan efektif sehingga Margin EBITDA meningkat dari 53,2% menjadi sebesar 54,0%. Bisnis Digital mencatat

## KONTRIBUSI PENDAPATAN BISNIS DIGITAL

**63,9%**

KAMI TELAH MENETAPKAN  
BERBAGAI STRATEGI  
UNTUK MERAIH PELUANG  
DALAM BISNIS  
DIGITAL.

Setyanto  
Hantoro

kinerja operasional yang baik, tumbuh sebesar 23,1% YoY menjadi Rp58.237 miliar dan secara signifikan meningkatkan kontribusinya terhadap total pendapatan menjadi 63,9% dibandingkan dengan 53,0% pada tahun sebelumnya. Pertumbuhan didorong oleh Pendapatan Data, yang naik sebesar 22,3% YoY menjadi Rp50.550 miliar, juga oleh kuatnya pertumbuhan Layanan Digital sebesar 29,0% YoY menjadi Rp7.687 miliar.

Telkomsel mencatat 171,1 juta pelanggan pada tahun 2019, meningkat sebesar 5,0% YoY yang didukung oleh kampanye pemasaran yang efektif serta inisiatif retensi pelanggan yang disokong oleh kewajiban pendaftaran SIM prabayar sehingga menjadikan tingkat *churn* lebih rendah dan mendorong perubahan perilaku pelanggan. Sejalan dengan filosofi kami untuk selalu memimpin dalam pasokan jaringan termasuk di luar Jawa, kami membangun 23.162 BTS baru pada tahun 2019 yang semuanya berbasis 4G dalam rangka mempertahankan dan memperkuat kepemimpinan jaringan dan mengembangkan Bisnis Digital kami. Pengguna Data yang tumbuh menjadi 110,3 juta (+3,5% YoY dengan tingkat penetrasi sebesar 64,4%), mendorong lonjakan lalu lintas Data kami sebesar 53,6% YoY menjadi 6.715.227 TB, sementara jumlah perangkat berbasis 3G/4G mencapai 119,3 juta (+11,5% YoY dengan tingkat penetrasi sebesar 69,7%) dan konsumsi Data menunjukkan pertumbuhan yang menjanjikan sebesar +54,7% YoY menjadi sebesar 5,2 GB per Pengguna Data. Pada akhir tahun 2019, jumlah BTS *on-air* Telkomsel mencapai 212.235 unit (+12,2% YoY), 76,3% di antaranya adalah BTS 3G/4G.

## MEMPERCEPAT TRANSFORMASI DIGITAL KAMI

Proses transformasi bisnis, SDM, organisasi dan budaya perusahaan kami yang masif berlanjut pada tahun 2019 dengan membuat hasil yang baik. Kami memperluas Bisnis Digital dengan cara menggandeng mitra dan penyedia konten digital untuk menghadirkan produk dan layanan inovatif yang disesuaikan dengan segmen pelanggan yang ditargetkan, khususnya untuk memenangkan segmen anak muda melalui produk dan pengalaman digital yang tepat. Kami juga meningkatkan kualitas jaringan untuk memberikan pengalaman pelanggan yang optimal sehingga meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dan loyalitas pelanggan. Secara internal, budaya dan organisasi kami dibentuk kembali menjadi lebih lincah dan *customer-centric*, sejalan dengan tujuan perusahaan.

Untuk mempertahankan kepemimpinan kami dan membentuk masa depan Indonesia Digital, kami menetapkan sejumlah program yang terbagi menjadi tiga kategori transformasi selular utama dengan tujuan secara keseluruhan yaitu membangun Bisnis Digital sembari mempertahankan Bisnis *Legacy* dan memperluas konektivitas Data. Tiga kategori transformasi utama tersebut masing-masing bertujuan untuk menyesuaikan struktur organisasi agar dapat mendukung segmentasi B2B (*Business to Business*) dan B2C (*Business to Consumer*) dari ujung ke ujung, melakukan *Energizing the Workforce* untuk menciptakan tenaga kerja berkinerja tinggi, dan memastikan adanya *Lean Operations* yang efisien melalui

penerapan digitalisasi. Paduan tersebut secara efektif mempercepat proses transformasi Telkomsel pada tahun berjalan.

Investasi dan inisiatif digital penting dilakukan sepanjang tahun ini termasuk peluncuran kampanye produk OMG! yang menghadirkan kuota data tanpa batas (*unlimited*) untuk aplikasi favorit dan situs media sosial tertentu, juga peluncuran by.U sebagai layanan telco seluler prabayar pertama yang sepenuhnya digital, serta terbitnya e-game Dunia Games yang kedua yaitu '*Lord of Estera*'. Selanjutnya, pada tahun 2019, kami berhasil melakukan *spin-off* atas produk layanan *Mobile Financial Service* TCASH yang kini berubah nama menjadi LinkAja, menjadi salah satu pemain utama di lanskap ekosistem pembayaran digital Indonesia yang tengah berkembang pesat. Telkomsel juga melakukan uji coba teknologi 5G di Batam pada tahun 2019, dalam rangka persiapan kami mendukung Industri 4.0 sebagai inisiatif pemerintah serta turut berpartisipasi dalam tahap inovasi telekomunikasi berikutnya.

Kepuasan pelanggan yang berhasil ditingkatkan melalui inovasi internal dan kemitraan kolaboratif, telah memajukan Telkomsel secara nyata menjadi Perusahaan *Telco Digital* dan pemimpin dalam Bisnis *Mobile Digital* yang mampu membentuk masa depan Indonesia Digital.

## TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Telkomsel memiliki visi menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital bergerak yang terpercaya dan berkelas dunia, dengan misi untuk memberikan layanan dan solusi digital

bergerak yang melampaui harapan pelanggan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan ekonomi bangsa. Untuk itu, program dan inisiatif CSR Telkomsel yang begitu banyak semua dirancang untuk meraih visi dan misi perusahaan.

Di tahun 2019, Telkomsel Kembali menghadirkan program *The NextDev* untuk mencari, menginkubasi dan mendukung *startup* teknologi karya anak bangsa yang berpotensi memberikan dampak sosial positif. Program *The Next Dev* mencakup kegiatan *The NextDev Talent Scouting*, *The NextDev Academy 2019*, *The NextDev Summit 2019* serta *Telkomsel on the Mission*. Kegiatan tersebut bertujuan untuk mendukung *startup* terpilih dalam mengembangkan solusi yang berkelanjutan yang dapat membawa dampak sosial positif bagi masyarakat Indonesia, sembari mengembangkan ekosistem digital Indonesia.

Secara paralel, Telkomsel melalui program Baktiku Negeriku telah menetapkan *Digital Center* di 18 wilayah yang tersebar di seluruh Indonesia guna mendukung perpindahan teknologi dan membuka akses informasi untuk komunitas lokal. Telkomsel juga meluncurkan program Patriot Desa Digital (PDD) yang bertujuan mentransformasi usaha institusi pedesaan menjadi bisnis yang berorientasi digital. Bagi komunitas milenial, Telkomsel mengadakan program pengembangan bisnis yaitu *Digital Creative Millennials* (DCM) yang memberikan pelatihan dan bantuan untuk mencetak wiraswasta muda dengan pola pikir kepemimpinan digital.

Selebihnya, Telkomsel berkomitmen untuk mempercepat perkembangan Indonesia melalui aplikasi Perpustakaan Digital Telkomsel atau dikenal sebagai program T-PERPU. Program tersebut membuka akses bagi masyarakat terhadap bahan baca sehingga memicu minat masyarakat dan komunitas sekolah untuk membaca, sekaligus meningkatkan kompetensi dan kualitas pendidikan.

Telkomsel masih menjalankan banyak program CSR lagi di 2019, yang akan dibahas lebih lanjut di bab CSR di laporan ini.

## PERUBAHAN PADA SUSUNAN ANGGOTA DIREKSI

Susunan anggota Direksi Telkomsel mengalami perubahan pada periode 2019-2020. Di bulan Mei 2019, Ririek Adriansyah, Bob Apriawan, Sukardi Silalahi dan Montgomery Hong diberhentikan dengan hormat, masing-masing sebagai Direktur Utama, Direktur Network, Direktur Sales dan Direktur IT. Menggantikannya yaitu Emma Sri Martini sebagai Direktur Utama, Iskriono Windiarjanto sebagai Direktur Network, Ririn Widaryani sebagai Direktur Sales dan Bharat Alva sebagai Direktur IT.

Pada bulan Juni 2019, Alistair Johnston diberhentikan dengan hormat sebagai Direktur Marketing dan digantikan oleh Rachel Goh.

Selanjutnya pada bulan Januari 2020, Emma Sri Martini dan Iskriono Windiarjanto diberhentikan dengan hormat, kemudian saya diangkat sebagai Direktur Utama dan Venusiana Papasi ditunjuk sebagai Direktur Network.

Kami mengucapkan terima kasih kepada Ririek Adriansyah, Emma Sri Martini, Bob Apriawan, Sukardi Silalahi, Montgomery Hong, Alistair Johnston dan Iskriono Windiarjanto atas seluruh kontribusinya.

## APRESIASI

Atas nama Direksi, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih serta apresiasi yang mendalam kepada seluruh pelanggan yang kami yang hargai atas pilihannya terhadap Telkomsel. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada mitra atas kerjasama dan dukungannya.

Pencapaian yang diraih sepanjang tahun ini tidak terlepas dari upaya karyawan kami, yang telah bekerja tanpa lelah untuk menjalankan transformasi Telkomsel. Saran dan arahan Dewan Komisaris maupun Regulator juga penting dalam memajukan bisnis kami. Akhir kata, saya berterima kasih kepada pemegang saham atas dukungan mereka yang berkelanjutan atas upaya kami dalam membentuk masa depan yang lebih baik untuk kepentingan semua pemangku kepentingan.

Hormat kami,

**Setyanto Hantoro**  
Direktur Utama

## DIREKSI





1. **Edward Ying Siew Heng**  
Direktur Perencanaan dan Transformasi
2. **Goh Hui Min (Rachel Goh)**  
Direktur Marketing
3. **FM Venusiana R**  
Direktur Network
4. **Setyanto Hantoro**  
Direktur Utama
5. **Irfan A Tachrir**  
Direktur Human Capital Management
6. **Heri Supriadi**  
Direktur Keuangan
7. **Ririn Widaryani**  
Direktur Sales
8. **Bharat Alva**  
Direktur Teknologi Informasi

# PROFIL DIREKSI

## Setyanto Hantoro

Direktur Utama

Setyanto Hantoro menjabat sebagai Direktur Utama Telkomsel sejak Januari 2020. Beliau bertanggung jawab atas manajemen Perusahaan secara keseluruhan. Merangkap Komisaris di PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel) (2019-sekarang) dan Jalin Pembayaran Nusantara (JALIN) (2017-sekarang). Sebelumnya menjabat sebagai Direktur Utama PT Multimedia Nusantara (METRA) pada tahun 2019.



Sebelum menjabat di METRA, beliau ditunjuk menjabat beberapa jabatan kepemimpinan strategis senior di Telkom sejak 2012 termasuk EVP Strategic Investment (2016-2019), VP Strategic Investment Execution (2016), VP Strategic Business Development (2012-2016), VP Business Portfolio & Financial Planning (2010-2012) dan AVP Business Financial Analysis (2009-2010).

Beliau memperoleh gelar dari sekolah Tinggi Teknologi Telkom pada tahun 1995, selanjutnya meraih gelar Magister Manajemen di bidang Keuangan dari Sekolah Tinggi Manajemen Bandung pada tahun 2003, lulus dengan prestasi terbaik. Beliau juga mengikuti banyak kursus pelatihan baik di dalam negeri dan luar negeri termasuk di London Business School, INSEAD & Kellogg School of Management, USA.

Saat ini beliau sebagai anggota Dewan Yayasan Pendidikan Jendral Soedirman (2012-sekarang) dan Ketua Dewan Yayasan Senyum Ananda (2010-sekarang).

## Ririn Widaryani

Direktur Sales

Ririn Widaryani menjabat sebagai Direktur Sales sejak penunjukannya pada Mei 2019. Beliau memiliki pengalaman yang luas dalam bidang sales & consumer marketing di industri telekomunikasi.



Sebelumnya beliau menjabat sebagai Executive Vice President Area Jabotabek-Jabar (2017-2019), Executive Vice President Area Jawa Bali (2016-2017), Senior Vice President Consumer Marketing (2016), VP Prepaid & Broadband Marketing (2013-2016), VP Strategic Marketing Group (2012) dimana Telkomsel memenangkan penghargaan 'The best mobile broadband provider', dan VP Product Marketing Group (2012). Beliau juga sebelumnya menjabat sebagai GM Contact Center & Customer Service Management di tahun 2018 serta GM CLM Development, yang mana pada tahun tersebut Telkomsel meraih penghargaan 'The Best Call Center Asia-Pacific'.

Beliau lulus dari Institut Teknologi Bandung (ITB) pada tahun 1990 dengan gelar dari Fakultas Teknik dan segera mengawali karirnya di Kantor Pusat Telkom. Pada tahun 2019 beliau menerima penghargaan 'Marketeer of the Year 2019 Jabodetabek' oleh Markplus, dan juga dianugerahi penghargaan Satyalancana Pembangunan Postel dari Presiden Republik Indonesia pada tahun 2016.

## Goh Hui Min (Rachel Goh)

Direktur Marketing

Rachel Goh Hui Min menjabat sebagai Direktur Marketing sejak bulan Juli 2019. Beliau Memiliki lebih dari 20 tahun pengalaman di industri telekomunikasi dan teknologi. Dikenal atas hasratnya untuk mendefinisikan norma baru, beliau memimpin tim *Core Product Telkomsel, Gaming & E-sports, Video Digital, aplikasi MyTsel, Pricing, Advanced Analytics, Customer Journey serta Brand & Marcoms* untuk menciptakan pengalaman yang seru bagi masyarakat Indonesia. Dalam upaya ini, beliau menjalin kemitraan strategis dengan penyedia Digital, Konten, Media, Perangkat, Aplikasi, IT dan ekosistem Teknologi yang memiliki pandangan yang sama untuk berkolaborasi dalam membuat proposisi baru bagi pelanggan Di bawah kepemimpinannya, tim Pemasaran juga bekerja sama erat dengan tim Sales untuk menjalankan proses go-to-market secara digital yang lebih efektif, dan memicu animo pasar melalui *brand* yang tidak konvensional disertai kampanye media sosial.



Sebelum bergabung dengan Telkomsel, beliau menjabat sebagai *Chief Marketing Officer* di Niometrics (2017-2019), *Executive Director of Marketing* di Ooredoo Myanmar (2015), *Senior Director, International Group* di Singtel (2013-2014), *Chief Marketing Officer & EVP Marketing* dan *VP Product Lifecycle Management* di Telkomsel (2008-2012), serta *Marketing & Strategic Planning*, Singtel Group (2000-2008).

Beliau memiliki gelar *Master of Science* di bidang Telekomunikasi serta gelar *Bachelor of Arts* di bidang *Marketing & Mass Communications* dari Australia.

## Heri Supriadi

Direktur Keuangan

Heri Supriadi menjabat sebagai Direktur Keuangan sejak bulan Mei 2012. Beliau bertanggung jawab atas seluruh fungsi keuangan dan pengadaan (*procurement*).



Sebelum bergabung dengan Telkomsel, beliau menjabat sebagai Direktur Utama PT Telkom Property (2010-2012) dan juga menduduki berbagai jabatan penting di PT Telkom termasuk *Vice President Investor Relations & Corporate Secretary* (2009-2010), *Vice President Subsidiary Performance* (2007-2010), *Assistant Vice President Subsidiary Performance* (2007) dan *Assistant Vice President Funding & Debt Management* (2006-2007).

Beliau meraih gelar Sarjana Teknik Industri dari Institut Teknologi Bandung (1991) serta gelar Master di bidang *Business Administration* dari Saint Mary's University, Halifax, Kanada (1997) dan juga memiliki gelar Doktor di bidang *Business Management* dari Universitas Padjadjaran, Bandung (2013). Beliau telah mengikuti sejumlah program pendidikan eksekutif antara lain di Harvard Business school, Kellogg School of Management, Euro Money, dan The University of Auckland Business school. Beliau merupakan dosen tamu di berbagai universitas dan penulis buku tentang *Strategic Management & Research Methodology*.

## Irfan A Tachrir

Direktur Human Capital Management

Irfan A. Tachrir telah menjabat sebagai Direktur Human Capital Management sejak beliau ditunjuk pada bulan Mei 2017.

Sejak bergabung di Telkomsel, beliau telah menduduki berbagai posisi strategis termasuk *Senior Vice President Corporate Secretary* (2014-2015), *Vice President Corporate Counsel* (2012-2014), *Head of Wholesale Management Group* (2012), *Vice President International Roaming* (2009-2012) dan *VP Synergy & Partnership* (2008-2009).



Beliau meraih gelar di bidang Ekonomi dan Pengembangan Hukum dari Universitas Padjadjaran, dan telah mengikuti berbagai program pendidikan eksekutif, seperti Program Manajemen di Singapore Management University (SMU), dan kursus kepemimpinan di University of California, Berkeley, USA. Beliau juga dinobatkan sebagai *Corporate Secretary Terbaik di Indonesia* pada tahun 2015 oleh Majalah SWA, penghargaan Satyalancana Wira Karya di tahun 2016 serta penghargaan *Excellence in Performance* di ajang 16<sup>th</sup> Annual Selular Award 2019.

## Edward Ying Siew Heng

Direktur Perencanaan dan Transformasi

Edward Ying Siew Heng telah menjabat sebagai Direktur Perencanaan dan Transformasi sejak bulan Mei 2012. Beliau bertanggung jawab untuk memimpin Layanan Digital serta mengembangkan Rencana Strategis & Transformasi Perusahaan.

Sebelumnya, beliau ditunjuk sebagai Direktur Commerce Telkomsel sejak bulan November 2011. Beliau memiliki pengalaman kepemimpinan yang luas di industri telekomunikasi, khususnya bisnis telepon, hiburan dan

konten di berbagai negara. Beliau menjabat sebagai *Chief Multimedia Group* di Singtel (2008- 2011), di mana berhasil memimpin Singtel meraih kepemimpinan dalam hal konten lokal, bisnis media dan Pay TV. Beliau juga sebelumnya pernah menjabat posisi COO Maxis Communications, operator telekomunikasi selular terbesar di Malaysia (2003-2008) dengan tanggung jawab utama untuk mengembangkan bisnis konten multimedia, *marketing, channel management, customer service* dan *network operations*. Beliau juga pernah menjabat sebagai *Chief Operating Advisor* serta anggota Dewan Globe Telecom di Filipina (1996-2003). Beliau juga pernah memimpin Metraplaza, perusahaan ventura bersama antara PT Telekomunikasi Indonesia & eBay (2013-2015). Selama periode 1995-1996, beliau pernah dipercaya sebagai *Managing Director* di Cambridge Cable Group Pay TV Business di Inggris, anak perusahaan Comcast Corporation (USA).



Beliau meraih gelar Sarjana bidang Marketing dari Institute of Marketing, Inggris (1987), gelar Diploma bidang Sales & Marketing dari Marketing Institute of Singapore (1985) dan ikut serta dalam *General Management Program* yang diselenggarakan di National University of Singapore pada tahun 1984 dan *International Executive Program* di INSEAD, Fontainebleau, Perancis (1996). Tahun 2015, beliau mengikuti program pelatihan bagi eksekutif *"The Corporate Entrepreneur - Driving innovation and New Ventures (TCE)"* di Stanford Graduate School of Business di California, USA dan pada tahun 2016, beliau mengikuti program *Executive Leadership* berjudul *"Leading Business into the Future"* di London Business School, London, Inggris.

## FM Venusiana R

Direktur Network

Venusiana R. menjabat sebagai Direktur Network sejak pengangkatannya pada bulan Januari 2020. Beliau memiliki pengalaman lebih dari 25 tahun di industri telekomunikasi serta keahlian yang mendalam di bidang telekomunikasi, terutama di Jaringan berskala besar, Pemasaran, Penjualan dan Pengadaan (*Procurement*). Beliau juga menjabat sebagai Komisaris Telkom Infra (2017-sekarang).



Sebagai Direktur Network di Telkomsel, beliau bertanggung jawab untuk mendefinisikan strategi jaringan Telkomsel secara keseluruhan dan memimpin transformasi jaringan untuk menerapkan konektivitas jaringan digital yang unggul dengan berfokus pada Zona Utama, B2B dan Solusi Digital.

Sebelumnya beliau pernah bertugas di sejumlah posisi senior termasuk sebagai *Senior Vice President Procurement* (2017-2019) di mana memimpin proses transformasi pengadaan dengan mengadopsi praktik terbaik dan memanfaatkan sinergi di seluruh grup, *Senior Vice President Consumer Marketing* (2016-2017), *Executive Vice President* area Jabotabek Jabar (2013-2016), *Vice President* area Jabotabek Jabar (2010-2013), *Vice President Customer Lifecycle Management* (2010), *Vice President Radio Access Engineering* Jawa-Bali di Telkomsel (2008-2010), dan *VP Network Operation* (2005-2008).

Beliau meraih gelar Teknik Elektro dari Universitas Diponegoro (UNDIP) dan gelar Magister Manajemen dari Universitas Hasanuddin (UNHAS), kemudian dianugerahi penghargaan Satyalancana Pembangunan dari Presiden Republik Indonesia pada tahun 2015 atas keberhasilannya dalam menerapkan infrastruktur BTS di seluruh Indonesia termasuk program IKK (Ibu Kota Kecamatan).

## Bharat Alva

Direktur Teknologi Informasi

Bharat Alva menjabat sebagai Direktur Teknologi informasi sejak bulan Mei 2019, dimana beliau aktif mendorong proses Transformasi Digital untuk Telkomsel selain juga bertanggung jawab atas semua aspek TI. Sebagai Direktur TI di Telkomsel, beliau memiliki visi untuk meningkatkan peran teknologi sehingga menjadi 'mitra bisnis'.



Beliau memiliki pengalaman lebih dari 30 tahun di penyedia solusi/layanan teknologi ICT global terdepan berlokasi di Australia, Hong Kong, Thailand, India dan USA. Dalam berbagai peran kepemimpinan senior yang pernah diemban, beliau berfokus pada strategi, inovasi, transformasi dan perwujudan hasil yang sejalan dengan pertumbuhan usaha. Banyak produk dan layanan yang dikembangkan di bawah kepemimpinannya telah meraih pengakuan industri dalam bentuk penghargaan untuk inovasi dan solusi seluler.

Sebelumnya beliau menjabat sebagai CIO di Optus, yang bertanggung jawab atas semua layanan IT di Australia. Menjabat berbagai jabatan senior di tingkat regional Singtel Group termasuk *VP Online & Enterprise Technologies, Head of Wireless Services* serta *GM Advertising & Finance*. Beliau bertanggung jawab untuk memimpin program transformasi strategis di bidang Digitalisasi, *Business Support systems, Business Intelligence, Analytics, Automation* dan *Value Added Services*.

Beliau memegang gelar Teknik di bidang Teknologi Komputer dari Pune University dan juga telah mengikuti berbagai program *Global Executive Management*.



## Emma Sri Martini

Direktur Utama (menjabat hingga bulan Januari 2020)



Emma Sri Martini menjabat sebagai Direktur Utama sejak bulan Mei 2019 hingga Januari 2020. Sebelumnya beliau memimpin PT Sarana Multi Infrastruktur (Persero) sebagai lembaga pembiayaan BUMN sejak pertama didirikan oleh Menteri Keuangan hingga berhasil menjadi lembaga pembiayaan nasional yang mampu mendukung pertumbuhan nasional serta proyek strategis penting termasuk Proyek Strategis Nasional. Melalui solusi pembiayaan inovatif termasuk *Public-Private Partnerships* serta pinjaman sindikasi dari peminjam domestik maupun internasional, Emma Sri Martini berhasil mengembangkan perusahaan sehingga memiliki peranan penting dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia dan juga mampu mendapatkan kepercayaan banyak lembaga bilateral/multilateral.

Beliau sebelumnya merupakan Direktur Utama di PT Sarana Multi Infrastruktur (Persero) (2009-2019), Direktur *Finance & Support* di PT Perusahaan Pengelola Aset (Persero) (2004-2009), Komisaris di PT Trans-Pacific Petrochemical Indosatama (2004-2009), Kepala Divisi *System & Support* di Badan Penyehatan Perbankan Nasional (2001-2004), Kepala Departemen *System Development* di Badan Penyehatan Perbankan Nasional (2001-2004), dan Kepala Departemen *System Development* di PT Kustodian Sentral Efek Indonesia (1995-1998).

## Iskriono Windiarjanto

Direktur Network (menjabat hingga bulan Januari 2020)



Iskriono Windiarjanto menjabat sebagai Direktur Network dari bulan Mei 2019 hingga Januari 2020. Beliau bertanggung jawab atas pengelolaan dan pengendalian jaringan infrastruktur secara keseluruhan dalam mempertahankan konektivitas yang unggul.

Beliau memiliki pengalaman yang luas dalam berbagai disiplin di Telkom Group, sebagai perusahaan jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia. Sebelum penunjukannya sebagai Direksi di Telkomsel, beliau menjabat sebagai anggota Dewan di berbagai perusahaan termasuk sebagai CEO PT. Telkomsigma (2018-2019), Direktur Utama PT. Telkom Akses (2017-2018), Direktur Utama Telkomedika dan CEO Admedika (2016-2017).

Beliau memiliki gelar Sarjana di bidang Teknik Informatika dari Institut Teknologi Sepuluh November (ITS), dan gelar *Master of Information Technology* dari Royal Melbourne Institute of Technology. Beliau meraih penghargaan khusus berupa *Special Award* dari *International Best Wireless Broadband Solution* dari Informatech atas keberhasilannya dalam meluncurkan infrastruktur BTS di daerah terpencil dan perbatasan, sejalan dengan komitmen Telkomsel untuk menyediakan layanan seluler dan *broadband* terbaik di seluruh negeri.

## Bob Apriawan

Direktur Network (menjabat hingga bulan Mei 2019)



Bob Apriawan menjabat sebagai Direktur Network sejak bulan Mei 2017 hingga Mei 2019. Beliau bergabung di Telkomsel pada tahun 2002 dan memiliki lebih dari 26 tahun pengalaman di bidang telekomunikasi termasuk 11 tahun di Telkom sebagai perusahaan layanan telekomunikasi

terbesar di Indonesia. Sebelum ditunjuk menjadi Direksi Telkomsel, beliau menduduki sejumlah posisi senior termasuk *Senior Vice President Procurement* (2013-2017), *Vice President Asset Management* (2012-2013), *Vice President Organization & Workforce Management* (2012), *Vice President HR system* (2010-2012) dan *Vice President Radio Access Engineering Outside Java-Bali* di Telkomsel (2008-2010). Beliau juga pernah menjabat sebagai Komisaris di Telkom Infra (2016-2017) dan Mitratel (2018-2019).

Beliau meraih gelar Sarjana Teknik Elektro dari Universitas Diponegoro, dan gelar *Master of Science in Operational Telecommunication* dari Coventry University, Inggris. Beliau juga turut serta dalam program *Strategic Business Leadership* di University of Chicago, Booth School of Business, Amerika Serikat.

## Montgomery Hong

Direktur Teknologi Informasi (menjabat hingga bulan Mei 2019)



Montgomery Hong menjabat sebagai Direktur Teknologi Informasi (TI) hingga bulan Mei 2019. Beliau memiliki keahlian yang mendalam di industri komunikasi khususnya dalam program Bisnis, Digital dan transformasi TI berskala besar di berbagai perusahaan kelas dunia di Amerika Utara, Eropa dan Asia Pasifik.

Beliau sudah pernah bekerjasama dengan sebagian besar penyedia piranti lunak (*software*) maupun piranti keras (*hardware*) ternama.

Sebelum bergabung di Telkomsel, beliau menjabat sebagai Regional CIO di Singtel International Group, yang bertanggungjawab untuk memimpin pengembangan Roadmap dan Visi TI Regional, mendefinisikan kapabilitas utama TI yang dibutuhkan dalam evolusi menjadi *Digital Service Provider*, dan bekerjasama dengan Singtel Group Associates untuk menyelaraskan dan mengadopsi praktik terbaik serta memanfaatkan sinergi di grup.

Beliau menjalani pendidikan di Willamette University di Salem, Oregon, Amerika Serikat, di mana beliau memperoleh gelar Bachelor of Arts dan Master of Management. Beliau seringkali diundang menjadi pembicara utama di konferensi industri, juga telah menerbitkan berbagai artikel dan sebelumnya pernah menjabat sebagai anggota Direksi dan *Senior Leadership Team* di TM Forum.

## Alistair Johnston

Direktur Marketing (hingga bulan Juni 2019)

Alistair D. Johnston menjabat sebagai Direktur Marketing sejak bulan Agustus 2012 hingga Juni 2019.



Beliau sebagai pemimpin bisnis internasional yang berpengalaman dengan rekam jejak yang terbukti dalam mendorong pertumbuhan bisnis di BUMN, korporasi multi-nasional serta perusahaan *start-up*. Beliau berhasil mentransformasi bisnis telekomunikasi tradisional menjadi bisnis digital melalui paduan *thought leadership, people leadership* serta ide-ide untuk transformasi yang dijalankan secara ketat.

Sebelum bergabung di Telkomsel, beliau sebagai *Group Chief Marketing Officer* di Augere pada tahun 2010–2012, di mana beliau memantau kegiatan komersil yang dilakukan perusahaan *start-up* ini dalam menawarkan layanan konektivitas internet di pasar berkembang yaitu India, Pakistan, Bangladesh dan Uganda.

Pada tahun 1998 hingga 2010 beliau menjabat berbagai peran penting di industri telekomunikasi Inggris termasuk *Head of Prepay, Head of Online* dan Direktur Marketing di Telefonica O2 UK (2007–2010) dimana beliau ikut mengembangkan bisnis O2 menjadi pemimpin di pasarnya; *Head of Prepay Acquisition & Retention* di Orange UK (2004–2007) dan British Sky Broadcasting UK (2003–2004). Sejak 1998 hingga 2003 beliau bekerja di Virgin Group milik Sir Richard Branson dengan peran pengembangan bisnis di Inggris, Australia dan Singapura, serta ikut mendirikan bisnis Virgin Mobile di Inggris dan Australia.

Beliau memulai karirnya sebagai *Management Consultant* di Andersen Consulting, berbasis di London, Inggris. Beliau meraih gelar Sarjana di bidang *Modern History* dari Oxford University, Inggris, dan telah mengikuti sejumlah program manajemen termasuk program di Harvard dan Stanford University.

## Sukardi Silalahi

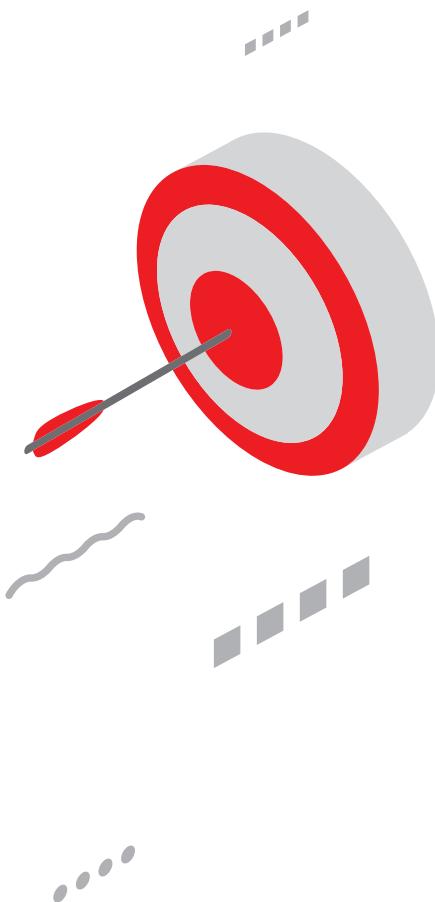
Direktur Sales (menjabat hingga bulan Mei 2019)



Sukardi Silalahi menjabat sebagai Direktur Sales sejak bulan Mei 2017-Mei 2019 dan Direktur Network sejak bulan Januari 2015-Mei 2017. Saat ini beliau sebagai CEO Telin. Sejak bergabung di Telkom pada tahun 1991, beliau telah menjabat sejumlah posisi penting sebelum diangkat sebagai Direksi Telkomsel, antara lain sebagai anggota Dewan Komisaris di berbagai anak perusahaan Telkom, Direktur Consumer Service Telkom (2012-2014), Executive General Manager Consumer Service, Divisi Timur (2011-2012) dan Deputy Executive General Manager Consumer Service, Divisi Barat (2010-2011).

Beliau meraih gelar Sarjana Teknik Sipil dari Institut Teknologi Bandung (ITB) dan Master of Business Administration (Cum Laude) dari Universitas Gadjah Mada (UGM). Beliau juga menghadiri program eksekutif "Making Corporate Boards More Effective" di Harvard Business School, pelatihan International Business Management di Swedia dan pelatihan High Performance Boards di IMD di Swiss.

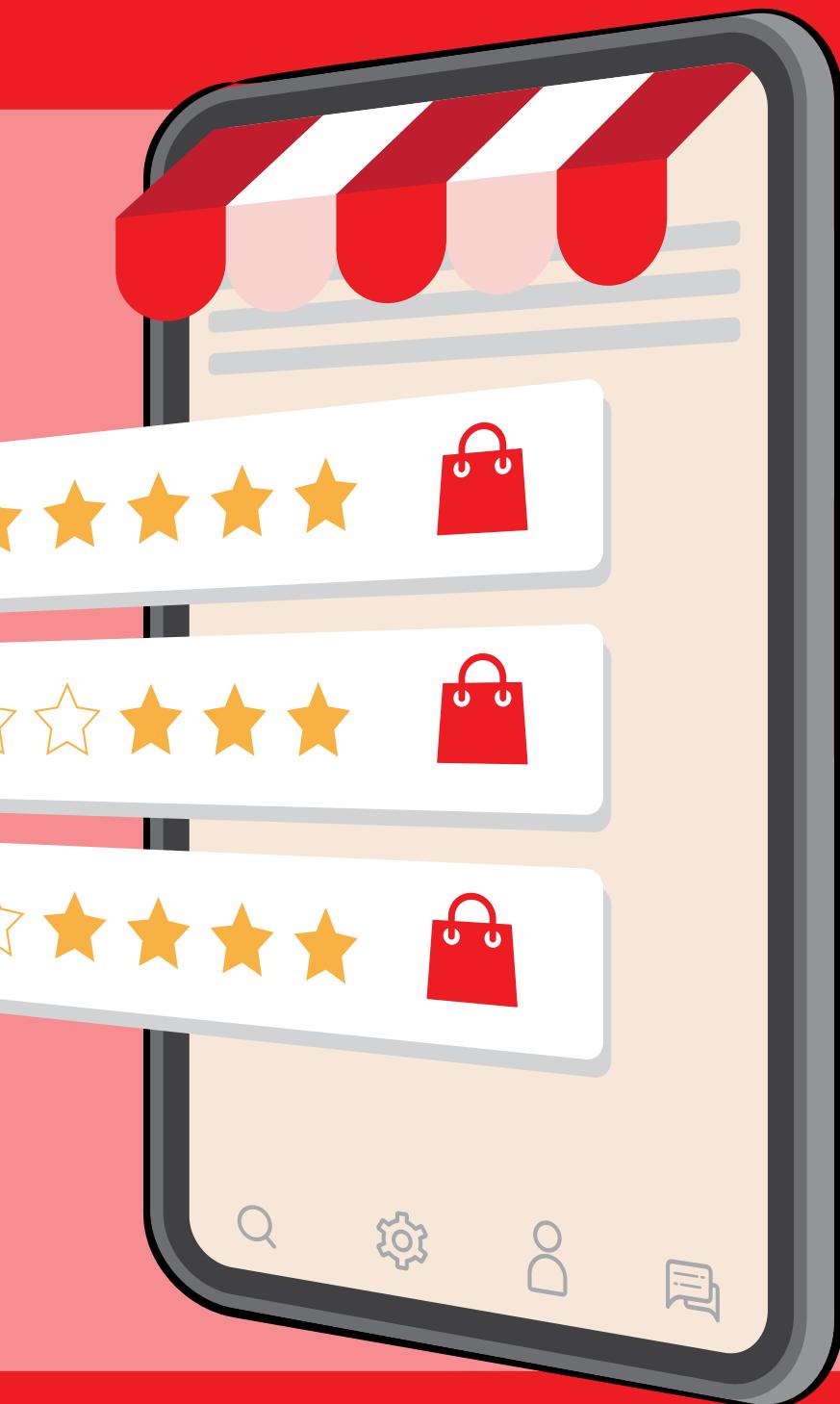
Beliau dianugerahi penghargaan Satyalancana Pembangunan oleh Presiden Republik Indonesia pada tahun 2013. Di tahun yang sama, beliau juga diangkat sebagai Direktur Komunitas BUMN Marketers Club. Beliau juga meraih penghargaan *The Best BUMN on Marketing* pada tahun 2013 dan *The Best Service Provider of the Year* sebagai pengakuan atas keberhasilannya dalam memposisikan Telkomsel sebagai operator dengan kualitas jaringan terbaik di Indonesia berdasarkan data Open Signal untuk tahun 2015 dan 2016.



# PROFIL PERUSAHAAN



# 03



# SEKILAS TELKOMSEL

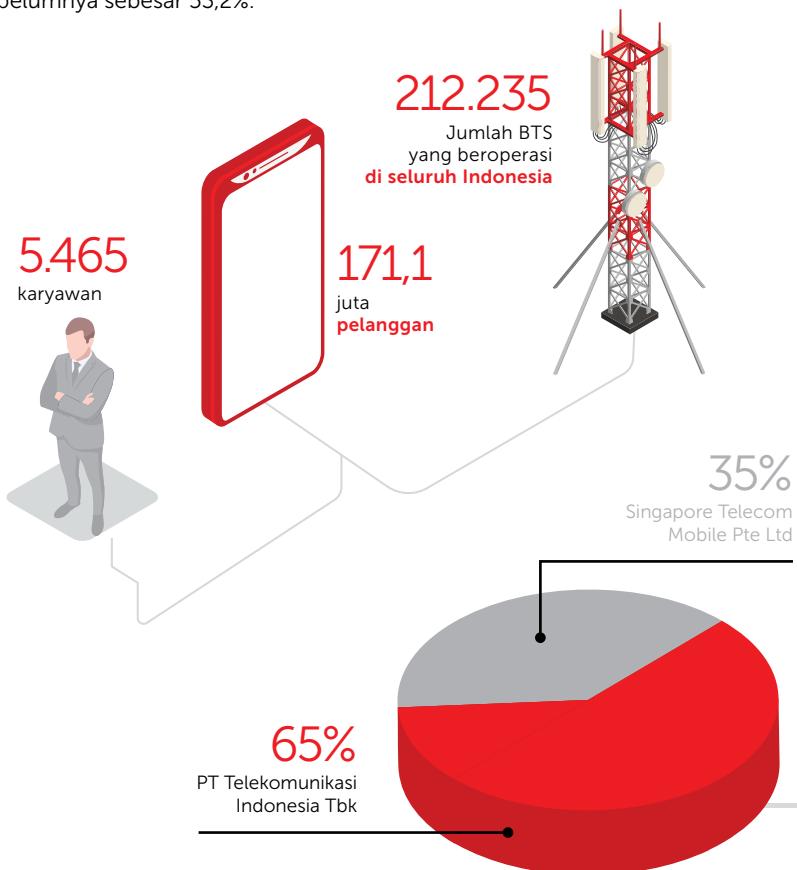
Telkomsel adalah anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (65%) dan Singapore Telecom Mobile, Pte Ltd. (35%). Kami memiliki jangkauan jaringan terluas di Indonesia, dengan cakupan layanan 2G hampir 100%, jangkauan layanan 3G mencapai sekitar 86%, dan jangkauan layanan 4G mencapai 95%. Pada tahun 2019, kami membangun sebanyak 23,162 Base Transceiver Stations (BTS) baru, yang seluruhnya merupakan BTS berbasis 4G. Pada akhir 2019, jumlah BTS *on-air* Telkomsel sebanyak 212,235 unit dengan 76,3% diantaranya adalah BTS 3G/4G.

KartuHalo merupakan brand andalan *go-to-market* kami untuk pelanggan pascabayar, sementara bagi pelanggan prabayar yang mencakup sekitar 96% dari seluruh jumlah pelanggan, kami menawarkan tiga brand yang berbeda yaitu *simPATI*, Kartu As dan LOOP. Telkomsel mencatat pelanggan sebanyak 171,1 juta di tahun 2019, meningkat sebesar 5,0% YoY.

Industri telekomunikasi Indonesia yang sempat tumbuh negatif di tahun sebelumnya, kembali mencatat pertumbuhan positif pada tahun 2019. Persaingan menjadi lebih sehat dan rasional, sementara pergeseran perilaku pelanggan berlanjut di tengah transisi layanan *Legacy* ke layanan Data yang didukung oleh berbagai inisiatif untuk monetisasi Data.

Tren tersebut tercermin dalam pencapaian Telkomsel, yang menutup tahun 2019 dengan pendapatan yang solid serta kinerja positif. Sejumlah inisiatif strategis untuk menjaga dan meningkatkan profitabilitas berhasil mendorong pertumbuhan Pendapatan, EBITDA dan Laba Bersih Telkomsel, masing-masing sebesar 2,1% YoY, 3,7% YoY dan 1,0% YoY. Pencapaian tersebut didukung oleh inisiatif transformasi Bisnis Digital sebagai mesin penggerak pertumbuhan, disertai inisiatif *cost leadership* untuk mengelola biaya operasional dengan efektif sehingga margin EBITDA meningkat menjadi 54,0% dari sebelumnya sebesar 53,2%.

Dalam transformasi Telkomsel menjadi Perusahaan *Digital Telco* yang terdepan, Bisnis Digital akan terus menjadi mesin pertumbuhan dengan didukung oleh kepemimpinan Telkomsel dalam jaringan 3G dan 4G yang terus dipertahankan. Segmen Bisnis Digital mencatat pertumbuhan yang kuat sebesar 23,1% YoY dan kontribusinya pada pendapatan total meningkat cukup signifikan menjadi 63,9% dari 53,0% pada tahun sebelumnya. Jumlah pengguna Data bertambah menjadi sebanyak 110,3 juta pengguna diiringi peningkatan penetrasi *smartphone* yang



## SEGMEN BISNIS DIGITAL **MENCATAT PERTUMBUHAN YANG KUAT SEBESAR 23,1% YOY SEHINGGA KONTRIBUSINYA TERHADAP TOTAL PENDAPATAN MENINGKAT SIGNIFIKAN MENJADI SEBESAR 63,9%.**

meningkat menjadi sebesar 69,7%, peningkatan *payload* Data yang tumbuh sebesar 53,6% YoY menjadi 6.715.227 TB serta peningkatan konsumsi Data per pengguna sebanyak 5,2 GB.

Secara bersamaan, transformasi struktur organisasi menjadi organisasi yang berfokus pada pelanggan (*Customer-Centric*) berlanjut dalam rangka menghadapi tantangan era digital. Kami juga patuh mengikuti dan mendukung program registrasi kartu SIM Pemerintah

sehingga kualitas pelanggan secara keseluruhan menjadi lebih baik, dengan bertambahnya jumlah pelanggan *real* yang aktif serta biaya produksi kartu SIM yang menjadi lebih efisien. Program ini juga memiliki dampak jangka panjang yang positif dan mendukung munculnya dinamika persaingan yang lebih sehat di industri.

Kami tetap memandang adanya peluang di industri telekomunikasi mengingat bahwa pertumbuhan pendapatan Data masih diprediksi

sangat baik di Indonesia. Sementara konsumsi Data dan harga Data masih dibawah rata-rata regional, sehingga kami berkeyakinan bahwa pertumbuhan konsumsi Data kemungkinan besar akan meningkat ke depannya. Sejumlah investasi dan inisiatif kunci telah ditetapkan untuk mengakselerasi pertumbuhan Bisnis Digital, sejalan dengan misi Telkomsel untuk menanggapi pergeseran preferensi pelanggan menjadi digital serta membangun Indonesia Digital, dan menghadirkan jaringan dengan jangkauan dan kualitas yang unggul.

### Sejarah Kepemilikan Saham

**1995**

Telkomsel didirikan oleh PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) dan PT Indosat Tbk (Indosat).

**1996**

KPN Netherlands (KPN) dan PT Setdco Megacell Asia (Setdco) masing-masing mengakuisisi 17,3% dan 5% saham Telkomsel.

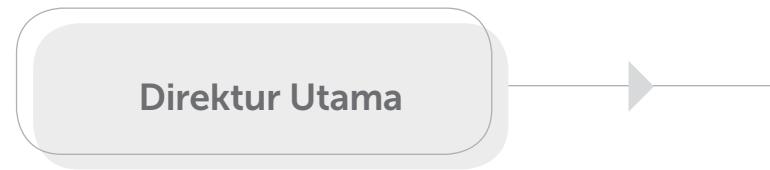
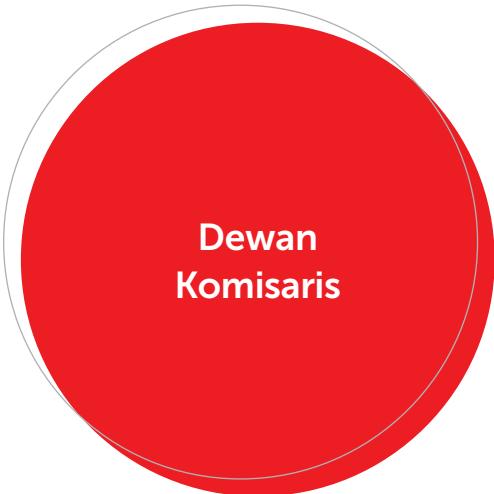
**2001**

Telkom mengakuisisi saham milik Indosat sehingga kepemilikannya meningkat menjadi 77,7%. KPN dan Setdco kemudian menjual saham mereka kepada Singtel Mobile yang berbasis di Singapura.

**2002**

Singtel Mobile meningkatkan kepemilikannya sebesar 12,7% sehingga total kepemilikan sahamnya di Telkomsel mencapai 35% sedangkan Telkom menguasai sisa 65% sebagai pemilik saham mayoritas.

# STRUKTUR ORGANISASI



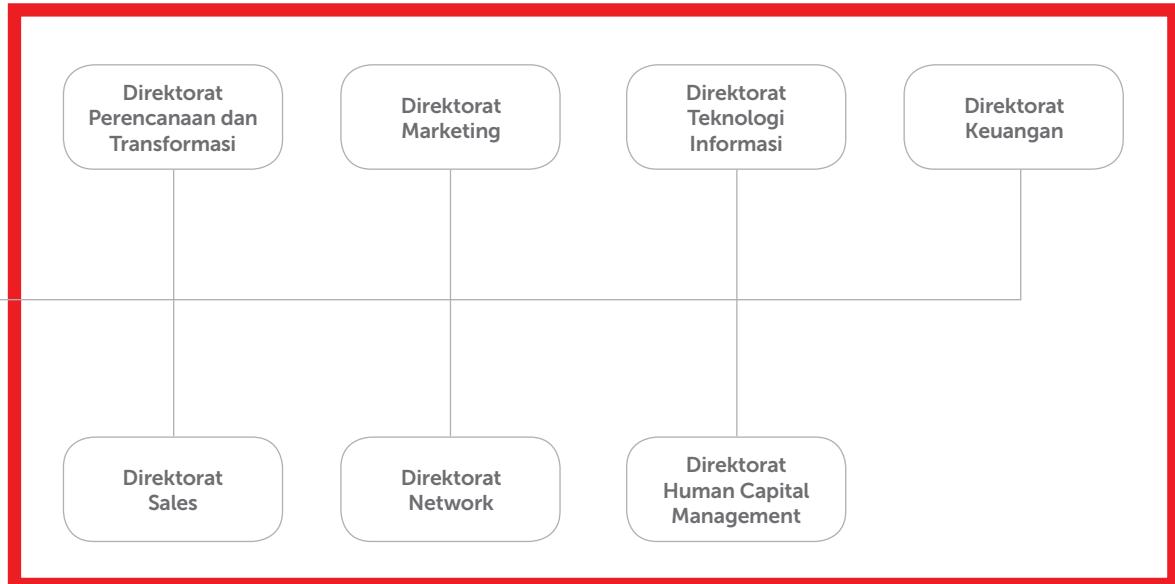
## PRODUK & LAYANAN UTAMA



Diposisikan sebagai brand kartu pascabayar pilihan bagi para profesional dan pelanggan korporat. kartuHalo menyediakan layanan komunikasi seluler yang komprehensif dengan berbagai keunggulan yang eksklusif. Kami juga memperluas sasaran pengguna kartuHalo ke kalangan profesional muda dan memposisikannya sebagai kartu pascabayar yang paling keren dengan nilai tambah terbaik bagi segmen menengah keatas.



Diposisikan sebagai brand kartu prabayar untuk menunjang gaya hidup modern para pelanggan bagi segmen kelas menengah, simPATI adalah brand prabayar Telkomsel yang telah memenangkan banyak penghargaan. simPATI senantiasa menawarkan beragam paket layanan dan promosi yang inovatif dan menarik guna mendorong penggunaan layanan *Data mobile*.



Diposisikan sebagai brand kartu prabayar yang "bernilai tambah dengan harga yang terjangkau", Kartu As adalah brand kartu prabayar Telkomsel menyasar pelanggan yang mencari biaya terjangkau (*value*) dengan menawarkan berbagai keunggulan bagi pelanggan.



Diposisikan sebagai brand prabayar yang menyasar segmen pelanggan muda. Dengan tagline "Ini KITA", LOOP membawa semangat muda yang didukung oleh motto brand itu sendiri yaitu "*being better together*" yang berfokus pada penyediaan ragam Layanan Data dan Digital yang menarik.

# JEJAK LANGKAH



- Berhasil melampaui target 100 juta pelanggan sehingga memposisikan Telkomsel sebagai operator telekomunikasi terbesar ketujuh di dunia dalam hal jumlah pelanggan.
- Peresmian Fasilitas Riset dan Pengembangan pertama di Indonesia untuk teknologi seluler.
- Peluncuran Tap Izzy yang merupakan sistem pembayaran berbasis seluler pertama di Indonesia yang mengubah telepon seluler layaknya dompet elektronik.

- Telkomsel meluncurkan 3 program Mahakarya: *Digital World*, *Great Payment Experience* dan *TrueBEx (True Broadband Experience)*.
- Memperkuat pengaturan kembali spektrum frekuensi 1800 MHz, dan meluncurkan jaringan LTE di 14 kota dengan 2,2 juta pengguna LTE.
- Mencapai lebih dari 100.000 BTS dan 150 juta pelanggan.
- Mewujudkan *Triple 3 Strategy*, yaitu *Enterprise Value* lebih dari Rp300 triliun, pertumbuhan pendapatan kumulatif dalam 3 tahun sebesar 33%, dan Kontribusi Bisnis Digital sebesar 33% terhadap Total Pendapatan yang terealisasi pada kuartal IV/2015.
- Fokus pada penciptaan pengalaman pelanggan yang konsisten unggul (CX), ekosistem IoT Digital untuk Fleet Management dan *New Talent Management* untuk mendukung *Digital Mastery*.
- Mendapat tambahan spektrum sebesar 30 MHz pada frekuensi 2300 MHz dari pemerintah, yang akan dimanfaatkan untuk menyediakan layanan Data terbaik kepada pelanggan dan mendukung Rencana Pita Lebar Indonesia 2014-2019 [sebagai bagian komitmen dari Telkomsel terhadap negara].
- Cakupan layanan 4G LTE Telkomsel kini menjangkau 490 kota kabupaten di seluruh Indonesia.
- LinkAja secara resmi diluncurkan pada tanggal 30 Juni 2019 di bawah PT Fintek Karya Nusantara. LinkAja yang merupakan kolaborasi BUMN 'Dari dan Untuk Indonesia', adalah satu-satunya perusahaan fintech yang didukung oleh beragam bisnis lintas sektor termasuk perusahaan perbankan, asuransi dan minyak.
- Dunia Games menerbitkan e-game terbaru bertajuk 'Lord of Ester'. Aplikasi online mobile game bergenre RPG (role-playing game) ini dilengkapi dengan berbagai macam mode permainan, karakter dan *in-app purchase*.
- Telkomsel secara resmi meluncurkan by.U, layanan seluler prabayar digital pertama di Indonesia yang menghadirkan pengalaman digital secara end-to-end untuk semua kebutuhan telekomunikasi, mulai dari pemilihan nomor hingga diterimanya kartu SIM, penambahan pulsa dan kuota, serta pembayaran.
- Telkomsel berhasil melakukan uji coba panggilan video menggunakan jaringan 5G yang pertama, juga sukses melakukan uji coba kecepatan jaringan 5G di Batam, Kepulauan Riau.

2011

2013

2015

2017

2019

2012

2014

2016

2018

- Peluncuran *Seamless Mobile Wi-Fi* pertama bagi pelanggan di Indonesia yang akan memindahkan secara otomatis dari koneksi yang berbasis jaringan 2G/3G ke jaringan Wi-Fi agar dapat mengakses layanan data dengan kecepatan tinggi.

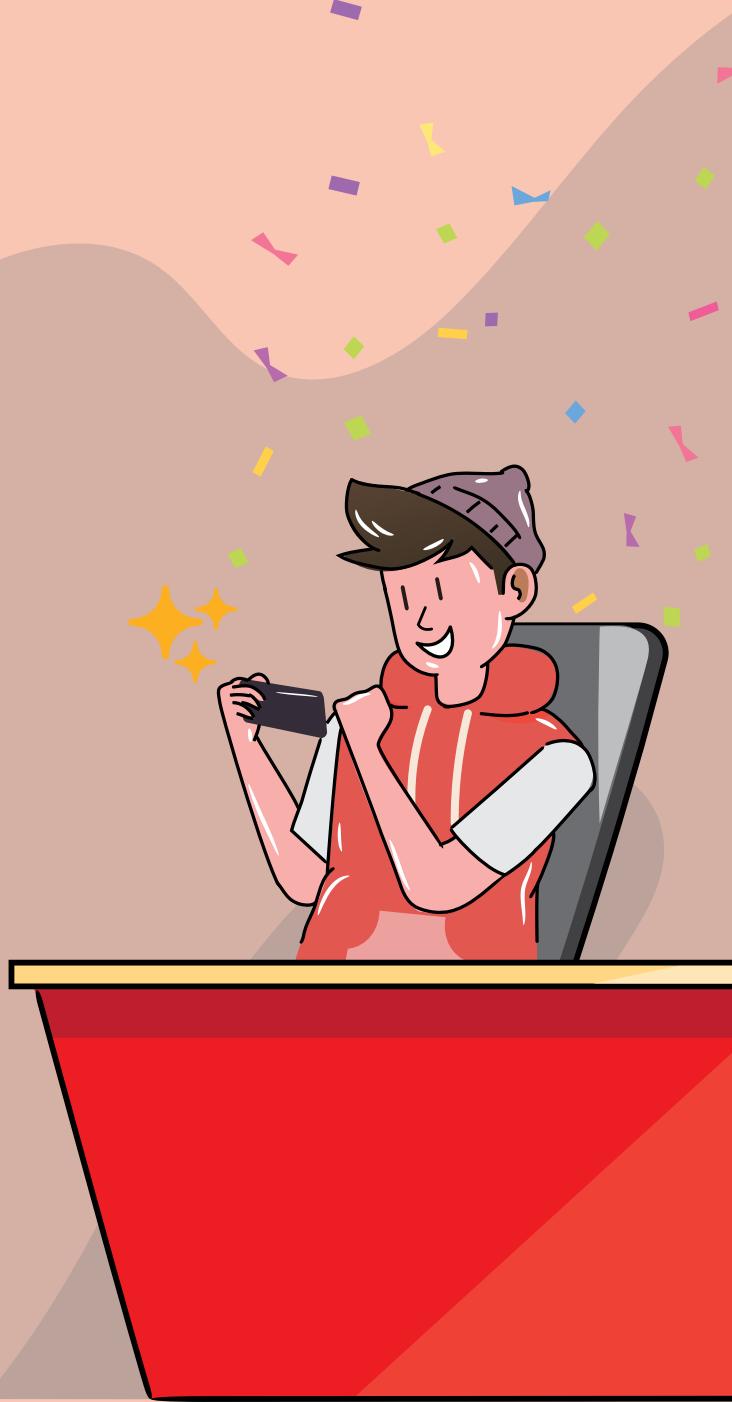
- Peluncuran program Mahakarya Telkomsel: CRM, M2M, dan *Winning the Youth*.
- Penandatanganan kesepakatan antara Telkomsel & Telkom mengenai *Conditional Business Transfer Agreement* (CBTA) dalam memanfaatkan spektrum Flexi.
- Telkomsel menjadi operator pertama yang meluncurkan layanan 4G LTE secara komersial di seluruh Indonesia.

- Meluncurkan 3 program Mahakarya: *Big Data*, *Lead 4G*, dan *Customer Experience*.
- Memperluas jangkauan LTE mencakup lebih dari 80 kota *Broadband* di seluruh negeri.
- Mencapai pertumbuhan *triple double digit* dalam Pendapatan (+14,0% YoY), EBITDA (+16,9% YoY) dan Laba Bersih (+26,1% YoY) selama lima tahun berturut-turut.

- Perluasan posisi ekosistem video dengan peluncuran MAXstream, video portal one-stop yang menggabungkan aplikasi video OTT, saluran linear dan konten VOD.
- Meluncurkan pengalaman teknologi 5G pertama melalui "Telkomsel 5G Experience Center" yang dibuka bagi umum selama ajang Asian Games 2018.
- Layanan TCASH dibuka untuk digunakan pelanggan penyedia telekomunikasi manapun sehingga dapat dimanfaatkan semua orang untuk beragam jenis transaksi digital yang memberikan kemudahan kapan saja dan dimana saja.
- Peluncuran perdana seri orisinal 'Brata' yang sajikan dalam Bahasa Indonesia, dan dapat dinikmati di HOOQ dan MAXstream.
- Telkomsel menerbitkan game e-sport perdana bertajuk Shellfire yang dibuat untuk membidik komunitas gamer.

# TINJAUAN BISNIS

# 04





# Visi

Menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital bergerak yang terpercaya dan berkelas dunia

# Misi

Memberikan layanan dan solusi digital bergerak yang melampaui harapan pelanggan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan ekonomi bangsa

S

Setelah mengalami pertumbuhan negatif pada tahun 2018, industri telekomunikasi Indonesia pulih kembali pada tahun 2019 yang didukung oleh pertumbuhan layanan Data yang stabil serta upaya pendaftaran SIM yang dilakukan untuk menjaga kualitas pelanggan.

Telkomsel mencatat laju pertumbuhan yang serupa, berbalik dari angka pertumbuhan negatif sebesar -4,3% YoY di tahun 2018 menjadi +2,1% YoY di 2019 yang didukung oleh meningkatnya pertumbuhan pendapatan layanan Data sebesar +22,3% YoY serta pendapatan Layanan Digital yang tumbuh sebesar +29,0% YoY. Pencapaian tersebut sebagai pembuktian atas keyakinan Telkomsel pada Layanan Data dan Digital sebagai masa depan industri telekomunikasi, sekaligus mendorong angka pertumbuhan EBITDA dan Laba Bersih Telkomsel yang positif masing-masing sebesar +3,7% dan +1,0% YoY dibandingkan dengan -11,5% dan -16,0% pada tahun 2018.

Pertumbuhan didukung oleh peningkatan penetrasi 4G yang stabil, yang pada gilirannya memicu peningkatan penggunaan Data oleh pelanggan Telkomsel menjadi 5,2GB per pengguna Data (+54,7% YoY). Pertumbuhan pendapatan Telkomsel juga didukung oleh kualitas pelanggan yang berhasil dijaga di level menengah keatas serta kelanjutan fokus pada segmen anak muda, melalui diversifikasi produk disertai pengalaman dan kualitas jaringan yang unggul sebagaimana

# SEKILAS STRATEGI KORPORASI

tercermin dari peningkatan APRU sebesar +13,3% YoY dan pertumbuhan pelanggan sebesar +5,0% YoY.

Telkomsel juga meningkatkan volume penggunaan pelanggan berikut pengalamannya melalui beragam penawaran yang memberikan nilai lebih, antara lain dengan memperkaya konten Layanan Digital seperti *Games*, *Movie*, *e-Payment* dan lain-lain, serta bermitra dengan *content provider* untuk meningkatkan *customer engagement & loyalty*. Telkomsel juga mengandalkan jaringannya yang kuat serta Bisnis Digitalnya untuk memantapkan kepemimpinannya di segmen *digital savvy* dan milenial.

Selanjutnya, tahun 2019 ditandai oleh *spin-off* TCASH sebagai produk *Mobile Financial Service* Telkomsel, yang *di-rebrand* sebagai LinkAja dan kini menjadi salah satu pemain utama dalam lanskap ekosistem pembayaran digital Indonesia.

Seluruh pencapaian tersebut sebagai hasil dari Rencana Strategi Perusahaan 5-Tahunan Telkomsel,

yang menetapkan Tujuan Strategis sebagai berikut: "*Sharpening the Core*", "*Creating Expansive Offers*" dan "*Transforming the Operating Model*". Rumusan tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesiapan Telkomsel dalam menghadapi penurunan Bisnis Legacy yang tak terhindarkan serta mempercepat pertumbuhan Bisnis Digital.

Pada tahun 2019, tujuan-tujuan tersebut diterapkan melalui 5 program utama. Tujuan pertama, *Sharpening the Core*, didukung oleh program "*Gain High Value Customers across Families & B2B*". Tujuan kedua yaitu *Creating Expansive Offers*, didukung oleh 2 program yaitu "*Scale-up Digital advertising & Big Data*" dan "*Drive Dominant Share of Indonesian Gaming Ecosystem*". Tujuan ketiga "*Transforming the Operating Model*", disalurkan melalui program "*Accelerating Digital Channels using LinkAja*" dan "*Innovative Digital Talent Sourcing*".

Khusus di tahun 2019, Telkomsel juga menetapkan Tema Korporat yaitu "*Lead Performance for Healthy Growth & Profitability*" yang selanjutnya diturunkan menjadi 3

pilar: "*Embracing Best-in-Class Digital Customer Experience*", "*Intensifying Digital Business*", dan "*Driving Smart Initiatives on Cost Effectiveness*". Sebagaimana tercermin dari kinerja operasional dan finansial, Telkomsel berhasil meraih Tema Korporat yang ditetapkan untuk 2019.

Ke depannya, Telkomsel akan terus mengandalkan pertumbuhan Layanan Data dan Digital untuk meraih masa depannya sebagai *Telco Digital Company* serta perusahaan *Data-centric* yang terdepan. Telkomsel berkomitmen untuk memberikan Konektivitas Data terbaik melalui ketersediaan layanan 4G di seluruh Indonesia, yang pada saat ini sudah mencakup 95% dari seluruh penduduk Indonesia. Telkomsel juga berkomitmen untuk membangun Ekosistem Digital Indonesia baik melalui pengembangan Layanan Digital Telkomsel sendiri (seperti *Digital Advertising*, *IoT*, *Big Data*, *Digital Lifestyle* dan lain-lain) maupun melalui pemanfaatan seluruh aset *telco* milik Telkomsel yang relevan hingga dapat menjadi *enabler* untuk Layanan Digital.

**TELKOMSEL MENCATAT LAJU PERTUMBUHAN YANG SERUPA, BERBALIK DARI ANGKA PERTUMBUHAN NEGATIF SEBESAR -4,3% YOY DI TAHUN 2018 MENJADI +2,1% YOY DI 2019 YANG DIDUKUNG OLEH MENINGKATNYA PERTUMBUHAN PENDAPATAN LAYANAN DATA DAN LAYANAN DIGITAL.**

# PROGRAM TRANSFORMASI

Dalam rangka melakukan transformasi dan mewujudkan cita-citanya menjadi Digital Company serta penyedia layanan Mobile Digital yang terkemuka, Telkomsel melanjutkan proses transformasinya yang menyentuh semua aspek bisnis termasuk ekosistem, organisasi, orang, dan budaya kerja.

Untuk memastikan bahwa fundamental Perusahaan dapat memberikan dukungan yang tepat untuk mendorong pertumbuhan di semua aspek, maka *enabler* penting termasuk adanya *future-fit organization*, *energized workforce* serta *lean operation*.

Pada tahun 2019, dengan mengacu pada rencana strategis perusahaan, Telkomsel menetapkan sejumlah program di dalam tiga kategori transformasi mobile utama yang secara keseluruhan bertujuan membangun Digital Bisnis sembari mempertahankan bisnis Legacy dan memperluas konektivitas Data.

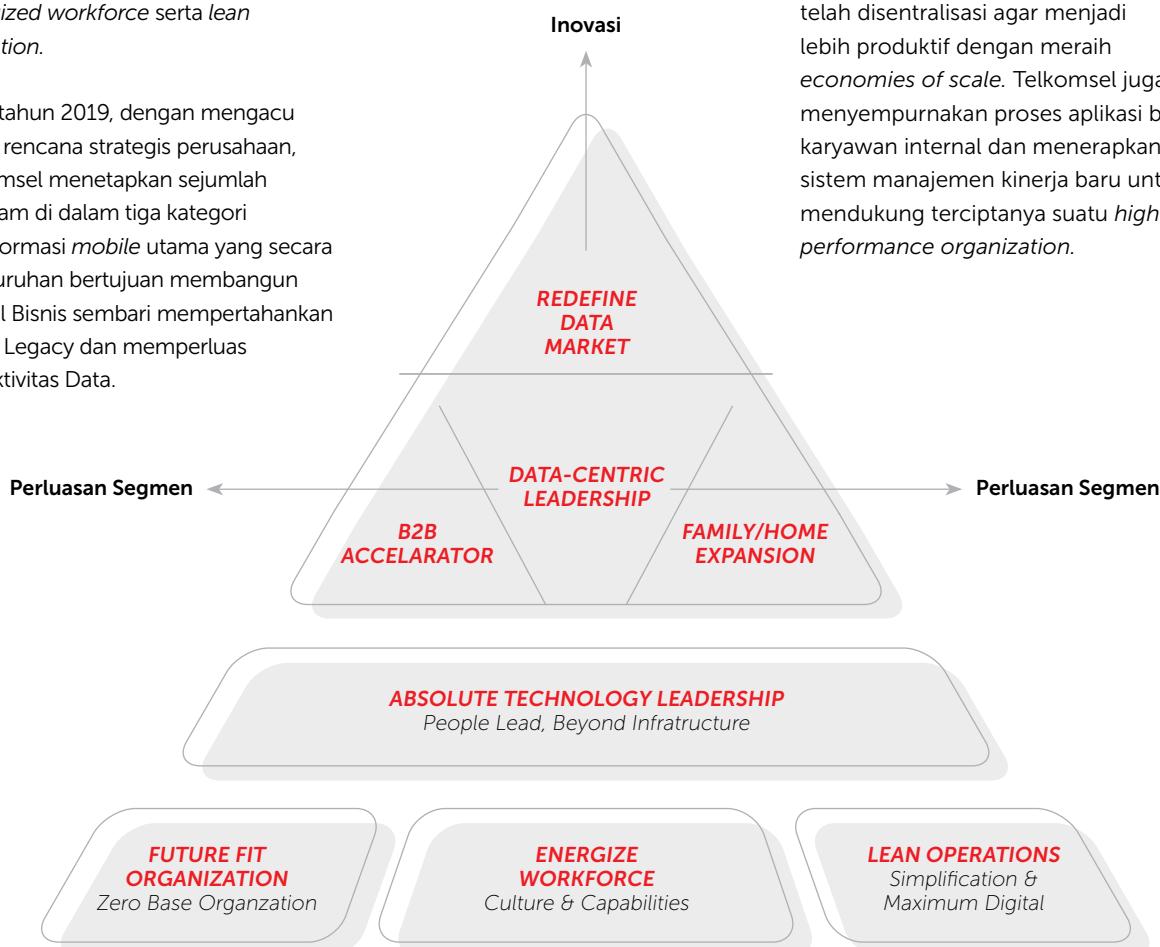
Secara umum, seluruh program berhasil dirampungkan dengan baik sehingga memberikan kontribusi positif pada kinerja Telkomsel sepanjang tahun.

## MEMBANGUN LANDASAN DI TAHUN 2019

Saat ini Telkomsel sedang dalam proses membangun struktur organisasi yang *future-fit* sesuai perubahan fokus dari *product* dan *network-centric* menjadi *customer-centric* melalui

penyesuaian struktur organisasi untuk mendukung segmentasi *end-to-end B2C (Business to Business)* dan *B2C (Business to Consumer)*. Telkomsel juga menguatkan *enabler* dan fungsi pendukung dengan menjalin kemitraan bisnis di TI, Jaringan, Human Capital Management, Keuangan serta Legal. Transformasi tersebut saat ini masih berjalan.

Dalam rangka perubahan struktur organisasi tersebut, fungsi-fungsi tertentu seperti Pengadaan (*Procurement*) dan Pelayanan Umum di tingkat Area dan Region telah disentralisasi agar menjadi lebih produktif dengan meraih *economies of scale*. Telkomsel juga menyempurnakan proses aplikasi bagi karyawan internal dan menerapkan sistem manajemen kinerja baru untuk mendukung terciptanya suatu *high performance organization*.





Kunci dari transformasi adalah Manusia/Orang. Dalam *Energized Workforce*, Telkomsel berfokus pada tindakan untuk meningkatkan kapabilitas dan proses digital yang dimiliki secara internal. Inovasi produk didorong pada 2019 melalui pembentukan *agile squad* untuk menunjang inovasi di segmen B2B, Digital, dan Keluarga.

Tahun ini, Telkomsel juga ikut melakukan aksi korporasi untuk membangun semangat tenaga kerja yang dimiliki melalui TMI (Telkomsel Mitra Inovasi) dan Finarya (Fintek Karya Nusantara atau LinkAja). Selain itu, Telkomsel membangun ekosistem digital eksternal maupun internal melalui berbagai beragam kegiatan, seperti IndonesiaNEXT, innoXtion, The NextDev dan TINC (*Telkomsel Innovation Center*).

Telkomsel juga meluncurkan *Telkomsel Expert Development Program*, sebuah program peningkatan kapabilitas baru yang memberikan pelatihan dalam berbagai jenis keterampilan baru seperti *Data Science*, UX, dan Kepemimpinan. Lebih dari 2,000 karyawan tertarik untuk melamar. Lebih dari 80 karyawan dan 50 pemimpin lulus dari pelatihan *Data Science* dan *UX Academy* Telkomsel.

Untuk tahun depan, direncanakan program pengembangan dalam

jumlah yang semakin banyak mencakup kesempatan magang di Singtel Group serta pelatihan *Business Intelligence*, *Pricing Analytics*, *Human Centric Design* and *Mobile SW Developer*. Program budaya perusahaan juga dikembangkan dalam bentuk survei Entropy Index serta aktivasi dari: *Agile*, *Open Mindset* dan *Experimental* sebagai tiga aspek budaya yang penting.

Untuk memastikan bahwa pengembangan kapabilitas baru di seluruh organisasi ditunjang oleh lingkungan yang nyaman serta adanya akses terhadap informasi dan pengetahuan, Telkomsel menyelenggarakan banyak kegiatan termasuk *Transformational Expert Development Festival* (T.E.D. Fest), T-Flyers Talks, dan Podcast (Podcast T-Flyers).

Digitalisasi merupakan kunci untuk menciptakan *Lean Operations*. Moana sebagai aplikasi *one-stop* yang dibangun untuk karyawan, disempurnakan dan diluncurkan kembali pada tahun 2019. Moana mengintegrasikan berbagai proses dan membantu karyawan dalam melaksanakan kegiatan administrasi kantor seperti layanan umum, *Human Capital Management*, dan Keuangan. Aplikasi ini mendigitalisasi sejumlah fungsi yang dulunya dilakukan secara manual. Juga pada tahun 2019, Telkomsel memprakarsai implementasi RPA (*Robotic Process Automation*), yang bertujuan untuk mengotomatisasi berbagai tugas rutin sehingga operasional menjadi lebih efisien.

## KEPIMPINAN TEKNOLOGI YANG MUTLAK

Telkomsel perlu meningkatkan kemampuannya untuk membangun kompetensi baru agar dapat mendukung inovasinya di masa depan. Dengan demikian, proyek *IT Technology Advisory* dan *IT Agile* dilaksanakan untuk memastikan keselarasan dan kecukupan teknologi dan SDM Telkomsel dalam mendukung proyek strategis. Ke depan, kami percaya bahwa Telkomsel akan melakukan banyak inovasi yang didukung oleh akselerasi dalam membangun kemampuan baru.

Selain itu, kami juga melakukan transformasi pada saluran penjualan kami dan meningkatkan *point-of-sales* menjadi lebih produktif serta menguatkan sinergi antara *channel* kami.

## MENDORONG PERTUMBUHAN MELALUI PERLUASAN SEGMENT DAN INOVASI PRODUK

Di tahun 2019, B2B mempercepat pertumbuhannya dengan menerapkan *end-to-end integration* dan akuntabilitas mulai dari saluran penjualan hingga kegiatan *collection* dan pengembangan berdasarkan segmen. Dalam segmen Pemerintahan, kami meraih pertumbuhan melalui kemitraan dengan Telkom Group untuk GTMA (*Go to Market Agreement*) yang baru. Dalam segmen Perusahaan Besar, pertumbuhan didorong oleh paduan solusi yang efektif. Sedangkan di segmen UKM (Usaha Kecil Menengah), pertumbuhan didukung oleh platform UKM digital kami yaitu "99% Usahaku". B2B juga melakukan transformasi radikal bahkan sampai dasar

usaha, dengan menyederhanakan bisnisnya sehingga pada ujungnya dapat meningkatkan *customer journey*. Transformasi ini telah memangkas waktu pemrosesan menjadi kurang dari satu hari, mulai dari *customer discovery* hingga *contracting*, dengan memungkinkan pelanggan untuk menyelesaikan sendiri 60%+ dari semua masalah (*self-service*), sehingga waktu *account manager* yang dihabiskan untuk mengurus pelanggan berkurang menjadi kurang dari 20%.

Dalam program *Data Centric Leadership*, platform manajemen data kami dikembangkan melalui kerjasama dengan mitra terpilih. Platform tersebut juga telah berintegrasi dengan seluruh platform iklan digital dalam rangka meningkatkan pelayanan bagi pelanggan B2B maupun pelanggan B2C.

Dalam program *Family & Home Expansion* sebagai program ketiga di kategori ini, Telkomsel fokus untuk memberikan solusi layanan rumah yang terbaik melalui kolaborasi dan kemitraan, yang sebagai hasilnya membutuhkan produk *Indihome Fixed Mobile Convergence Bundling* yang ditujukan baik bagi pelanggan pascabayar maupun prabayar.

Inovasi produk selalu merupakan prioritas bagi Telkomsel. Pada tahun 2019, kami meluncurkan 'by.U', layanan seluler prabayar digital *end-to-end* pertama di Indonesia. Aplikasi seluler yang inovatif ini menargetkan segmen muda dan diharapkan dapat mendefinisikan kembali pasar Data kami dengan mendukung

perilaku digital yang cerdas serta interaksi *online*. 'by.U' memberikan *customer journey* yang lebih baik dan menyederhanakan pengalaman pelanggan. by.U dikembangkan dengan mengandalkan *business insights* dalam membangun inovasi menggunakan kombinasi platform TI dan *lean organization model*.

### KOMITMEN UNTUK TRANSFORMASI

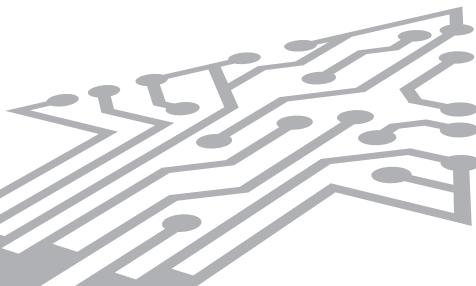
Transformasi Telkomsel akan dilanjutkan dengan berfokus pada 4 aspek penting. Pertama, Telkomsel akan fokus pada transformasi komersial dengan melanjutkan program B2B yang sedang berlangsung dan melaksanakan program B2C baru, didukung oleh pembentukan *agile squads* di seluruh organisasi.

Fokus kedua yaitu mendigitalkan bisnis inti menuju proses internal yang lebih efisien. Fokus ketiga adalah memperkuat budaya perusahaan dan cara kerja yang baru dalam rangka mendukung pola pikir yang baru serta perubahan perilaku. Keempat, yaitu melanjutkan percepatan pengembangan kemampuan baru.

Kami merasa yakin bahwa transformasi ini didukung sepenuhnya oleh karyawan kami, sebagaimana dapat dilihat dari hasil survei internal Telkomsel. Dukungan karyawan (*employee buy-in*) juga tercermin dari perubahan perilaku dalam berbagai kegiatan korporat.



INOVASI  
PRODUK SELALU  
MERUPAKAN  
PRIORITY BAGI  
TELKOMSEL. PADA  
TAHUN 2019, KAMI  
MELUNCURKAN  
**'BY.U', LAYANAN  
SELULER PRABAYAR  
DIGITAL END-TO-  
END PERTAMA  
DI INDONESIA.**



# PEMASARAN

## PROGRAM DAN STRATEGI PEMASARAN

Untuk merampungkan transformasi perusahaan menjadi Perusahaan Telekomunikasi Digital terkemuka, di tahun 2019 Telkomsel meluncurkan berbagai program, promosi, dan penawaran produk untuk mempertahankan pendapatan Legacy dan mendorong Bisnis Digital menjadi mesin penggerak pertumbuhan yang utama.

Strategi dan program pemasaran tersebut diselaraskan secara seksama dengan setiap segmen pelanggan, dan Telkomsel juga memberikan penawaran yang dipersonalisasi untuk setiap pelanggan dengan memanfaatkan saluran digital untuk cara implementasi yang efisien. Telkomsel juga fokus pada peningkatan pertumbuhan *payload* dan akuisisi pengguna Data, juga untuk meningkatkan jumlah data yang digunakan pelanggan melalui pemberian konten yang relevan serta produk digital yang dapat dinikmati dimana saja.

Untuk menghadirkan konten yang semakin menarik dan relevan dalam jumlah yang lebih banyak, Telkomsel menjalin hubungan dengan mitra strategis untuk memperkaya konten di platform digital yang sudah ada dan meluncurkan program-program “*more for more*” di seluruh proposisi nilai (*value proposition*) yang kami tawarkan.

### PASCABAYAR

kartuHalo adalah produk pascabayar Telkomsel yang diposisikan sebagai pilihan bagi pelanggan profesional dan korporat. kartuHalo menawarkan pengalaman pelanggan yang unggul, nilai tambah yang luar biasa serta keistimewaan gaya hidup khusus yang disesuaikan dengan kebutuhan para pelanggan. Di tahun 2019, Telkomsel meningkatkan *value proposition* brand kartuHalo dengan memberikan layanan hiburan premium dan memperkuat penawaran *bundling perangkat*. Dengan demikian, kartuHalo diposisikan sebagai kartu pascabayar yang memberikan *value* dan kenyamanan terbaik untuk segmen menengah dan atas.

Telkomsel juga masih memimpin di pasar pascabayar dengan menawarkan layanan seluler dan hiburan lengkap yang nyaman digunakan, pengalaman pelanggan yang unggul, dan keistimewaan gaya hidup eksklusif yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. Telkomsel juga memperluas salurannya dan memperkaya manfaat yang didapatkan pelanggan melalui kerjasama dengan mitra strategis seperti perbankan, *device principles*, distributor perangkat, dan e-commerce. Pada 2019, pelanggan kartuHalo mencatat pertumbuhan dua digit sebesar 18,1% menjadi 6,4 juta pelanggan.

kartuHalo berusaha memastikan untuk memberikan pelanggannya kenyamanan saat menikmati layanan pascabayar tersebut, dengan fitur

Batas Limit kartuHalo dapat diatur secara self-service untuk menjaga batas penggunaan. Selain itu pelanggan juga memiliki berbagai pilihan dalam melakukan pembayaran tagihan secara online.

Di tahun 2019, kartuHalo menjalankan dua program utama. Program pertama yaitu Halo Kick Gold & Platinum sebagai program berkelanjutan dengan kuota yang lebih tinggi, reward yang lebih banyak, hiburan, dan manfaat premium yang dirancang untuk memberikan kenyamanan bagi kalangan profesional. Pelanggan paket ini secara otomatis akan menikmati semua keuntungan program Halo Kick Gold & Platinum tersebut.

Program kedua yaitu Halo Play, kolaborasi antara kartuHalo dengan HBO GO dan beberapa provider video streaming OTT lainnya. Program ini menyasar masyarakat yang mencari paket layanan seluler lengkap yang sudah termasuk paket langganan untuk layanan hiburan premium seperti HBO GO, Viu, dan Vidio serta kuota hiburan lainnya. Paket ini mendukung gaya hidup harian perkotaan yang menikmati hiburan saat bepergian.



## PRABAYAR

Telkomsel memiliki tiga brand prabayar yang masing-masing menargetkan segmen pelanggan yang berbeda. *simPATI* sebagai brand prabayar populer, dirancang untuk memenuhi kebutuhan sebagian besar pelanggan, sementara Kartu As cocok bagi segmen yang mencari *value*, dan brand LOOP diposisikan sebagai pilihan segmen anak muda atau *next-generation*. Sepanjang 2019, LOOP berkomitmen untuk menghadirkan inovasi produk digital, program *engagement* yang relevan serta platform digital yang tepat untuk menjawab kebutuhan pengguna kalangan anak muda. Di 2019, total pelanggan prabayar Telkomsel berjumlah lebih dari 160 juta orang.



Di tahun 2019, Telkomsel mengadakan banyak program dan kegiatan yang ditujukan untuk mendorong konsumsi Data. Pelanggan yang masih dominan menggunakan paket Legacy Voice dan SMS, ditawarkan paket *Combo*

untuk mendorong mereka dalam menggunakan Data. Kuota *big voice minutes* juga ditawarkan melalui paket Talkmania Ultima dengan harapan pelanggan akan berpindah untuk membeli paket tersebut. Pelanggan yang membeli paket voice tanpa batas mendapatkan kesempatan untuk ikut dalam program undian.

Untuk meningkatkan Bisnis Digital, Telkomsel memperkaya konten dan memberikan nilai lebih sehingga pelanggan terdorong menggunakan dalam jumlah yang semakin banyak. Dibawah brand *simPATI*, Telkomsel merilis paket perdana hiburan *simPATI* yang mencakup kuota Maxstream sebanyak 3GB. Untuk brand Kartu As, Telkomsel menyelenggarakan program Pesta Kuota yaitu penawaran paket Data 10GB cukup dengan harga Rp 10, ditujukan bagi pelanggan yang melakukan isi ulang pulsa dalam jumlah tertentu. Telkomsel juga meluncurkan paket Ilmupedia yang memperkaya pendidikan di Indonesia melalui cara berbagi konten pendidikan dengan para pelajar, mulai dari harga Rp 25.000 untuk 3GB untuk mengakses platform pendidikan *online*. Selain itu, Telkomsel juga mengadakan program stimulasi dengan memberikan e-voucher tambahan bagi pelanggan yang membeli paket Data di saluran digital LOOP, dalam rangka menyambut acara-acara tertentu seperti hari libur nasional, hari kemerdekaan, tahun baru dan lain sebagainya.



Sepanjang tahun 2019, Telkomsel mengadakan berbagai acara untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan pelanggan, khususnya segmen anak muda. Contohnya Telkomsel Kickfest yang diadakan di Malang dan Bandung menghadirkan musisi lokal, berbagai kuliner dan brand pakaian lokal. Telkomsel juga mengembangkan LOOP Squad, akademi *content creator* online yang menyediakan kelas video bagi kaum milenial yang ingin menjadi influencer atau menajamkan kemampuan *content creator* masing-masing. Mereka dapat juga mengikuti berbagai tantangan yang rutin diadakan oleh LOOP Squad untuk pembuatan konten, salah satu topiknya adalah produk Telkomsel. Pada 2019, LOOP memiliki 3.500 buzzer Loop Squad.



LOOP melanjutkan kolaborasinya dengan Gramedia untuk mengadakan program Simulasi SBMPTN (Seleksi Bersama Masuk Perguruan Tinggi Negeri) di 19 kota, diikuti sekitar 16.000 peserta yang mendapatkan buku latihan gratis. Terakhir, untuk meningkatkan *brand awareness*, Telkomsel mengangkat pengalaman produk digital Maxstream, Dunia Games, dan Langit Musik dalam festival besar bertajuk *Oh My Gig* yang menghadirkan konser musik, kompetisi game, talkshow film, dan lebih banyak lagi.

#### DATA

Sejalan dengan inisiatif transformasi menjadi Perusahaan Telekomunikasi Digital, Telkomsel mengadakan berbagai inisiatif dan program untuk mencapai kepemimpinan *Data-centric* yang didukung oleh layanan konektivitas digital kualitas terbaik.

Pada tahun 2019, Telkomsel meluncurkan kuota internet *Oh My Gigabytes* (OMG!). Paket OMG! Ini dapat digunakan oleh pelanggan prabayar Telkomsel untuk mengakses aplikasi populer seperti YouTube, Facebook, Instagram, MAXstream, Viu, iFlix, KlikFilm, BeIN Sports, dan Nickelodeon Play tanpa biaya tambahan.

Telkomsel terus memperkuat komitmennya menjadi Perusahaan Telekomunikasi Digital yang mengedepankan kebutuhan pelanggan dengan menyesuaikan penawaran produk dan layanan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Kami memfasilitasi pelanggan dalam mengkonsumsi konten Layanan Digital seperti *video streaming* dan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari.



Telkomsel juga meluncurkan Kuota Keluarga di 2019 untuk menjawab kebutuhan pelanggan dengan keluarga. Kuota Keluarga menawarkan paket Data besar dengan quota sampai 90GB, sementara harga mulai di sekitar Rp150.000, yang dapat digunakan oleh anggota satu keluarga. Selain itu, Telkomsel mengakomodir kebutuhan pelanggan akan produk dengan denominasi rendah melalui peluncuran jenis voucher internet baru yang dapat dibeli baik di toko fisik maupun di aplikasi MyTelkomsel. Voucher tersebut memiliki masa penggunaan singkat 3 hingga 7 hari dengan total kuota hingga 3.5GB.

#### MYTELKOMSEL

Dalam rangka meningkatkan pengalaman pelanggan secara berkelanjutan, MyTelkomsel ditingkatkan dan disempurnakan pada tahun 2019 untuk mendukung kebutuhan pelanggan yang senantiasa berkembang. MyTelkomsel juga dilengkapi dengan lebih banyak metode pembayaran termasuk pembayaran rekening virtual untuk bank-bank besar, selain itu MyTelkomsel terhubung ke LinkAja dan e-wallet lainnya.

Untuk meningkatkan keterlibatan pengguna sebagai faktor penting, program *Daily Check-in* diperkenalkan kembali di MyTelkomsel dengan tampilan baru bekerja sama dengan LinkAja dan e-commerce lainnya. Kami juga menyediakan *in-app access*



ke video dan saluran TV dari Maxstream sehingga pengguna dapat menontonnya tanpa harus keluar dari aplikasi. Selain itu, pengguna juga dapat memainkan *mini game* di dalam aplikasi. Melalui akun Instagram @mytelkomsel, app, kami menghadirkan berbagai promosi untuk mendorong partisipasi pengguna dalam aktivitas yang lebih banyak sehingga MyTelkomsel digunakan lebih dari 18 juta pengguna aktif setiap bulan (MAU).

Tampilan aplikasi MyTelkomsel juga telah dirancang kembali dan diperbarui sehingga informasi semakin mudah dicari sehingga pengguna juga tertarik untuk berpartisipasi dalam program-

program yang ditawarkan. MyTelkomsel kini terintegrasi dengan Veronika, asisten virtual berbasis chat, suatu fitur yang memungkinkan pengguna untuk menanyakan produk dan layanan Telkomsel dengan cara yang nyaman dan interaktif.

Seiring dengan itu, tampilan dan penawaran MyTelkomsel dipersonalisasi dengan menampilkan manfaat loyalitas sesuai status *Loyalty Tier* masing-masing pengguna: *Diamond, Platinum, Gold & Silver*. Sejalan dengan seluruh pencapaian yang berhasil diraih pada tahun 2019, myTelkomsel dianugerahi penghargaan Gold untuk kategori Aplikasi pada acara *Public Relations Indonesia Award 2019*. Pencapaian tersebut sebagai hasil nyata dari seluruh rencana untuk meningkatkan dan mentransformasi MyTelkomsel

menjadi saluran digital pilihan terdepan di antara telco Indonesia lainnya serta pengguna digital.

#### PROGRAM LOYALITAS

Program Loyalitas Telkomsel berupaya meningkatkan loyalitas pelanggan dengan memberikan mereka pengalaman yang memuaskan baik dalam bentuk acara online maupun on the ground. Telkomsel juga mengapresiasi pelanggan dengan cara Loyalty POIN dapat ditukar di mitra e-commerce Telkomsel.

#### Telkomsel Siaga Sebar Hepi (HUT / Ramadan & Akhir Tahun)

Merupakan program Undian Berhadiah Telkomsel terbesar, diadakan dua kali dalam setahun. Di tahun 2019, periode undian pertama dijalankan sekitar HUT Telkomsel pada bulan Mei dan periode kedua berlangsung pada akhir tahun dari bulan November hingga Desember 2019. Dalam setiap periode, Telkomsel membagikan ribuan hadiah seperti mobil mewah, sepeda motor, smartphone, Saldo LinkAja, dan lainnya.





### Telkomsel POIN

Untuk meningkatkan pengalaman pelanggan selama penukaran POIN dan memicu minat pelanggan, Telkomsel mengadakan program penukaran khusus untuk Telkomsel POIN seperti POINTastic Deals, POIN Jajan LinkAja dan Racing POIN. Telkomsel bekerja sama dengan berbagai mitra seperti distributor handset, situs e-commerce, merchant, LinkAja, dan lainnya untuk menyediakan smartphone, voucher, paket telekomunikasi, saldo bonus LinkAja, dan lainnya sebagai hadiah. Telkomsel juga mengadakan program musiman yang dikaitkan dengan acara-acara khusus seperti Customer Day, Movie Premier dan POIN Festival, yang dapat diikuti pelanggan dengan menukarkan POIN mereka.

### Undi Hepi

Program promosi Loyalitas kami yang paling diminati telah di kembangkan, berdasarkan *feedback* pelanggan

untuk memilih hadiah dan periode program yang lebih pendek.



Undi Hepi merupakan varian program undian berhadiah baru, yang memungkinkan pelanggan untuk memilih hadiah yang diinginkan.

### Donasi

Masyarakat Indonesia memiliki tradisi kuat untuk saling membantu. Telkomsel kini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk mendonasikan POIN mereka demi kegiatan sosial. Misalnya POIN dari

pelanggan bisa ditukar menjadi uang atau barang yang kemudian dikirim ke daerah bencana, contohnya untuk membantu anak yatim piatu di Palu saat gempa tahun 2019.



### Promosi Twin Date Merchants

Telkomsel bekerja sama dengan mitra untuk mengadakan promo *merchant* Belanja Online pada sejumlah twin date (tanggal kembar) di tahun 2019 yaitu 9.9 (September), 10.10 (Oktober), 11.11 (November), dan 12.12 (Desember). Banyak mitra e-commerce yang ikut serta dalam program ini seperti Zalora, Lazada, Shopback dan Bukalapak sehingga pelanggan tertarik untuk menukar POIN mereka.



## Kemitraan Baru untuk Lounge Bandara

Telkomsel dalam salah satu program yang dikhkususkan untuk pelanggan HVC, kini menyediakan lounge bandara untuk pelanggan Gold, Platinum dan Diamond serta pelanggan korporat Eksekutif. Layanan ini tersedia di 16 lokasi di seluruh Indonesia sebagai bagian dari upaya kami untuk memperluas layanan kepada pelanggan Telkomsel.



**PROGRAM BUNDLING PERANGKAT**  
Telkomsel berupaya menyentuh gaya hidup digital sehari-hari setiap orang Indonesia, memberikan kenyamanan bagi pelanggan dan mendukung mereka untuk lebih menikmati hidup melalui *brand experience* dan layanan Telkomsel. Untuk mewujudkan inisiatif ini, Telkomsel bermitra dengan prinsipal dan distributor perangkat untuk menawarkan paket



bundling perangkat terbaik yang juga paling menguntungkan bagi prinsipal dan distributor perangkat.

Di tahun 2019, Telkomsel memperkuat kolaborasi kemitraan antara prinsipal perangkat dan distributor di saluran perangkat modern maupun saluran perangkat tradisional. Telkomsel bekerja sama dengan prinsipal dan distributor untuk melakukan *bundling* atas perangkat dengan kartu SIM, voucher, migrasi perangkat 4G, aktivasi penjualan, dan *co-marketing* dengan keuangan, asuransi, perbankan, e-commerce, korporat besar serta UKM.

Untuk pelanggan pascabayar, Telkomsel bekerja sama dengan distributor perangkat untuk meningkatkan penjualan di lebih dari 70 GraPARI secara nasional. Selain itu, untuk meningkatkan penetrasi pelanggan 4G, kartuHalo secara aktif melakukan promosi taktis yang melibatkan prinsipal, mitra perangkat (*device partners*), perbankan, *micro finance* dan *e-commerce* dalam menawarkan paket bundling perangkat 4G yang menarik dengan *cashback* dan cicilan 0% hingga 24 bulan. Paket bundling kartuHalo juga memberikan keuntungan lebih

dengan kuota tinggi hingga 50GB per bulan, khususnya untuk mendukung *preorder* dan peluncuran *smartphone* andalan Telkomsel.

Melalui *TAU Dynamic Plan* sebagai paket bundling utama, Telkomsel memberikan nilai tambah dengan masa berlaku yang cukup lama (3 dan 6 bulan) serta kuota besar untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Telkomsel juga meluncurkan paket *TAU Lite 6* dan *TAU Lite 7* yang dibundel dengan *smartphone* 4G dengan harga terjangkau, yang tujuannya adalah meningkatkan penetrasi DNA (perangkat, jaringan, aplikasi) 4G secara nasional.

Melihat bahwa penggunaan *e-commerce* oleh pelanggan Telkomsel telah meningkat secara signifikan, Telkomsel menjalin kerja sama dengan beberapa situs *e-commerce* maupun *lending platform* untuk memberikan cicilan khusus dengan harapan pengguna Telkomsel semakin nyaman saat berbelanja *online*. Sejak pertengahan 2019, sebanyak 62 GraPARI di seluruh negeri telah menetapkan kemitraan

ready-to-sales dengan distributor perangkat. Pelanggan dapat melakukan bundling perangkat baru dengan paket kartuHalo dan prabayar TAU untuk mewujudkan kenyamanan maksimal dan pengalaman paket data terbaik.



Selama tahun 2019, Telkomsel melanjutkan memigrasikan pelanggan eksisting ke 4G dengan cara menggantikan kartu SIM lama dengan USIM dan memigrasi pengguna perangkat 2G/3G ke perangkat 4G. Pelanggan dapat memilih melakukan penggantian di GraPARI atau MyGraPARI, di acara tematik atau cukup dengan mengakses situs Telkomsel untuk menjadwalkan pengantarkan kartu USIM ke rumah pelanggan masing-masing.

## INTERKONEKSI

Tahun ini, layanan interkoneksi suara domestik maupun internasional Telkomsel masih dihadapkan pada disrupsi penyedia OTT (*Over the Top*) baik dalam lalu lintas *incoming* maupun *outgoing* domestic yang semua menurun. Meskipun tetap menghadapi disrupsi, layanan terminasi suara internasional tetap memberikan kontribusi pendapatan yang signifikan sehingga Telkomsel meningkatkan keamanan jaringannya dan mencegah kebocoran lalu lintas dengan melakukan *routing* melalui SIMBOX. Inisiatif penting lainnya untuk mengembangkan aliran pendapatan baru yaitu layanan internasional A2P SMS Telkomsel, yang mengamankan kebocoran *off net & on net traffic* dan mengelola saluran domestik maupun internasional dalam rangka memaksimalisasi monetisasi A2P SMS.

## ROAMING INTERNASIONAL

Dalam bisnis *roaming* internasional, Telkomsel terus mengubah struktur pendapatan Bisnis Roaming dari pola *Pay per Use* menjadi pola Paket, dengan menawarkan Paket Roaming yang menarik dan terjangkau.

Di penghujung tahun 2019, Telkomsel meluncurkan Paket Roaming baru yang agresif yaitu ROAMax yang memungkinkan pelanggan untuk terus menggunakan layanan Telkomsel di Asia dan Australia tanpa harus beralih menggunakan SIM Card

lokal. Bagi pelanggan yang pergi ke destinasi seperti Eropa, Amerika Serikat dan Kanada, ROAMax juga memberikan harga dan nilai tambah yang unggul dalam hal kuota Data, cakupan dan durasi. Pelanggan dapat menggunakan paket ini selama singgah di negara transit tanpa perlu membeli paket *roaming* lagi.



Dalam rangka memberikan layanan terbaik kepada *Very High Value Customers* dan VVIP, Telkomsel meluncurkan ROAMazing yaitu paket *roaming* internasional yang menawarkan jangkauan luas di 178 negara, kuota besar, dan kenyamanan tanpa batas dalam menggunakan layanan ini.

Telkomsel juga memberikan layanan dan dukungan terbaik bagi pelanggan yang melakukan perjalanan Haji ke Arab Saudi sehingga dapat terus terhubung dengan keluarga di Indonesia. Layanan *roaming* unggulan Telkomsel dihadirkan melalui kerja sama dengan Mitra Roaming di seluruh dunia, melalui keanggotaan di Bridge Alliance.

# LAYANAN DIGITAL

## TINJAUAN LAYANAN DIGITAL

Layanan Digital menjadi pendorong utama dalam transformasi Telkomsel menjadi Perusahaan Telco Digital. Perbaikan berkelanjutan serta investasi yang dilakukan selama bertahun-tahun telah memungkinkan kami untuk menyediakan layanan Digital yang maju di Indonesia, sejalan dengan misi kami untuk mempercepat inovasi dan memajukan bangsa. Layanan Digital kami terdiri dari *Digital Advertising, Mobile Banking, Big Data & API, Internet of Things* serta produk dan layanan *Digital Lifestyle*.

Kami terus membangun bisnis *Digital Advertising* kami yaitu DigiAds (sebelumnya Telkomsel *Digital Advertising*) sehingga menjadi media digital terkemuka di industri periklanan Indonesia. Pendapatan DigiAds yang sudah cukup signifikan pada tahun 2018 tumbuh sebesar 60% pada tahun 2019 dimana kami terus menciptakan solusi pemasaran digital yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan dengan meningkatkan persediaan iklan premium kami melalui analisis *Big Data*. Solusi tersebut dapat membidik audiens dengan sangat tepat, sehingga memberikan ROI yang lebih tinggi kepada pengiklan serta hasil yang semakin relevan pada audiens yang dibidik.

Bisnis *Mobile Banking* kami, mBanking, telah digunakan lebih dari 90 lembaga keuangan dalam menyediakan layanan *mobile banking* kami melalui SMS,

aplikasi USSD, IVR dan aplikasi mobile. mBanking memiliki peranan penting dalam meningkatkan akses masyarakat Indonesia untuk menjalankan transaksi keuangan melalui ponsel seluler, sehingga mBanking konsisten mencatat pertumbuhan dua digit yang solid.

Bisnis *Big Data* kami (MSIGHT) berhasil kami bangun dengan cepat, dengan memberikan pengertian (*insight*) yang mendalam kepada berbagai institusi berdasarkan data dari *Telco Big Data* kami, yang selanjutnya dapat ditindaklanjuti. Berperan sebagai *enabler* atas proses Digital Transformasi bagi klien, kami menyediakan *lead generation, telco credit scoring, market insights* dan platform API untuk lebih dari 40 perusahaan termasuk lembaga keuangan, *e-commerce unicorn*, sistem integrator, penyedia logistik dan Pemerintah Indonesia. Salah satu pendorong pertumbuhan kami, *Credit Scoring API*, telah memfasilitasi pencairan lebih dari Rp 250 miliar dalam pinjaman pribadi dari lebih dari 20 lembaga keuangan dengan 3 juta hits API. Kami juga membantu pemain *e-commerce* utama dalam memahami posisi mereka di pasar serta mengaktifkan pelanggan untuk meningkatkan pengeluaran pelanggan yang ada dan memperoleh pelanggan baru yang produktif.

Keberadaan kami di bisnis *Internet of Things (IoT)* terus kami kembangkan sehingga tidak hanya menyediakan jasa konektivitas melainkan juga analitik dan solusi

untuk meraih peluang yang lebih besar di lanskap industri. Kami juga telah mengembangkan bisnis IoT di portofolio industri kami sehingga tumbuh dua kali lipat: *Smart Connectivity, Fleet Management, Remote Tank Monitoring, Asset Tracking, and Managed Networks*.

Ke depan, kami akan terus meningkatkan bisnis Layanan Digital dengan mendorong inovasi dan kemitraan agar tumbuh semakin pesat, seiring mengembangkan ekosistem digital sebagai landasan penting untuk menjadi Perusahaan Telco Digital dan membangun Indonesia Digital.

## PERIKLANAN DIGITAL (DIGITAL ADVERTISING) – JAUH MELAMPAUI LAYANAN SMS



Sesuai dengan tren akselerasi industri iklan digital yang dinamis, pada awal 2019 kami melakukan *rebranding* pada Telkomsel *Digital Advertising* menjadi DigiAds. Branding baru yang unik ini telah memperkuat kedudukan kami sebagai penyedia solusi periklanan digital yang komprehensif di berbagai saluran, yang mampu memenuhi permintaan pengiklan akan layanan konsultasi periklanan digital berkualitas, *data analytics*, solusi media dan fungsi pelaporan. DigiAds menyediakan solusi periklanan seluler yang paling

beragam di Indonesia. Solusi tersebut memanfaatkan seluruh kemampuan kami untuk beriklan melalui fungsi *Messaging, Programmatic Display & Video, Contextual & Location Based Advertising (LBA)* serta *Rewards & Mobile Coupon*, dengan mengandalkan hasil analitik data canggih yang dilakukan untuk lebih dari 171 juta pelanggan Telkomsel. Kami bermitra dengan penyedia teknologi internasional terkemuka di industri untuk memberikan layanan dengan kualitas terbaik, dengan mengandalkan persediaaan iklan kami yang luas serta metode analisis kami. Kemampuan kami untuk membidik audiens dengan sangat akurat ditambah jangkauan kami yang luas serta inventaris telco yang paling besar di Indonesia, secara keseluruhan mendukung pengiklan untuk menyesuaikan iklan dengan audiens dengan lebih tepat sehingga hasilnya juga meningkat.

Permintaan terus meningkat akan iklan yang berbasis kinerja (*performance-based advertising*), terutama dalam industri layanan *online*. Untuk menjawab kebutuhan ini, DigiAds menyediakan kampanye yang berbasis kinerja (*performance-based campaigns*) termasuk pengukuran *Cost per Lead (CPL)*, *Cost per Installation (CPI)* dan *Cost per Acquisition (CPA)*. Kampanye tersebut selanjutnya ditingkatkan dengan fitur yang memungkinkan pengiklan untuk menghadiahikan responden dengan bonus Data (penawaran FRIDA), SMS dan paket Suara (penawaran GITA kami). Untuk

meningkatkan tingkat respons dan mendorong keterlibatan konsumen. DigiAds juga menyediakan layanan unggul berupa *Mobile Coupon Service* yang menggabungkan berbagai fitur untuk mengirim kupon seluler yang dibidik secara khusus, disertai penawaran yang dapat ditukarkan pada saat pembelian. Penawaran tersebut cukup sukses terutama dalam mendorong jumlah pengunjung retail atau restauran. Peningkatan produk dan layanan periklanan digital kami mendorong pertumbuhan yang signifikan dalam jumlah pengiklan yang menjadi mitra kami. Dengan demikian, kami berhasil melayani lebih dari 500 brand klien pada tahun 2019.

#### SOROTAN UTAMA

##### **1. Memperluas Tampilan dan Persediaan Iklan Video Kami**

Sejalan dengan upaya kami untuk memberikan nilai lebih diluar SMS, maka jumlah tampilan serta persediaan iklan video ditingkatkan secara signifikan pada aplikasi dan platform Telkomsel termasuk di myTelkomsel, MAXstream, Langit Musik dan Dunia Games. Kemitraan strategis dengan Kompas Gramedia Group (KGM) yang baru-baru ini diumumkan, membuka akses ke Tribunnews dan portal BolaSport milik KGM sehingga persediaan iklan video yang tersedia di kami bertambah.

##### **2. Ekosistem Iklan Programmatik Ditingkatkan**

Sejalan dengan visi menjadi penyedia iklan programmatik terdepan di Indonesia, maka kami bermitra

dengan pemimpin industri global yaitu MOAT, The Trade Desk (TTD), dan Pubmatic dalam rangka menguatkan ekosistem iklan programmatik kami. Kemitraan yang terjalin bersama perusahaan inovatif di industri teknologi periklanan internasional ini, mendukung kami untuk menyediakan solusi periklanan digital kelas dunia bagi klien, baik klien multinasional maupun klien Indonesia.

#### **3. Membangun Landasan Untuk Aktivasi Pemasaran Digital Bagi UKM**



Usaha Kecil dan Menengah (UKM) memiliki peranan penting dalam pengembangan ekonomi Indonesia yang berkelanjutan. Melalui MyAds sebagai platform aktivasi digital self-service, kami telah mendukung sekitar 20.000 UKM yang tersebar di seluruh negara untuk mulai beriklan dengan tujuan meningkatkan pendapatan mereka. Secara berkesinambungan, Layanan MyAds ditingkatkan agar semakin mudah bagi bisnis lokal untuk mengarahkan dan mengendalikan perkembangan masing-masing melalui platform kami yang hemat biaya dan mudah digunakan, sehingga para UKM dapat mengelola pembelanjaan iklan masing-masing dengan bijak sekaligus mencapai hasil yang baik.

#### 4. Peningkatan ROLi



ROLi sebagai aplikasi seluler baru yang memberikan hadiah (*reward*), terus ditingkatkan untuk memberikan nilai lebih baik bagi penggunanya maupun pengiklan. Adapun penambahan fitur yang yang lebih maju, *interface* dibuat semakin intuitif, dan jumlah konten ditambah dan diperluas dengan kualitas yang lebih baik termasuk tambahan *sports & news feed*. ROLi kini memiliki lebih dari 1 juta pengguna aktif yang masing-masing memiliki kesempatan untuk mendapatkan Data sebanyak 600 MB dengan cara melihat iklan pada saat menggunakan aplikasi ROLi.

#### 5. Telkomsel NextWave



Pada bulan Maret 2019, acara Telkomsel NextWave mengangkat bisnis digital terbaru kami baik bagi klien yang sudah ada maupun klien prospektif, juga bagi mitra bisnis. Portofolio yang dipamerkan mencakup penawaran *Digital Advertising*, *Big Data & Analytics*, *Mobile Banking* dan *Internet of Things* dimana mampu menarik

ratusan pengunjung dari kalangan profesional termasuk lebih dari 50 eksekutif C-Level di lebih dari 100 perusahaan besar di Indonesia. Acara tersebut mencakup pameran produk yang besar serta sesi *sharing* yang banyak diliput, menghadirkan pembicara terkemuka yaitu Piyush Gupta, CEO DBS Group, yang memimpin transformasi digital DBS sebagai bank regional besar yang bermarkas di Singapura dan juga terpilih sebagai 'Best CEO in Asia-Pacific' oleh Asian Banker.

#### PERBANKAN SELULER (MOBILE BANKING) – MENDORONG BRANCHLESS BANKING



Layanan Perbankan Seluler kami (*mBanking*) bermitra dengan 90 lembaga keuangan di Indonesia guna mendukung Pemerintah dalam mentransformasi perilaku perbankan tradisional menjadi perbankan digital. Dengan adanya *mBanking*, pelanggan dapat mengakses dan menggunakan berbagai layanan perbankan kapan saja dan dimana saja. Layanan ini tersedia melalui aplikasi *mBanking*, SMS dan saluran USSD. Pada tahun 2019, pendapatan *mBanking* kembali mencatat angka pertumbuhan dua digit YoY dengan merampungkan sebanyak 2 miliar transaksi untuk lebih dari 10 juta pengguna aktif setiap bulan. Pengguna *mBanking* dapat melakukan transaksi keuangan dengan nyaman dan andal di seluruh wilayah jangkauan jaringan kami di Indonesia. Kemitraan kami dengan

bank milik negara diperluas terus untuk mendapatkan pengguna baru dan meningkatkan jumlah transaksi. Sejalan dengan misi bank untuk mendorong digitalisasi perilaku transaksi perbankan, kami menciptakan program *loyalty* yang secara signifikan mampu meningkatkan lalu lintas *mobile banking*.

#### BIG DATA & API – DIGITALISASI PERUSAHAAN



Bisnis *Big Data & API* kami yaitu MSIGHT, mendukung transformasi digital perusahaan dengan memberikan pengertian mendalam (*insight*) yang berharga dan dapat ditindaklanjuti. Kami terus berinvestasi dalam meningkatkan dan mengandalkan data yang terkumpul dari pangsa pasar kami yang terbesar di Indonesia, juga dari kapabilitas layanan telco yang luas sebagai aset utama, yang seluruhnya mendukung klien kami untuk mengambil keputusan yang lebih cepat dan lebih tepat.

MSIGHT menyediakan layanan *Big Data & API* untuk lebih dari 40 klien termasuk lembaga keuangan, *e-commerce unicorn*, *system integrator*, penyedia logistik, dan Pemerintah Indonesia. Kita berkomitmen untuk mematuhi semua aspek hukum dalam memastikan bahwa data pribadi pelanggan tetap terlindungi dengan baik.

## SOROTAN UTAMA

### 1. Telco Credit Scoring

*Telco Credit Score* adalah layanan yang dirancang khusus bagi lembaga keuangan atau penyedia pinjaman untuk menilai kelayakan kredit pelamar berdasarkan demografi dan sejarah telekomunikasi masing-masing. Bisnis *telco credit scoring* ditingkatkan pada tahun 2019 dan kini melayani 11 lembaga keuangan dengan sebanyak 3,5 juta API hits. Kami berkolaborasi erat dengan mitra yang resmi diawasi oleh OJK dan lembaga pemerintah lainnya dalam menyediakan layanan keuangan yang lebih maju. Dengan demikian, kami turut serta dalam memastikan bahwa setiap individu memiliki akses pada produk dan layanan keuangan yang terjangkau terlepas dari jumlah kekayaan tetap yang dimiliki, yang didasari tujuan mulia untuk meningkatkan kualitas hidup pada umumnya.

### 2. Competitive Insights

Dashboard *insight* kami merangkum informasi dari titik data penting dalam bentuk visual, sehingga klien mendapatkan gambaran atas kinerja mereka dibandingkan pesaing di pasar pada setiap saat. Kami bermitra dengan pemain utama di sektor *online* seperti perusahaan *e-commerce*, *fintech*, dan *ride hailing* untuk mendalami pemahaman mereka terhadap posisi pasar dibandingkan dengan pesaing. Selanjutnya, pemaha-

man tersebut dimanfaatkan untuk mendorong angka belanja dari pelanggan yang ada serta mengakuisi pelanggan baru. Kita juga berkolaborasi terus bersama aparat pemerintah dengan menyediakan data *mobile positioning* kami untuk digunakan dalam penyusunan statistik resmi.

### 3. Telco API

*MSIGHT* memanfaatkan kemampuan Telkomsel dalam SMS dan *charging* melalui bisnis API SMS dan DCB (*Direct Carrier Billing*). API SMS memungkinkan klien untuk mengirim beragam SMS dengan lancar dan otomatis, tanpa harus login secara manual di suatu aplikasi atau platform. Sementara API DCB memudahkan pelanggan Telkomsel untuk melakukan pembayaran online di berbagai *marketplace* melalui proses pengurangan *airtime*, cukup dengan menggunakan perangkat seluler mereka. Kita mencapai 50 juta API SMS hits dan melayani permintaan *charging* melalui API DCB senilai lebih dari Rp 20 miliar.

### 4. API marketplace: DigiHUB

Kami ingin mengembangkan bisnis API kami melalui *marketplace API* baru yaitu *DigiHuB*, yang memberikan *interface & user experience* yang lebih baik. Klien kami dapat dengan mudah membeli layanan API melalui berbagai metode pembayaran yang tersedia di portal web *DigiHUB*, kapan saja dan dimana saja. Kami juga memperkenalkan layanan API *Insight* baru yang men-

awarkan *authentication*, *fraud*, *risk*, *personalization*, serta *lifestyle profile use cases*. Melalui *DigiHUB*, developer lokal dapat menggunakan API Telkomsel secara *self-service* dengan sangat mudah.

## INTERNET OF THINGS – SMART CONNECTION FOR SMART INDUSTRIES



### MENGENAI IOT

Telkomsel IoT (*Internet of Things*) menghubungkan perangkat, mesin dan obyek yang sudah dipadukan dengan *embedded* teknologi ke internet, sehingga menjadikannya aset ‘cerdas’ yang mampu berinteraksi dengan lingkungan eksternal. Kami mendukung perusahaan agar dapat mengumpulkan data dan analitik secara *real-time* melalui perangkat yang terhubung dengan menggunakan solusi IoT kami yang andal, aman, dan maju, sehingga perusahaan tersebut dapat membuat keputusan berdasarkan data. Di 2019 kami menghubungkan sebanyak 1 juta perangkat untuk

lebih dari 250 perusahaan, dan kami terus mendorong pengembangan kapabilitas analitik dan otomatisasi diluar sekedar konektivitas.

Teknologi 5G yang sudah berada di depan mata akan menjadikan solusi IoT semakin kuat, sehingga kecepatan koneksi menjadi jauh lebih tinggi. Latensi 5G yang *ultra-low* akan memberikan hasil yang *seamless* untuk kasus seperti *connected cars*, *edge computing*, otomatisasi proses dan banyak lagi lainnya. Melalui solusi IoT kami yang cerdas, kami memiliki peranan penting dalam membangun ekosistem perusahaan digital dan menjadi *enabler* penting bagi inisiatif ‘*Making Indonesia 4.0*’ yang diluncurkan Pemerintah.



#### EKSPANSI DI SEKTOR PENTING

1. Bisnis IoT kami masih didominasi oleh sektor keuangan dengan adanya beragam perangkat yang terhubung seperti ATM, EDC, dan *branchless banking*. Bank Rakyat Indonesia (BRI) sebagai pelanggan kami yang utama, telah sepenuhnya memanfaatkan dan menerapkan

IoT untuk mendorong efisiensi dan peningkatan produktivitas dalam kegiatan operasional maupun ekspansi bisnis.

2. Di sektor utilitas, PLN sudah mulai mengimplementasi IoT pada konfigurasi inti untuk memantau kinerja dan mendorong peningkatan operasi. Kami kini bermitra dengan ICON+, anak perusahaan PLN, dalam penyediaan solusi NB-IoT untuk pemantauan gardu listrik dan sistem *smart meter*.
3. Di sektor pemerintah, semakin banyak rencana kota cerdas (*smart city*) yang sedang diterapkan. Pemda Gorontalo dan Pemkot Makassar memprakarsai implementasi solusi FleetSight kami untuk pengelolaan berbagai layanan manajemen armada sebagai bagian dari inisiatif *Smart City* masing-masing.
4. Terakhir, di sektor industri kami meluncurkan beberapa solusi yang dirancang bagi industri: *Intelligent Liquid Tank monitoring (INTANK)*, *Asset Monitoring Solution (Asset Performance Management)* dan solusi pemantauan lini produksi yang disesuaikan dengan kebutuhan. Solusi tersebut telah diterapkan

secara luas di perusahaan besar seperti Mitratel, Pertamina, Patraniaga, dan Kereta Api Indonesia (PT KAI).

#### IOT CONTROL CENTER



*IoT Control Center* adalah solusi berbasis *cloud* yang memungkinkan perusahaan untuk mengotomatisasi pengelolaan perangkat mereka yang terhubung. Selain mengelola konektivitas, *control center* ini memiliki fitur otomatisasi dan pelacakan yang maju (LOCI) sehingga memberikan visibilitas dan pengamanan aset yang lebih baik. Dengan demikian, solusi ini membantu untuk memastikan keandalan layanan yang terkoneksi, pengoptimalan penggunaan perangkat serta estimasi biaya. *IoT Control Center* juga sudah ditingkatkan agar dapat mengelola konektivitas 4G serta perangkat NB-IoT, cukup melalui satu platform saja.

#### IOT MANAGED SERVICE CONNECTIVITY



*IoT Managed Service* adalah layanan konektivitas kami yang ditujukan untuk korporasi dengan

jaminan *uptime* setinggi 99,5% yang mencakup berbagai saluran termasuk *leased line*, *multicellular*, dan *VSAT*. IoT Managed Service mengurangi kemungkinan *downtime*, *setup* jaringan yang lebih simple dan untuk memastikan bisnis tetap terhubung 24/7. Kami juga meluncurkan berbagai perangkat tambahan untuk IoT Managed Service Connectivity:

- *Bonding Technology*, yang memastikan konektivitas yang andal dengan menggunakan beberapa kartu SIM
- L2VPN, yang mendukung konektivitas yang luas untuk memaksimalkan produktifitas
- SDWAN agar seluruh WAN perusahaan dapat dijalankan serentak, dan
- *Failover* untuk mendiversifikasi konektivitas

#### FLEETSIGHT



*Fleetsight* sebagai solusi manajemen Armada *end-to-end* kami yang menyediakan pengetahuan dan layanan profesional yang dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan produktivitas, keselamatan & efisiensi. Kami berfokus pada *vehicle telematics* dengan memanfaatkan perangkat sensor yang dimasukkan di platform manajemen kendaraan & armada. *Fleetsight* membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan

produktivitas serta meminimalisir risiko terkait investasi kendaraan.

*Fleetsight* ditingkatkan lebih lanjut melalui 2 fitur baru, yaitu DSM dan ADAS yang diciptakan untuk meningkatkan keselamatan berkendara.

- *Driver Status Monitoring System* (DSM) adalah sistem *artificial intelligence* yang memberikan peringatan jika sopir melakukan tindakan yang tidak lazim.
- *Advance Driving Monitoring Assistance* (ADAS) digunakan untuk mendeteksi kondisi di depan kendaraan secara *real-time* dan memberikan peringatan dini seperti peringatan mengemudi diluar jalur dan peringatan akan terjadi tabrakan sehingga mengurangi risiko berkendara.

#### TOMS



*Telkomsel Order Management System* (TOMS) adalah solusi manajemen pesanan untuk armada perusahaan. Dengan adanya TOMS, perusahaan dapat melacak dan mengelola armada operasional untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi *downtime* armadanya. TOMS dapat diimplementasikan sebagai sistem *standalone* atau digabungkan dengan solusi *FleetSight* kami.

#### INTANK



*Intelligent Tank Monitoring System* (INTANK) adalah IoT *intelligent solution end-to-end* yang mampu melacak dan memantau persediaan zat cair seperti minyak, senyawa kimia dan bahkan air. Berbekal teknologi dan sensor yang canggih dan efisien, INTANK bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan efisiensi operasional untuk persediaan zat cair sehingga menghemat biaya energi sebesar 50%. INTANK yang sudah memperoleh sertifikasi internasional untuk perangkat dan sensor, telah digunakan oleh banyak perusahaan besar dalam berbagai proyek komersil.

#### ASSET PERFORMANCE MANAGEMENT



*Asset Performance Management* merupakan layanan baru di portfolio solusi bisnis kami. Melakukan pemantauan dan analisis aset secara *real-time* di dalam maupun di luar ruangan, juga pada saat dalam perjalanan. Solusi ini memberikan perusahaan kemudahan dalam memantau kualitas, ketersediaan serta keamanan aset-aset mereka dimana saja dan kapan saja.

## DIGITAL LIFESTYLE

Selama beberapa tahun terakhir, Telkomsel menjalankan transformasi menjadi *Digital Company* dengan memberikan produk dan layanan digital yang memenuhi keinginan pelanggan sehingga kami terpilih sebagai "*Indonesia Digital Service Provider of the Year*". Pencapaian tersebut diraih melalui peningkatan yang berkesinambungan, inovasi dan kemitraan yang dijalankan dalam bidang Layanan Digital dengan penyedia konten digital lokal maupun global, dalam rangka meningkatkan ekosistem digital di Indonesia. Kami menjalin kemitraan baru dengan Google sehingga pelanggan Telkomsel dapat melakukan pembelian game dan aplikasi di Google Playstore dengan menggunakan pulsa prabayar ataupun penagihan pascabayar. Fasilitas tersebut memberikan kenyamanan para pelanggan mengingat rendahnya tingkat penetrasi kartu kredit di Indonesia. Telkomsel juga menyediakan paket yang disesuaikan khusus dengan kebutuhan gaya hidup digital pelanggan seputar layanan Video, Game, Musik dan layanan *Digital Value Added Services* lainnya yang didukung oleh penyedia konten lokal dan global yang terkemuka.

Di tahun 2019, Telkomsel mempertahankan dominasinya di ekosistem gaming Indonesia melalui Dunia Games dengan menyelenggarakan beragam turnamen e-Sports, voucher game dan memperluas metode pembayaran mencakup *carrier DCB* lainnya

serta meluncurkan Games yang dimiliki sendiri. Platform eSports diluncurkan pada bulan Maret 2019 untuk mendukung dan meningkatkan interaksi dengan komunitas *gamer* melalui lomba *e-sport* yang diadakan. Acara eSports kami terbuka bagi seluruh segmen *gamer* mulai dari Amatir hingga Kampus dan bahkan tim Profesional, menjadikan kami sebagai pemain eSports terbesar secara regional. Sementara itu kami menerbitkan *e-game* kami yang pertama, *ShellFire*, yang diluncurkan secara nasional maupun global. Selanjutnya pada bulan Oktober 2019 kami menerbitkan game kedua kami yaitu *Lord of Estera* yang juga diluncurkan secara global, yang menguatkan brand Dunia Games sebagai salah satu *Game Publishing Player* regional yang terkemuka.

Telkomsel juga menguatkan posisinya di industri *Video Streaming* dengan memperkaya konten dan platform yang dimilikinya bagi pasar luas. Untuk itu, kami bermitra untuk menawarkan konten yang sangat beragam dan juga paket yang disesuaikan untuk paket data video, serta langganan premium untuk beberapa Layanan OTT. Konten MAXstream yang dapat diakses melalui aplikasi MAXstream ataupun platform mitra OTT dalam bentuk *live broadcast* serta *video-on-demand*, termasuk film *blockbuster*, seri Hollywood, program olahraga, *reality show* dan seri drama, serta juga saluran TV *Free-to-Air* dan saluran internasional dari HBO GO, HOOQ, Vidio dan Viu. Pada tahun 2019, Telkomsel juga turut mengembangkan industri perfilman

dengan meluncurkan tambahan 6 konten lokal orisinal serta lebih dari 80 seri lokal di MAXstream. Sementara itu di bidang Musik, Telkomsel berfokus untuk meningkatkan pengalaman pengguna di platform RBT kami yaitu Langit Musik, dan bermitra dengan aplikasi OTT untuk menyediakan *Direct Carrier Billing Payment*. Langit Musik juga mengakuisisi lebih dari 700 koleksi lagu dari 500 musisi indie dengan menyelenggarakan lokakarya dan konser.

Telkomsel yang pada tahun 2018 meraih penghargaan '*The Most Innovative Voice Solution from Telecom Asia and Digital Lifestyle from Asia Communication Awards*', selanjutnya meluncurkan layanan mobile baru berupa *Value Added Services* yang inovatif untuk memperluas pilihan produk *digital lifestyle*. Antara lain, kapabilitas *credit scoring* ditambahkan di layanan Paket Darurat sehingga pengguna tetap dapat terhubung ketika pulsanya habis, dengan tujuan membidik pelanggan baru yang cukup berpotensi.

## GAMES

Telkomsel berperan sebagai penyedia solusi pembayaran dengan membuka akses untuk *Direct Carrier Billing (DCB)* sehingga pelanggan dapat membeli digital konten (*item game, top-up game* dan langganan *game premium*) di *marketplace* aplikasi termasuk Google Playstore, Samsung Galaxy Store, serta Dunia Games. Pada akhir tahun 2019, lebih dari 100 *game publisher & developer* telah terhubung dengan DCB Dunia Games.

### Platform Dunia Games

Berangkat dari keberhasilannya pada tahun 2018, Dunia Games kini memperbolehkan pelanggan dari perusahaan telekomunikasi lain untuk melakukan pembelian di tagihan pascabayar mereka atau kredit prabayar. Terobosan tersebut memberikan dampak signifikan pada peningkatan MAU Dunia Games, menjadikannya Portal Game nomor 1 di Indonesia.

Banyak inovasi yang dilakukan Dunia Games mulai dari penjualan voucher game melalui berbagai penyedia telekomunikasi Indonesia lainnya, peningkatan pengalaman pengguna (saat membaca, menonton dan membeli Voucher Game), peluncuran fitur Reseller untuk tenaga penjualan dalam meningkatkan transaksi, serta eSport Open Platform, dimana user dapat membuat *Tournament Page* dan *Bracket* sendiri.

Sebagai hasilnya, lalu lintas Dunia Games mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2019. Dunia Games telah menerbitkan lebih dari 100.000 artikel (rata-rata sebanyak 100 artikel per minggu), dan menciptakan lebih dari 1.100 video (rata-rata sebanyak 8 video per minggu) dengan 20 juta tampilan. Sementara platform eSport mewadahi lebih dari 1.600 turnamen yang dibuat pemain dengan partisipasi lebih dari 70.000 orang.

### Penerbitan Game

Pada bulan September 2019, Dunia Games Telkomsel menerbitkan

game-nya yang kedua di genre *Action Battle Card RPG* yaitu *Lord of Esteria*, yang berlangsung dalam format *Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)*. Pemain dapat melakukan *in-app purchase* berlian (sebagai mata uang game yang berlaku di *Lord of Esteria*) yang kemudian dapat dibelanjakan untuk meningkatkan pengalaman gaming mereka. Game ini tersedia di Google Play Store maupun App Store.

Sementara game terbitan Dunia Games yang pertama, *ShellFire*, menyelenggarakan turnamen nasional pada bulan Agustus - November 2019. Diikuti oleh 560 tim dari seluruh Indonesia, memperebutkan hadiah total senilai Rp 1 miliar.

#### VIDEO

MAXstream adalah portal *one stop video* yang memungkinkan pengguna untuk menikmati layanan *streaming* video dengan kualitas terbaik, mencakup beragam layanan: siaran langsung, AVOD, TVOD dan SVOD yaitu gabungan konten video OTT yang dibundel dengan penawaran paket data internet yang menarik dari Telkomsel.

Pada tahun 2019, MAXstream memperkuat posisinya di industri *streaming video* dengan cara memperkaya konten dan platform-nya melalui kemitraan dengan penyedia konten video seperti Viu, Vidio, iflix, HOOQ dan KlikFilm. MAXstream juga berkolaborasi dengan HBO, menjadikan Telkomsel sebagai mitra seluler pertama yang menghadirkan layanan HBO GO di pasar *wholesale*.

Melalui kemitraan tersebut, MAXstream dapat menyiaran saluran HBO secara live berikut sejumlah seri televisi yang ikonis.

Pengguna semakin dimanjakan dengan adanya peluncuran fitur MAXstream yang baru seperti OTT Playout, yang memungkinkan pelanggan untuk menikmati konten OTT (HOOQ, Vidio, iflix, HBO GO), serta versi web untuk Video Player, sehingga film dapat di-streaming dari situs web dan ditonton di layar lebar (TV) oleh pengguna.

Platform MAXstream juga diperkaya dengan tambahan konten orisinal. Sepanjang tahun 2019, MAXstream bekerjasama dengan industri film lokal untuk memproduksi lebih dari 70 episode orisinal yang terbagi menjadi 10 judul, termasuk 6 judul baru yang diluncurkan pada tahun ini.

#### MUSIC

Telkomsel meningkatkan Langit Musik secara berkesinambungan untuk menghadirkan pengalaman yang terbaik bagi pelanggan. *Interface Langit Musik* diperbaharui dengan fitur baru termasuk *seamless login*, *search recommendation*, pemain baru dan katalog yang memuat lebih dari 7 juta lagu lokal maupun internasional, sehingga semakin memanjakan pecinta musik dan mendukung perkembangan industri musik di Indonesia. Rata-rata durasi sesi di Langit Musik di tahun 2019 adalah 28 menit, lebih lama dibandingkan dengan aplikasi musik lainnya.

Di paruh tahun kedua 2019, Langit Musik banyak mengandeng platform

lain seperti Duni Games, Duniaku, Wifi ID, Kumparan, Indihome dan myTelkomsel untuk menambahkan widget pada platform tersebut dan menyediakan layanan streaming musik bagi pelanggan masing-masing platform. Langit Musik juga menggelar berbagai acara musik di beberapa kota (Padang, Bogor, Banjarmasin, Manado, Malang, Bandung, Tangerang) termasuk "PagelaRans" yang diadakan dengan label RANS. Telkomsel juga menggelar Festival Langit Musik di 9 kota besar (Cirebon, Palembang, Medan, Surabaya, Jogjakarta, Bali, Ambon, Makassar dan Banjarmasin) yang menjangkau musisi lokal serta mendidik mereka untuk menghasilkan uang dari bisnis musik digital. Acara tersebut dihadiri oleh lebih dari 500 musisi lokal yang mewakili lebih dari 700 kumpulan lagu.

Selanjutnya, platform *Ring Back Tone* (*RBT*) / Nada Sambung Pribadi (*NSP*) Telkomsel semakin ditingkatkan dengan cara menggandeng 80 stasiun radio untuk mempromosikan *NSP*-nya melalui *UMB* khusus. Selain itu, Telkomsel memperpanjang masa berlakunya paket *soft bundling* *NSP* bagi *HVC*. *NSP* dapat dibeli melalui aplikasi Langit Musik. Untuk mempromosikan *NSP*, Telkomsel mengadakan program berhadiah bagi pelanggan yang mengaktifkan *NSP* saat menelpon pelanggan lainnya yang memakai *NSP* atau pelanggan yang menjawab ketika diberikan rekomendasi untuk *NSP*.

#### LAYANAN VAS DIGITAL

Pada tahun 2019, Telkomsel berkolaborasi dengan penyedia

DI PARUH  
TAHUN KEDUA  
2019, **LANGIT**  
**MUSIK BANYAK**  
**MEGGANDENG**  
**PLATFORM**  
**LAIN SEPERTI**  
**DUNIA GAMES,**  
**DUNIAKU, WIFI**  
**ID, KUMPARAN,**  
**INDIHOME DAN**  
**MYTELKOMSEL**  
**UNTUK MENAM-**  
**BAHKAN WIDGET**  
**PADA PLATFORM**  
**TERSEBUT DAN**  
**MENYEDIAKAN**  
**LAYANAN**  
**STREAMING MUSIK**  
**BAGI PELANGGAN**  
**MASING-MASING**  
**PLATFORM.**

layanan kesehatan berbasis aplikasi untuk meningkatkan distribusi akses secara merata ke layanan kesehatan yang mudah dan nyaman bagi masyarakat serta mengembangkan ekosistem digital Telkomsel lebih lanjut. Kolaborasi antar-industri ini diharapkan menjadi kemitraan berbasis digital yang berkelanjutan dengan memanfaatkan teknologi untuk menghasilkan dampak sosial yang lebih luas.

Telkomsel juga menyediakan Paket Layanan Darurat selama hampir 2 tahun (sejak Februari 2018). Saat ini, Paket Darurat tersedia melalui aplikasi MyTelkomsel, SMS dan UMB. Pada tahun 2019 Telkomsel meningkatkan Paket Layanan Darurat dengan fitur *credit scoring* yang bertujuan untuk mendapatkan pelanggan baru dengan potensi yang sangat bagus.

#### MEMBENTUK MASA DEPAN INDONESIA DIGITAL

LINKAJA - E-MONEY UNTUK MASYARAKAT INDONESIA DI SELURUH NEGARA



Dalam meraih visi untuk mewujudkan inklusi keuangan serta masyarakat *cashless* di Indonesia, pada tahun 2019 TCASH sebagai layanan keuangan seluler andalan kami disatukan dengan beberapa layanan e-money BUMN lainnya untuk menciptakan

LinkAja. Dukungan BUMN tersebut memberdayakan LinkAja untuk memberikan manfaat yang lebih nyata bagi seluruh masyarakat sehingga menjadi pilihan e-money utama di seluruh negara.



#### by.U – LAYANAN TELCO PERTAMA YANG SEPENUHNYA DIGITAL DI INDONESIA



Pada bulan Oktober, kami meluncurkan by.U sebagai layanan telekomunikasi nirkabel prabayar pertama di Indonesia yang sepenuhnya digital, dengan tujuan memperluas pangsa pasar kalangan muda yang menunjukkan perilaku digital yang cerdas. Melalui aplikasi seluler by.U, pengguna dapat menikmati pengalaman digital *end-to-end* untuk seluruh kebutuhan telekomunikasi mereka mulai dari pilihan nomor telepon hingga mendapatkan kartu SIM,

menambah saldo dan kuota, serta melakukan pembayaran.

by.U dirancang untuk menyasar Gen-Z, yang dikenal memiliki pribadi yang sangat mampu, kreatif, selalu aktif, dan memprioritaskan kebebasan mereka. Karakteristik ini tercermin dalam nilai-nilai utama by.U yang mencakup digitalisasi, personalisasi serta transparansi.

by.U mengusung "*pizza concept*" dengan ukuran kuota pelanggan (S/M/L) sebagai pilihan dasar, yang kemudian diberikan tambahan *topping* seperti kuota YouTube, kuota Instagram, kuota suara, dan seterusnya. Seluruh paket dan *topping* tersedia 24 jam tanpa batas pemakaian secara nasional.



Menyadari bahwa pelanggan Gen-Z kurang suka untuk menunggu dan ingin semuanya dilakukan dengan cepat, by.U memberikan mereka kebebasan untuk mengelola akun masing-masing secara langsung melalui aplikasi, termasuk kemampuan untuk memonitor penggunaannya dan menangani *customer service* sendiri tanpa perlu berinteraksi dengan staff.

Namun bagi pengguna yang membutuhkan bantuan, produk dan layanan by.U yang serba digital

juga didukung oleh pusat bantuan terintegrasi yang bisa diakses melalui fitur live chat di aplikasi digital by.U, juga melalui situs resmi [www.byu.id](http://www.byu.id) dan Instagram by.U serta saluran Facebook.

#### INOVASI TERBUKA MELALUI TINC & TMI



Sejalan dengan perkembangan Ekosistem Digital di Indonesia, kami memprakarsai TINC, pusat inovasi kolaboratif dimana startup dapat berkolaborasi dengan tim inkubasi bisnis kami. TINC atau Telkomsel Innovation Center memiliki tugas untuk mengidentifikasi peluang bisnis baru dari tahap dini. Melalui TINC, kami dapat meningkatkan keterlibatan dengan Ekosistem Digital Indonesia yang sangat luas serta melakukan inkubasi dan mempercepat inovasi bisnis di lingkungan yang sangat terbuka untuk percobaan.

Pada tahun 2019, fokus kami adalah memperkuat ekosistem IoT Low-Power Wide-Area (LPWA) dengan menggunakan teknologi NB-IOT. Kami merilis *toolkit* NB-IOT SDK dan memperluas teknologi NB-IOT kami ke laboratorium IOT universitas yang telah kami bangun pada tahun 2018 di kampus-kampus terpilih.

Selama bulan Mei-Juli, kami mengadakan *roadshow* di 4 kota untuk mendorong interaksi dengan komunitas startup lokal, yang ditutup dengan

hackathon untuk menarik developer-developer yang berbakat sebagai prasyarat untuk tahap inkubasi. Acara-acara tersebut menjaring 4 inovator yang siap diinkubasi di TINC Batch 3, yang berfokus pada IOT untuk kebutuhan industri.



Telkomsel Mitra Inovasi atau TMI diluncurkan pada awal tahun 2019 sebagai lengan ventura Telkomsel. Fokus utama TMI adalah mencari teknologi dan layanan baru yang dapat membantu Telkomsel untuk melayani pelanggan dengan lebih baik lagi, sejalan dengan peranannya sebagai pemimpin industri yang ikut membentuk lanskap. Melalui TMI kami mencari dan berinvestasi dalam perusahaan wirausaha yang menjanjikan, yang sedang mencari solusi untuk memecahkan tantangan-tantangan teknologi yang penting bagi konsumen maupun bagi pelanggan enterprise. Dalam waktu kurang dari satu tahun, TMI ini telah melakukan investasi di FinAccel (Kredivo), PrivyID, dan Roambee.

Di TMI, kami membangun masa depan dengan membuka akses bagi wiraswasta ke ekosistem Telkomsel, sehingga mereka dapat memanfaatkan jaringan distribusi dan keahlian sebagai elemen penting untuk tetap bersaing.

### KEPIMPINAN DALAM TEKNOLOGI JARINGAN

Telkomsel menyelesaikan proses penataan (*refarming*) pita frekuensi 800 MHz dan 900 MHz sesuai dengan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 29 Tahun 2019 yang mewajibkan Penyelenggara Jaringan Bergerak Seluler untuk melakukan penataan ulang pita frekuensi radio 800 MHz dan pita frekuensi radio 900 MHz yang saat ini terpisah (*non-contiguous*). Proses *refarming* yang dimulai pada bulan Februari dan selesai pada bulan April, dilakukan untuk 42 cluster secara nasional yang mencakup 34 provinsi. Penataan spektrum tersebut menyatukan pita frekuensi Telkomsel yang sebelumnya terpisah di rentang frekuensi 800 - 900 MHz menjadi frekuensi 15 MHz yang berdekatan (*contiguous*). Sebagai hasilnya, Telkomsel dapat meningkatkan pengalaman pelanggan melalui

internet yang semakin cepat dan cakupan LTE yang semakin besar.



Telkomsel yang meraih prestasi menjadi operator seluler yang pertama melakukan uji coba 5G di Indonesia pada saat Asian Games 2018, selanjutnya diamanatkan oleh Kominfo untuk melakukan uji coba teknologi 5G untuk kebutuhan industri. Di tahun 2019 kami mengadakan uji coba 5G di Batam dan Jakarta sebagai wujud nyata komitmen kami untuk menjadi operator terdepan dalam mendukung inisiatif pemerintah yaitu '*Making Indonesia 4.0*'. Sebagai katalisator untuk mendorong kolaborasi antara pemangku kepentingan dalam mewujudkan Industri 4.0, Telkomsel sedang membuka jalan untuk penerapan teknologi 5G sebagai kunci penting untuk meraih visi Indonesia yaitu menjadi salah satu ekonomi yang terbesar di dunia pada tahun 2030.

**DI TAHUN 2019 KAMI MENGADAKAN UJI COBA  
5G DI BATAM DAN JAKARTA SEBAGAI WUJUD NYATA  
KOMITMEN KAMI UNTUK MENJADI OPERATOR TERDEPAN  
DALAM MENDUKUNG INISIATIF PEMERINTAH YAITU  
'MAKING INDONESIA 4.0'.**

# PENJUALAN

## STRATEGI BISNIS PENJUALAN

Pada tahun 2019, kami melanjutkan penerapan dari tiga strategi penjualan utama yaitu *Increase Data Share* (*meningkatkan pangsa pasar data*), *Improve Digital Touch Point Experience* (*meningkatkan pengalaman digital touch point*) dan *Winning Enterprise Business and Digital Lifestyle* (*memenangkan bisnis enterprise serta digital lifestyle*). Namun demikian, penerapan dari strategi penjualan ini disesuaikan sejalan dengan tujuan perusahaan dan kondisi pasar, untuk semua 8 program penjualan sebagai berikut.

### 1. MENINGKATKAN PANGSA PASAR DATA

#### a. Mempertahankan & meningkatkan HVC (High Value Customers) melalui pendekatan Single View of Customer

HVC atau *High Value Customers* adalah pelanggan yang menghasilkan sebagian besar dari pendapatan Telkomsel secara keseluruhan. Oleh karena itu, kami melakukan *service differentiation* untuk memberikan layanan yang terbaik bagi pelanggan HVC dengan memastikan

PADA TAHUN 2019, KAMI MELANJUTKAN PENERAPAN DARI TIGA STRATEGI PENJUALAN UTAMA YAITU **MENINGKATKAN PANGSA PASAR DATA, MENINGKATKAN PENGALAMAN DIGITAL TOUCH POINT DAN MEMENANGKAN BISNIS ENTERPRISE SERTA DIGITAL LIFESTYLE.**

bahwa HVC menikmati *priority handling* di setiap *Customer Touch Point* (CTP) mulai dari proses antre hingga penanganan keluhan.

#### b. Mengelola Area Ritel Sehingga Menguatkan Segmen Anak Muda & Data

Dalam pandangan kami, segmen anak muda sebagai mesin penggerak pertumbuhan ekonomi masa depan di Indonesia sehingga Telkomsel meluncurkan proyek agile yaitu SMILES (Sales Millennials Ideas) untuk memenangkan pangsa pasar anak muda dengan menyikapi

apa yang paling penting bagi anak muda, baik di daerah pedesaan maupun di perkotaan.

Solusi yang diajukan berkisar dari perbandingan paket Data hingga pemanfaatan promotor Digital serta kode rujukan (referral) untuk program pelatihan yang komprehensif, yang secara keseluruhan berhasil membantu meningkatkan jumlah anak muda yang menjadi pelanggan baru Telkomsel.

#### c. Menggunakan pendekatan granular dalam mengelola wilayah berdasarkan karakteristik area tersebut

Sejalan dengan fokus Telkomsel pada pengalaman pelanggan sebagai aspek utama, Telkomsel terus memperhatikan suara-suara pelanggan untuk lebih memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan di wilayah yang berbeda-beda. Untuk itu, kami melanjutkan penawaran



produk berdasarkan *cluster* sembari menerapkan pendekatan yang lebih *granular* dalam mengelola operasional dan program penjualan berdasarkan wilayah.

Seiring dengan itu, pengelolaan wilayah ditingkatkan melalui kerjasama yang baik dengan mitra bisnis strategis serta strategi *re-clustering* agar eksekusi program penjualan dapat dipercepat.

Oleh karena itu, jumlah outlet yang aktif menjual produk kami (kartu perdana, paket Data dan paket DLS) meningkat dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Melalui kerjasama yang erat dengan toko ritel modern, kami juga mendorong ekspansi saluran penjualan kami secara terpadu. Terakhir, untuk memperkokoh posisi kami sebagai pemimpin pasar, kami fokus untuk memenangkan kota-kota yang memiliki tingkat persaingan yang tinggi melalui pembentukan tim khusus untuk mendorong penjualan langsung, program *reseller* yang menarik, serta berbagai acara untuk memupuk interaksi dengan pelanggan. Sebagai hasilnya, kami memenangkan pangsa pasar yang cukup signifikan di kota-kota tersebut.

## 2. PENGALAMAN DIGITAL TOUCH POINT

### a. Memberdayakan dan Memanfaatkan Saluran Digital dalam Penjualan

Ke depan, kontribusi pendapatan terbesar diperkirakan akan datang



dari saluran digital. Oleh karena itu kami berfokus pada perluasan saluran digital, juga pada kebijakan yang jelas, program dan pemantauan kinerja harian untuk memastikan ketersediaan dan pencapaian performansi penjualan. Pada akhir tahun 2019, produk digital Telkomsel tersedia di berbagai saluran *online* maupun *marketplace offline-to-online*, layanan *ride hailing*, situs perjalanan *online* serta DigiPos sebagai *mobile Point of Sales* andalan, sementara Mobile GraPARI berkembang menjadi solusi *one-stop* untuk produk dan hiburan digital.

### b. Kemitraan Next Gen untuk Mendorong Produk dan Layanan Digital

Saat melakukan perjalanan, komunikasi merupakan kebutuhan utama. Melihat jumlah jamaah Haji dan Umrah yang meningkat setiap tahun, maka Telkomsel menggandeng agen travel, bank serta Kementerian Agama di tahun 2019 untuk melayani jemaah Haji dan Umrah

dengan lebih baik. Telkomsel juga bekerja sama dengan toko *device* baik secara lokal maupun nasional, dalam rangka memberikan nilai tambah bagi Jemaah Haji dan Umrah.

### c. Meningkatkan Pengalaman Digital Touch Point dan Transformasi Layanan

Tahun 2019 merupakan periode transformasi dalam hal layanan pelanggan dengan adanya tambahan Layanan Digital untuk *self-service* yang lebih beragam. Pelanggan dapat melakukan transaksi sederhana termasuk mencari informasi dan mengajukan permintaan melalui MyTelkomsel (aplikasi dan web), MyGraPARI IVR dan *Virtual Assistant*.

Untuk meningkatkan layanan pada *digital touch point*, Telkomsel meluncurkan layanan Telkomsel Virtual Assistant yang berbasis *chatbot*, yang dipasang di platform media sosial Facebook Messenger, LINE, Telegram serta aplikasi MyTelkomsel.

### 3. MEMENANGKAN BISNIS ENTERPRISE & DIGITAL LIFESTYLE (DLS)

#### a. Ekspansi pada pasar UKM dan Enterprise dengan Solusi B2B

Segmen B2B berfokus pada pengembangan pasar UKM dan *Enterprise*. Di segmen UKM, kami sedang membangun ekosistem UKM Indonesia yang terbesar melalui platform digital kami yaitu 99% Usahaku, yang berhasil melakukan *soft launch* pada 9 September 2019. Dengan bergabung di 99% Usahaku, UKM dapat mengoptimalkan pengadaan, memperluas pasar, akses pendanaan, meningkatkan produktivitas dan mendapatkan kesempatan menuai ilmu.

Di segmen *Enterprise*, Korporat dan Pemerintah, Telkomsel diposisikan sebagai penyedia teknologi digital dan solusi digital *enterprise* mulai dari *Basic Connectivity* hingga *Advanced Connectivity*, *Cloud/SaaS*, *Security*, *Analytics* dan *IoT*.

#### b. Memenangkan Kalangan Anak Muda Melalui Produk dan Pengalaman Digital

Untuk memenangkan segmen anak muda, kami menciptakan acara dan pengalaman baru agar masyarakat dapat mencoba produk digital baru kami, seperti HBO GO *streaming* di MAX-stream dan e-game Free Fire di Dunia Games. Acara launching HBO Go di MAXstream diselenggarakan pada bulan November 2019 di 8 kota besar. Sebanyak

8,600 tim ikut bersaing dalam turnamen nasional *Free Fire* dengan *Grand Final Tournament* sebagai puncak acara yang diselenggarakan pada tanggal 28 September 2019 di Tennis Indoor Senayan Jakarta, sebagai salah satu pertandingan game terbesar di Jakarta.



### CHANNEL MANAGEMENT

#### DIRECT CHANNEL MANAGEMENT (PENGELOLAAN SALURAN SECARA LANGSUNG)

Melanjutkan keberhasilannya pada tahun sebelumnya dalam memberikan layanan terbaik bari pelanggan, Telkomsel terus melakukan penyempurnaan pada kualitas layanan di seluruh *Customer Touch Point*. Secara umum, saluran *customer service* dibagi dua menjadi saluran dengan bantuan (GraPARI, Call Center, *E-care*) dan saluran mandiri (MyGraPARI, MyTelkomsel, IVR, *Virtual Assistants*). Pada bulan Desember 2019, Telkomsel mengelola sebanyak 80 GraPARI yang bersertifikasi ISO 9001:2015, 341 Mitra GraPARI dan 5 GraPARI Internasional yang beroperasi di Mekah, Madinah, Hong Kong dan Taiwan.

Untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses bantuan layanan pelanggan, Telkomsel menghadirkan sebanyak 188 Call Center yang tersedia 24 jam untuk melayani seluruh pelanggan. Layanan Call Center tersedia di 4 kota: Medan, Bandung, Surabaya & Makassar. Selain itu, pelanggan dapat mengakses bantuan *e-care* melalui Email, juga melalui akun Facebook, Twitter dan Instagram Telkomsel.

Melalui saluran-saluran *self-service* tersebut, pelanggan dengan mudah mendapatkan informasi atau menyampaikan permintaan menggunakan MyTelkomsel, MyGraPARI, IVR dan *Virtual Assistant*. Layanan *Virtual Assistant* dapat diakses melalui Facebook, Telegram, LINE, Telkomsel.com dan MyTelkomsel.

Sebagai tambahan, untuk memudahkan pelanggan dalam mengakses layanan GraPARI, Telkomsel menyediakan layanan reservasi *online* melalui MyTelkomsel sehingga pelanggan dapat menentukan kapan mereka akan datang ke GraPARI dan langsung ditemukan dengan Staf *Customer Service*.

Dengan didukung oleh upaya berkelanjutan untuk meningkatkan layanan MyGraPARI, pada tahun 2019 jumlah MyGraPARI bertambah menjadi sebanyak 118 di seluruh wilayah dengan berfokus pada layanan pergantian kartu, pembayaran tagihan kartuHalo, konten *repayment* serta layanan aktivasi paket.

## MITRA CHANNEL MANAGEMENT

Telkomsel terus melakukan kerjasama dengan banyak mitra di beragam industri untuk menjaga ketersediaan produk dan layanan secara nasional. Pada tahun 2019, Telkomsel menambah jumlah mitra *modern channel* sembari mengoptimisasi kemitraan dengan mitra tradisional.

Mitra baru yang telah menjalin hubungan dengan Telkomsel termasuk KAHA, Yukk, Paytren dan Ayopop. Tujuan Telkomsel yang utama yaitu meningkatkan penetrasi pasar Data dan produk digital serta mendorong pembaruan paket Data. Sebagai tambahan, pada musim-musim tertentu Telkomsel memberikan penawaran khusus bagi pelanggan seperti RAFI, Harbolnas, MAXSTREAM GALA, HBO Go dan masih banyak lagi.

## KEGIATAN PENJUALAN AREA

Telkomsel menyadari bahwa industri telekomunikasi saat ini tengah mengalami banyak perubahan dan disrupti. Menghadapi tantangan tersebut, Telkomsel saat ini menjalankan proses transformasi menjadi Perusahaan Digital Telco. Tentunya bukan suatu proses yang mudah, namun perlu dihadapi.

Dalam pandangan Telkomsel, going digital bukan hanya tentang soal teknologi, melainkan menyangkut pola pikir setiap karyawan. Telkomsel terus mendorong setiap karyawan agar semakin agile dan kreatif dengan

cara memberikan kompetensi baru yang relevan pada transformasi yang sedang dijalankan. Lebih lanjut, Telkomsel membina budaya kerja yang memberdayakan setiap karyawan untuk dapat menunjukkan kemampuan masing-masing, juga mendorong karyawan untuk senantiasa berinovasi baik di dalam maupun di luar perusahaan.

Telkomsel sadar bahwa perilaku pelanggan telah mengalami perubahan yang signifikan. Kini pelanggan lebih banyak menggunakan internet untuk mengakses media sosial, streaming musik dan video, serta bermain game online. Menanggapi perubahan perilaku pelanggan tersebut, Telkomsel terus mengembangkan kemitraan dengan penyedia konten dan game publisher termasuk dengan cara menyelenggarakan beragam kegiatan digital.

Di tahun 2019, Telkomsel mengizinkan semua wilayah di Sumatera untuk menetapkan strategi penjualan masing-masing berdasarkan kondisi di pasar lokal, namun harus sejalan dengan tujuan untuk membangun ekosistem digital melalui penawaran Layanan Digital yang disesuaikan dengan segmentasi pelanggan yang sudah ditetapkan untuk memastikan bahwa penjualan produk terbidik dengan efektif.

Telkomsel juga meningkatkan Cluster Health Index sebagai indeks pengukuran kinerja setiap cluster dalam mengelola kegiatan ritel dan mengkonversinya menjadi

pendapatan. Nilai Cluster Health Index yang baik sebagai indikasi dari fundamental ritel yang kuat, tidak hanya di tingkat kota melainkan juga di tingkat pedesaan. Untuk menjaga agar skor tetap baik, berbagai program telah diciptakan yang bertujuan menguatkan fundamental ritel tersebut, memenangkan pangsa pasar dan menjangkau audiens yang disasar.

Untuk mempertahankan segmen mass market, diciptakan serangkaian program termasuk OMG Race Medan, Fun Festival Batam dan Fun Festival Belitung. Pelanggan HVC Diamond Telkomsel juga diundang ngobrol dengan BOD Telkomsel. Sementara proses penguatan aspek-aspek fundamental berlanjut untuk mendukung pertumbuhan dan pendapatan yang sehat, seiring mempertahankan fokusnya pada segmen anak muda dengan memastikan ketersediaan produk Telkomsel di sekolah dan kampus. Diluar itu, Telkomsel Sumatera juga mendorong pertumbuhan 4G SDN dan membina pertumbuhan pasar ekosistem digital melalui kerja sama dengan Amazon Web Service yang pada ujungnya memiliki tujuan untuk memberdayakan UKM agar dapat bergabung di pasar global.



Strategi sejenis diterapkan di area Jabotabek, Jawa Barat, dimana Telkomsel menguatkan fundamentalnya melalui pendekatan *customer-centric* sebagai kunci utama untuk meningkatkan pendapatan *incremental*. Telkomsel menciptakan, menjalankan dan mengevaluasi program yang dibuat berdasarkan segmentasi dan preferensi pelanggan untuk menjaga *Length of Stay (LOS)* para pelanggan dan juga meningkatkan ARPU. Di segmen anak muda, Telkomsel mengadakan berbagai kegiatan seperti pertunjukkan siswa, lomba *Mobile Legend*, *Youth Festival* dan lain-lain sebagai bagian dari komitmennya untuk mendekatkan diri pada segmen anak muda.



Pada Hari Pelanggan Nasional, tim penjualan Jabotabek Jawa Barat Telkomsel mengadakan pawai pada area Car Free Day (CFD) dan turut serta di Jakarta Fair Kemayoran dengan menghadirkan berbagai produk dan layanan. Pada akhir tahun 2019, OMG! diluncurkan sebagai produk utama untuk menghasilkan pendapatan bagi Telkomsel. Berbagai acara diselenggarakan dengan tujuan mensosialisasi program tersebut bagi para pelanggan.

Selain memberikan layanan terbaik, Area Telkomsel Jawa-Bali memastikan ketersediaan jaringan terbaik di seluruh negeri, bahkan di wilayah 3T (Terdepan, Terpencil, Tertinggal). Contohnya pada saat terjadi kondisi darurat akibat bencana, Telkomsel selalu berupaya agar jaringan telekomunikasi nya tetap berjalan melalui unit COMBAT (*Compact Mobile BTS*) serta *mobile backup power*. Upaya tersebut sejalan dengan komitmen untuk membuka akses telekomunikasi dan informasi di wilayah-wilayah terdepan dan terpencil serta rute maritim di Indonesia sembari mendukung percepatan Rencana *Broadband Indonesia* periode 2014-2019.



Selain mengembangkan ekosistem digital, area Jawa Bali Telkomsel meluncurkan *Dunia Games Caster Academy* untuk mencetak video game caster profesional di Area Jawa Bali. Di batch pertama, 10 peserta disaring dari seluruh pendaftar untuk turut serta dalam serangkaian pelatihan mulai dari cara penggunaan *software hingga kompilasi casting software* untuk menciptakan gambar dan karakter unik sebagai caster.

Untuk mempertahankan kepemimpinan Telkomsel di Papua, Maluku, Sulawesi dan Kalimantan (Pamasuka), kami berfokus pada perluasan Ekosistem Digital serta retensi pelanggan yang berpotensi (HVC) di area tersebut. Telkomsel menjalankan program dengan agresif untuk melindungi pangsa pasar, meningkatkan tingkat pembaharuan paket serta pendapatan dari pelanggan yang sudah ada, menyelenggarakan kampanye digital dan menawarkan Layanan Digital untuk menjaga kepemimpinannya di cluster yang sudah didominasi Telkomsel.

Untuk mendukung strategi tersebut, sejumlah penawaran paket "topping" diluncurkan terutama dalam bentuk *Big Quota Short Validity (BQSV)* Data dan voucher fisik. Program HVC menghadirkan hadiah dan *loyalty* bagi pelanggan baik dalam bentuk hadiah langsung maupun sweepstakes yang menawarkan beragam hadiah menarik.

Dalam rangka mendorong Layanan Digital, area Pamasuka Telkomsel meluncurkan kampanye interaktif untuk meningkatkan kesadaran dan pengalaman pelanggan terkait produk dan layanan digital Telkomsel. Dalam memperkenalkan produk dan layanan digital tersebut, Telkomsel memanfaatkan grup/komunitas digital sebagai agen digital kami. Telkomsel melanjutkan evaluasi program digital saat ini seperti Games, Musik dan Video, serta terus menyebarluaskan informasi produk Layanan Digital yang baru.

# TEKNOLOGI INFORMASI

## TINJAUAN UMUM

Di tahun 2019, proses transformasi Teknologi Informasi (TI) digital Telkomsel yang dimulai sejak tahun 2018 dilanjutkan dengan implementasi *digital core* untuk melandasi proses transformasi. Dengan adanya *digital core* tersebut pengalaman konsumen dalam menggunakan berbagai saluran/aplikasi Telkomsel dapat ditingkatkan, selain itu seputar fungsi *billing & charging* juga berubah, serta dibangun pondasi untuk pengembangan kapabilitas *Big Data* dan *Business Intelligence*.

Sepanjang 2019, transformasi digital TI Telkomsel berlanjut dengan menitikberatkan pengembangan kapabilitas penting dalam empat aliran operasional yaitu *Consumer-B2C*, *Enterprise-B2B*, *Digital & Entertainment Ecosystem*, dan *Corporate Transformation/Digitization*, sembari juga meningkatkan kapabilitas *cyber-security* kami.

## CONSUMER-B2C

Adapun sejumlah program strategis yang dijalankan pada tahun 2019 untuk meningkatkan layanan pelanggan B2C dan mendukung transformasi bisnis. Program tersebut termasuk *digital core* untuk mendukung *customer care* dan platform *Next-Gen Recharge* yang dijadikan sebagai platform utama bagi penjualan tidak langsung oleh *dealer* dan *outlet*.

### 1. DIGITAL CORE

*Digital Core* yang diterapkan sejak 2018, memiliki serangkaian kapabilitas TI strategis yang penting untuk meningkatkan pengalaman pelanggan. Dalam penerapannya, setiap Katalog Produk *Enterprise* diperluas hingga dapat mewadahi konfigurasi produk, *Enterprise Service Bus* tunggal dan *API Gateway* sebagai *middleware* serta *gateway* utama untuk semua permintaan lalu lintas pelanggan, juga dapat memungkinkan

*Digital Order Management* yang memproses permintaan pelanggan secara digital seperti permintaan untuk mengaktifasi produk.

Pada tahun 2019, *Digital Core* diperluas hingga mencakup 16 saluran/aplikasi termasuk MyTelkomsel, menu USSD, MaxStream dan sistem Layanan Pelanggan internal, yang kini menggunakan *Digital Core* sebagai tulang punggung. Inovasi tersebut menghadirkan pengalaman *omni-channel* untuk pelanggan yang kini dapat mengaktifasi produk menu yang sama di semua saluran. Hal ini juga dapat mempercepat integrasi saluran eksternal seperti LinkAja, situs e-commerce, dan lain sebagainya pada platform Telkomsel, sehingga mendukung berbagai kegiatan termasuk konfirmasi profil pelanggan dan aktivasi produk. Selain menghadirkan

**SEPANJANG 2019, TRANSFORMASI DIGITAL TI  
TELKOMSEL BERLANJUT DENGAN MENITIKBERATKAN  
PENGEMBANGAN KAPABILITAS PENTING DALAM  
EMPAT ALIRAN OPERASIONAL YAITU CONSUMER-  
B2C, ENTERPRISE-B2B, DIGITAL & ENTERTAINMENT  
ECOSYSTEM, DAN CORPORATE TRANSFORMATION/  
DIGITIZATION, SEMBARI JUGA MENINGKATKAN  
KAPABILITAS CYBER-SECURITY KAMI.**

peningkatan teknologi, *Digital Core* juga mendukung metodologi pengembangan *Agile* sehingga Telkomsel dapat menciptakan produk dengan lebih cepat dan memangkas waktu *Time-to-Market*. Ini penting agar Telkomsel dapat menanggapi perubahan dinamika bisnis dengan baik.

## 2. NEXT GENERATION RECHARGE

Platform *Next-Generation Recharge* yang didukung oleh *Digital Core*, dikembangkan untuk mendukung model bisnis baru penjualan. Tim Sales dapat mengendalikan tingkat persediaan (*inventory*), jumlah uang tunai serta harga voucher prabayar; memperkaya profil pelanggan dan *channel*; serta mendukung kampanye *real-time* terkait penyelenggaraan acara untuk mendorong penambahan pulsa (*recharge*). Dari sisi teknologi, platform ini juga mendukung *open API* sehingga proses *on-boarding* bagi saluran eksternal digital dapat dilakukan dengan cepat.

## ENTERPRISE - B2B

*Enterprise/B2B* menjadi salah satu area fokus utama pada tahun 2019. Untuk membantu pengalaman pelanggan korporat dan perjalanan digital nya secara keseluruhan, tim Teknologi Informasi (TI) Telkomsel membekali bisnis-bisnis tersebut dengan sistem dan alat *end-to-end* yang terintegrasi. Di 2019, pencapaian penting yang diraih mencakup platform berikut ini.

### 1. SAFORA-CPQ-LDMS

SAFORA (sistem *Salesforce Automation*) dirancang dan dibangun untuk memudahkan pengelolaan rencana sales secara mendalam, bahkan sampai ke tingkat akun pelanggan. Terdapat fitur *enterprise sales dashboard* yang menampilkan informasi tentang Rencana Penjualan (*Sales Plan*) dan Kinerja Manajer Akun (*Account Manager Performance*, atau AM) serta manajemen proyek (prospek/peluang). Untuk mendukung prosesnya, semua data akun AM dan perusahaan tersimpan di SAFORA.

Selanjutnya, peluang penjualan dikelola dengan menggunakan perangkat lunak CPQ (*Configure Price Quote*). CPQ akan membantu pengelolaan secara digital untuk *quotation* termasuk *discount pricing*. CPQ juga mendukung tim penjualan untuk melihat seluruh produk korporat Telkomsel dan memberikan kemudahan dalam mengelola *quotation lifecycle* bagi pelanggan.

Setelah kontrak sudah final, dokumen akan dikelola oleh LDMS (Sistem Manajemen Dokumen Legal atau *Legal Document Management Systems*). Sistem ini menyederhanakan dan mendigitalkan proses kontrak dengan pelanggan, berfungsi sebagai sistem kontrak elektronik baik untuk kontrak baru maupun untuk perpanjangan kontrak.

### 2. DSC

TI juga telah meluncurkan DSC (*Digital Smart Care*) untuk pelanggan korporat. DSC adalah portal *one-stop self-service* yang memberdayakan pelanggan korporat (terutama PIC-nya) untuk mengelola penggunaan telepon/Data, akun karyawan, penagihan, dan pembayaran.

### 3. EMS

TI juga meluncurkan EMS (*Enterprise Management System*) untuk memudahkan proses *ticketing* pada tahap pasca-penjualan, baik bagi operasional internal Telkomsel sendiri maupun bagi operasional mitra. EMS mendukung Telkomsel dalam menerima dan memantau permintaan, informasi, dan keluhan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pasca-penjualan menuju SLA yang lebih baik.

## EKOSISTEM DIGITAL DAN HIBURAN

Sesuai dengan visi Telkomsel untuk menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital bergerak yang terpercaya dan berkelas dunia, Telkomsel secara konsisten melakukan peningkatan pada platform *Digital Lifestyle* termasuk MaxStream dan Dunia Games. Kami juga menghadirkan *API/ Marketplace* agar layanan Telkomsel dapat semakin dimanfaatkan oleh ekosistem eksternal.

### 1. MAXSTREAM

Setelah meluncurkan MaxStream pada tahun 2018 dalam rangka memeriahkan acara-acara besar seperti Piala Dunia dan Asian Games, MaxStream ditingkatkan pada tahun 2019 dengan menghadirkan layanan OTT seperti iflix dan HBO Group. MaxStream yang juga dibekali dengan kemampuan memutar iklan, yang kini menjadi salah satu sumber pendapatan baru.

### 2. DUNIA GAMES

Web portal Dunia Games mengalami perombakan besar sehingga pelanggan kini dapat menyelenggarakan turnamen e-Sport di platform ini. Fitur baru lainnya termasuk penjualan voucher di *Games Store* dan tambahan metode pembayaran yang dapat diproses.

### 3. API MARKETPLACE

API (*Application Programming Interface*) Marketplace Telkomsel adalah portal web yang mencakup daftar API atau layanan yang dapat diakses dan digunakan oleh aplikasi seluler maupun pengembang web. Sejalan dengan tren penggunaan API yang terus meningkat di dunia TI, Telkomsel telah memperkenalkan API Marketplace kepada pihak eksternal (termasuk developer dan mitra) yang selanjutnya dapat meminta otorisasi untuk mengakses layanan Telkomsel secara aman (contohnya untuk

mengirim SMS menggunakan aplikasi eksternal, mengaktifkan produk, dll). API Marketplace tersebut akan membuka peluang bisnis baru dan mendorong inovasi bagi Telkomsel, juga membangun komunitas developer yang berpotensi menjadi mitra.

### TRANSFORMASI DAN DIGITALISASI KORPORAT

Sepanjang 2019, sejumlah proyek digitalisasi dilaksanakan secara internal untuk merampingkan dan meningkatkan proses bisnis. Di bidang Keuangan, dijalankan dua inisiatif untuk mendigitalkan dokumen keuangan (termasuk kontrak dan faktur). DocuTrack berfokus pada konversi dan penyimpanan dokumen fisik menjadi media digital, yang juga memungkinkan pengguna untuk melacak sirkulasi dokumen berdasarkan alur kerja yang telah ditentukan. Platform lain yang disebut DINA dapat menciptakan Dokumen Digital berdasarkan *template*, dengan tanda tangan elektronik yang memiliki kekuatan hukum.

Pada tahun 2019, Telkomsel juga memperkenalkan MOANA, platform *one-stop self-service* karyawan yang memungkinkan pengguna untuk mengakses berbagai fungsi perusahaan termasuk layanan HCM, layanan TI, GA, dan *Corporate Communication*. Termasuk juga pencatatan kehadiran berbasis GPS, memo elektronik untuk unit internal, reservasi ruang pertemuan, tiket TI, dan *chat bot*.

PADA TAHUN 2019,  
TELKOMSEL JUGA  
**MEMPERKENALKAN  
MOANA, PLATFORM  
ONE-STOP  
SELF-SERVICE  
KARYAWAN YANG  
MEMUNGKINKAN  
PENGGUNA  
UNTUK MENGAKSES  
BERBAGAI FUNGSI  
PERUSAHAAN.**

## PENEGASAN CYBER SECURITY

Tidak dipungkiri bahwa tren digitalisasi dan *open ecosystem* telah menciptakan banyak peluang, namun berbagai ancaman keamanan telah muncul pula. Untuk mengatasi hal ini, langkah-langkah keamanan perlu diperbarui secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa Telkomsel dapat beroperasi secara aman dan melindungi data serta privasi pelanggan dari penyusupan jaringan yang tidak sah (*unauthorized access*).

Penangkal *unauthorized access* tersebut menjadi fokus utama Telkomsel dalam menjalankan beberapa program keamanan penting sepanjang 2019. Program-program tersebut mencakup inisiatif untuk meningkatkan kesadaran karyawan internal dalam mengelola informasi rahasia dengan benar, menjalankan perangkat keamanan dan aplikasi (seperti modernisasi dan perluasan *firewall* untuk mengangkal ancaman yang canggih dan selalu ada, perluasan perlindungan atas ancamaan DDOS, server anti-virus, pengujian keamanan yang berkelanjutan, dan sebagainya) untuk mencegah insiden keamanan, juga memastikan bahwa pemantauan keamanan dilakukan tepat serta perbaikan yang juga dilakukan dengan cepat melalui SOC (Security Operation Center) Telkomsel.

## AWARDS

Sepanjang 2019, TI Telkomsel menerima penghargaan sebanyak 3 buah:

1. *Cyber Security Awareness Award* di bulan August 2019 dari BSSN (Badan Siber Dan Sandi Negara).



2. *Red Hat Open Source Innovation APAC Award* di bulan Oktober 2019 dari Red Hat.

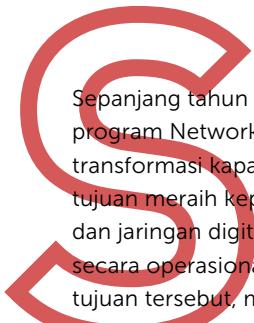


3. *Top Digital Implementation 2019 Award* di sektor Telco, serta penghargaan #Level Star 5 pada acara *IT Works Top Digital Awards* yang diselenggarakan di bulan November 2019, dengan penghargaan lainnya seperti:

- *Top Leader in Digital Implementation 2019*
- *Top Wireless Internet Provider 2019*
- *Top Data Package 2019*



# JARINGAN



Sepanjang tahun 2019, strategi dan program Network menitikberatkan transformasi kapabilitas dengan tujuan meraih kepemimpinan di Data dan jaringan digital, juga unggul secara operasional. Sejalan dengan tujuan tersebut, maka inovasi dalam teknologi digital serta kepemimpinan data dijadikan inisiatif strategis utama. Selain itu, kami menerapkan berbagai program Jaringan sebagai berikut: *LTE Leadership, Virtualized Network Infrastructures, Digital Network Capabilities, Operation Excellence, dan Cost Transformation.* Telkomsel konsisten menjaga keunggulan jaringannya sebagai *experience differentiator* yang utama. Melalui program *LTE Leadership*, kami mengandalkan aset spektrum serta teknologi canggih yang dimiliki untuk menjaga kepemimpinan di industri, antara lain melalui peningkatan koneksi yang unggul dengan tambahan 23.000 elemen jaringan LTE baru sehingga cakupan LTE kini menjangkau 95% dari seluruh penduduk Indonesia. Kami juga bangga bahwa *LTE Long Range Coverage Solution* kami dianugerahi penghargaan *Best Wireless Broadband Solution* di World Broadband Forum 2019.

Untuk memperkuat infrastruktur LTE, kami terus berinvestasi dalam teknologi canggih dengan menerapkan teknologi dan kapabilitas LTE yang terdepan seperti Massive MIMO, 256 QAM dan 8T8R. Untuk mendukung teknologi tersebut, lebih dari setengah semua situs prioritas di fiberisasi dan pada sisanya dipasang solusi terestrial

berkapasitas tinggi melalui kerja sama dengan perusahaan induk kami, Telkom Indonesia.

Sebagai hasilnya, kinerja jaringan LTE kami secara konsisten meraih peringkat teratas di Indonesia berdasarkan hasil aplikasi pengukuran kinerja jaringan independen, yang kembali menegaskan kepemimpinan LTE kami di negara ini.

Dalam menghadirkan pengalaman Data yang terbaik bagi pelanggan, kami memiliki strategi utama untuk berfokus pada pengalaman pelanggan disertai pengembangan jaringan yang kuat. Strategi tersebut dilaksanakan melalui program optimisasi jaringan *True Customer-Oriented Experience*, di mana kota-kota diprioritaskan dan

disegmentasi untuk meningkatkan kinerja secara optimal. Bekerja sama dengan Direktorat Marketing dan Sales, kami juga mulai melakukan segmentasi layanan Data berdasarkan tingkat permintaan di kluster mikro dalam kota.

Telkomsel juga meluncurkan infrastruktur jaringan virtual (*virtualized network infrastructure*) sebagai persiapan menuju 5G. Jaringan virtual tersebut akan mengubah pola kerja Network kami, mendorong cara kerja baru, dan sepenuhnya merealisasi manfaat dari jaringan *agile*. “Cap-and-Grow” sebagai pola bisnis yang digunakan dalam mengubah jaringan dari infrastruktur fisik menjadi virtual. Dalam pola tersebut, solusi jaringan Legacy di-“cap” (dibatasi)

**KAMI MENGANDALKAN ASET SPEKTRUM SERTA TEKNOLOGI CANGGIH YANG DIMILIKI UNTUK MENJAGA KEPEMIMPINAN DI INDUSTRI, ANTARA LAIN MELALUI PENINGKATAN KONEKSI YANG UNGGUL DENGAN TAMBAHAN 23.000 ELEMEN JARINGAN LTE BARU SEHINGGA CAKUPAN LTE KINI MENJANGKAU 95% DARI SELURUH PENDUDUK INDONESIA.**

sementara kemampuan baru di-“grow” (kembangkan) dengan menggunakan teknologi Jaringan Virtual yang canggih. Transformasi dimulai dengan meluncurkan Virtual Evolve Packet Core (VEPC) di Wilayah Barat dan Timur untuk memperkuat layanan Data. Selain itu, kami juga sedang dalam proses membangun portofolio produk Network Function Virtualization (NFV) dalam rangka mengantisipasi meningkatnya pertumbuhan permintaan pada saat pelanggan beralih dari layanan jaringan dan perangkat tradisional. Sementara program *Digital Network Capability* ditingkatkan dengan meluncurkan teknologi NB-IoT di sepuluh kota terbesar di Indonesia untuk menjaga kesiapan dan daya saing jaringan digital Telkomsel. Kami percaya bahwa ini akan memungkinkan ekosistem IoT untuk mendorong inovasi digital, sehingga menciptakan lebih banyak peluang penggunaan *business use case* untuk bisnis digital kami.

Selaku salah satu pemimpin dalam bidang teknologi di negara ini, kami mengantisipasi bahwa tingginya konektivitas dan rendahnya latensi 5G akan mendukung Industri 4.0 dan menciptakan peluang bisnis baru. Oleh karena itu, sejalan dengan tren digitalisasi industri, kami melanjutkan uji coba teknologi 5G di Batam dengan tujuan mennciptakan dan meningkatkan jumlah *use cases* (peluang untuk menggunakan teknologi tersebut)

seperti *autonomous drone* untuk kebutuhan patroli udara secara pintar, *high speed throughput* untuk *smart surveillance*, dan *augmented reality support* untuk pemeliharaan dan perbaikan.

Sebagai bagian dari strategi investasi kami, kami senantiasa mendorong penerapan teknologi terbaru termasuk otomatisasi untuk meningkatkan efektifitas dan *agility* dari infrastruktur jaringan dan operasional. Kami terus memodernisasi infrastruktur BTS kami untuk mendukung *Multimode SDR (Software Defined Radio)* dan meningkatkan kesiapan untuk menerapkan teknologi 5G. Kami juga memodernisasi infrastruktur antena untuk mendukung *multiband* serta teknologi pengendalian listrik.

Kami juga berhasil menambah jumlah menara yang diluncurkan melalui menara telekomunikasi khusus yang pintar (*smart*), sebagai wujud dari komitmen kami untuk menghadirkan solusi infrastruktur yang efektif dan efisiensi di daerah terpencil. Jangkauan dan konektivitas jaringan menjadi semakin baik dengan ditunjang oleh sekitar 18.000 menara yang kini dimiliki Telkomsel.

## MENDUKUNG AKSES DIGITAL DI INDONESIA

Upaya kami mendukung program percepatan infrastruktur Pemerintah dituangkan melalui program khusus untuk menghadirkan konektivitas LTE di infrastruktur publik seperti jalan tol, jalan raya, kereta api, jalur

komuter, dan *mass rapid transport* (MRT) sebagai proyek infrastruktur prioritas bagi pemerintah Indonesia. Program tersebut mencerminkan komitmen kami untuk membangun solusi konektivitas dan akses digital di Indonesia.

Selain itu, Telkomsel aktif bermitra dengan Pemerintah untuk meluncurkan jaringan data di wilayah 3T melalui program USO (*Universal Service Obligation*). Sepanjang 2019, kami berhasil membangun 941 situs 2G dan 4G.

Penting juga dicatat bahwa Telkomsel berkomitmen untuk memaksimalkan proyek infrastruktur Palapa Ring sebagai program pengembangan infrastruktur *broadband* unggulan Pemerintah. Infrastruktur Palapa Ring terdiri dari kabel serat optik yang menghubungkan Indonesia Timur (Palapa Ring Timur) ke Indonesia Tengah (Palapa Ring Tengah), dan Indonesia Barat (Palapa Ring Barat). Selain itu, Telkomsel juga mendukung tambahan 251 situs USO baru di seluruh Indonesia serta menyelenggarakan Program Telkomsel Merah Putih yang mendukung akses digital di daerah 3T yang berada diluar cakupan program USO. Pada akhir 2019, sebanyak 238 situs Merah Putih telah diluncurkan di seluruh Indonesia yang menggunakan solusi teknologi ramah lingkungan.

# MANAJEMEN MODAL MANUSIA



Sejalan dengan strategi korporat untuk menjadi Perusahaan Telekomunikasi Digital, maka Manajemen Modal Manusia (*Human Capital Management - HCM*) memiliki peranan penting dalam membentuk budaya perusahaan dan membimbing karyawan agar tujuan perusahaan terwujud. Pengembangan kapabilitas *future-fit* dan pembentukan budaya digital yang kuat di seluruh jajaran merupakan *enabler* yang penting yang mendukung keberhasilan transformasi.

Telkomsel dalam transformasinya menjadi organisasi yang berfokus pada pelanggan, telah menerapkan pola operasional baru sehubungan dengan proses, orang/karyawan dan teknologi. Selain itu, sejumlah inisiatif lainnya tengah dijalankan untuk mendukung tujuan "Accelerating High-Performance Organization and Drive New Capabilities for Healthy Growth & Profitability". Pergeseran strategis dan pola bisnis ini menuntut HCM untuk dapat menarik dan mengembangkan kepemimpinan serta talent yang tepat, sekaligus menyelaraskan organisasi dengan strategi yang ditetapkan, dan membangun budaya yang sepenuhnya mendukung perubahan.

Selama 2019, HCM melakukan perbaikan di 3 bidang. Bidang pertama adalah transformasi organisasi dan model operasi menjadi lebih *customer-centric*. Bidang kedua yaitu peningkatan keterampilan orang/karyawan dan pengembangan kompetensi yang dibutuhkan untuk

PERGESERAN STRATEGIS DAN POLA BISNISINI MENUNTUT HCM UNTUK DAPAT MENARIK DAN MENGEMBANGKAN KEPEMIMPINAN SERTA TALENT YANG TEPAT, SEKALIGUS **MENYELARASKAN ORGANISASI DENGAN STRATEGI YANG DITETAPKAN, DAN MEMBANGUN BUDAYA YANG SEPENUHNYA MENDUKUNG PERUBAHAN.**

mendukung struktur organisasi yang baru ini. Bidang ketiga yaitu pengembangan budaya kinerja tinggi untuk mendukung transformasi organisasi dan orang/karyawan. Semua ini penting agar menjadi lebih gesit (*agile*), lebih fokus pada teknologi dan semakin inovatif dalam mencapai tujuan bisnis Perusahaan.

## MEMBENTUK ORGANISASI YANG CUSTOMER-CENTRIC

Seiring perkembangan pasar yang menjadi semakin kompleks dan dinamis, Telkomsel harus mampu menanggapi perubahan pasar dan beradaptasi dengan cepat. Dengan demikian, struktur organisasi Telkomsel dituntut untuk berubah total, bukan hanya berubah dari struktur A ke struktur B, melainkan menjalankan perubahan yang mendasar dalam

rangka mengakomodasi perubahan paradigma bisnis dari *Product-Centric* menjadi *Customer-Centric*, dimana perubahan paradigma ini telah mendorong terciptanya pola operasi baru.

Untuk mendukung perubahan ini, HCM menetapkan struktur organisasi baru yang lebih menekankan kepemilikan dan akuntabilitas di setiap segmen pasar. Dengan cara ini, organisasi Telkomsel dapat bergerak lebih dinamis sesuai kebutuhan segmen konsumen yang begitu beragam, ibaratnya seperti organisme hidup yang dituntut untuk terus berkembang melalui interaksi dengan pelanggan maupun upaya berkelanjutan untuk meningkatkan pengalaman pengguna menjadi lebih baik.

Struktur organisasi yang baru ini diluncurkan secara bertahap dengan diiringi peluncuran pola-pola operasional baru, mulai dari pola operasional B2B dan berlanjut dengan pola operasional Pemasaran B2C, Penjualan B2C, Keuangan dan HCM. Baru-baru ini, kami menetapkan struktur organisasi baru untuk *CEO Office, Planning & Transformation, Network* dan *IT*.

Selanjutnya, HCM juga menguji pendekatan yang berbeda untuk mengisi lowongan di struktur organisasi yang baru, terutama untuk lowongan Manajemen Senior. Untuk lowongan tersebut, karyawan dipersilakan untuk mendaftarkan diri secara langsung, seterusnya Direksi yang akan memutuskan berdasarkan aspirasi karyawan, riwayat pekerjaan, prestasi kerja dan kesesuaian kompetensi karyawan dengan kebutuhan kerja. Dengan ini diharapkan agar proses rekrutmen menjadi lebih transparan sembari mewadahi aspirasi karyawan dengan lebih baik.

#### MEMBANGUN DAN MENGAKUISISI KAPABILITAS FUTURE-FIT

Keberhasilan transformasi selain bergantung pada struktur organisasi, juga ditentukan oleh karyawan yang menjalankannya. Karena itulah, pada saat struktur organisasi *go live*, HCM serentak menggelar sejumlah program untuk mendorong pemenuhan kapabilitas serta budaya inovasi dalam perusahaan.

Dalam membangun organisasi yang berkinerja tinggi, HCM menggunakan dua tipe pendekatan yaitu *Build* dan *Buy*. HCM dalam upaya Membangun Kemampuan Masa Depan (*Build Future-Fit Capabilities*), melalukan serangkaian program pengembangan yang terpadu bertajuk "*Transformational Expert Development*" (TED). Selain itu, dalam beberapa kasus HCM juga merekrut bakat eksternal untuk mempercepat proses pembelajaran serta pemenuhan kompetensi demi memenangkan persaingan bisnis secara cepat.

#### DATA SCIENCE ACADEMY

Merujuk pada Rencana Strategis Korporat, Telkomsel dituntut mengembangkan kemampuannya untuk mengolah dan memanfaatkan data dalam rangka mendukung transformasinya menjadi Perusahaan Telekomunikasi Digital. Data sebagai sumber daya utama di dalam industri digital, menjadi *enabler* penting dalam upaya Telkomsel untuk mendalami pemahamannya akan konsumen. *Data Science Academy* (DSA) sebagai program TED yang pertama diselenggarakan, berhasil menarik sekitar 24% dari seluruh karyawan, dengan sebanyak 1.296 peserta terdaftar. Peserta yang lolos seleksi, diundang bergabung dalam serangkaian program selama periode 6 bulan yang mencakup *Bootcamp, full-stack development, coaching* yang intensif serta *hands-on project*. Pada akhir program, peserta mendapatkan sertifikasi sebagai *Data Scientist Expert*.

#### UX ACADEMY

Masih merujuk pada Rencana Strategis Korporat, selain mampu mengelola data dengan baik, Telkomsel juga dituntut memiliki kemampuan desain UX yang baik dalam menyajikan analisis *big data* bagi pelanggan Telkomsel.

Desain UX yang baik yaitu 'sweet spot' antara kebutuhan pengguna, tujuan bisnis, dan kemampuan tim teknologi (*engineer/developer*) dalam menciptakan produk dan layanan yang dibutuhkan para pengguna. Sehingga pengguna menikmati pengalaman yang baik yang memberikan kemudahan dan kenyamanan (Teknologi untuk Interaksi Manusia).

Dengan pertimbangan ini, *UX Academy* dijadikan sebagai program TED yang kedua. Program tersebut disambut karyawan cukup antusias dengan pendaftaran sebanyak 19% atau 1.056 orang di program ini. Karyawan yang lolos putaran seleksi akan berpartisipasi dalam serangkaian program selama 6 bulan mencakup *bootcamp, full-stack development, coaching* yang intensif serta *hands-on project* sehingga pada akhir program peserta meraih sertifikasi sebagai *UX Researcher / UX Designer / UI Designer Expert*.



Data Science Academy



InnoXtion



Transformational Expert  
Development Festival (TED Fest)

#### **TRANSFORMATIONAL EXPERT DEVELOPMENT FESTIVAL (TED FEST)**

TED Fest adalah program pengembangan kemampuan baru yang berbentuk konferensi, seminar, ataupun sesi *sharing* yang ditujukan untuk karyawan Telkomsel Area, Regional maupun Cabang serta masyarakat umum (pelajar dan komunitas masyarakat). Hal ini merupakan bagian dari seri acara pengembangan karyawan yang diselenggarakan Telkomsel dengan menghadirkan pemimpin / CEO startup maupun perusahaan digital yang datang berbagi cerita seputar pengalaman mereka menggeluti Bisnis Digital dan membahas kompetensi apa saja dibutuhkan dalam industri yang tengah berkembang pesat ini.

TED Fest pertama kali diadakan di Surabaya pada tanggal 4-5 Desember 2019, mengusung tema "We The People 4.0". Dihadiri sekitar 200 karyawan Telkomsel, 70 mahasiswa dan 30 komunitas lokal yang datang untuk melihat dan mendengarkan pembicara dari beragam latar belakang.

#### **DIGITALX, OJI, INNOXTION**

Selain membangun kemampuan melalui akademi-akademi yang diwadahi program TED, HCM juga mengadakan program-program untuk memperkenalkan pola kerja baru yang lebih *agile*, dinamis, kolaboratif, dan inovatif melalui program DigitalX dan OJI (*On the Job Innovating*). Program-program ini mendorong karyawan untuk berupaya lebih dan mencoba cara kerja yang baru dengan bereksperimen sehingga dapat memberikan dampak lebih. Sampai dengan akhir 2019, sebanyak 617 karyawan dari berbagai Direktorat dan Regional mulai dari

Sumatera hingga Papua. telah dilibatkan dalam Program DigitalX dan OJI.

Salah satu proyek yang diluncurkan pada tahun 2019 untuk mendorong cara kerja yang baru yaitu "Home LTE Project". Rekrutmen dibuka untuk proyek ini pada bulan Oktober 2019, dengan adanya 7 lowongan yang dibuka khusus bagi karyawan staf dan manajemen menengah. Pada akhir periode registrasi, HCM menerima sebanyak 595 pendaftar yang kemudian diuji. Total sebanyak 10 karyawan atau 2% dari seluruh pelamar yang lolos dan dipilih untuk bergabung di tim proyek.

HCM juga membuka laboratorium inovasi bertajuk *InnoXtion* untuk memupuk budaya inovasi di Telkomsel dengan harapan dapat semakin berkembang. Laboratorium

# SELAMA PERIODE 2018-2019, KARYAWAN MENGAJUKAN SEBANYAK 164 IDE UNTUK INOVASI, SEBAGAI WUJUD PENCAPAIAN TELKOMSEL DALAM MEMBANGUN BUDAYA INOVASI YANG BERHASIL MENDORONG SETIAP INDIVIDU UNTUK BERPIKIR SECARA INOVATIF.

ini dapat digunakan sepanjang tahun oleh karyawan yang ingin mengerjakan inovasi untuk Telkomsel. HCM juga membawa masuk *coach* untuk membantu karyawan dengan proyek inovasi masing-masing hingga dapat masuk ke tahap inkubasi bisnis. Sekali setahun, pada acara HUT Telkomsel, penghargaan diberikan untuk proyek karyawan yang terbaik. Selama periode 2018-2019, karyawan mengajukan sebanyak 164 ide untuk inovasi, sebagai wujud pencapaian Telkomsel dalam membangun budaya inovasi yang berhasil mendorong setiap individu untuk berpikir secara inovatif.

## TELKOMSEL NEXT GEN SEBAGAI STRATEGI SALURAN PEREKRUTAN KARYAWAN SERTA TALENT BERPENGALAMAN

Kebutuhan untuk membangun kapabilitas *Future-Fit* dilakukan tidak hanya melalui program pengembangan internal melainkan juga dengan merekrut talent eksternal. Sejak peluncurnya tahun lalu, Program Telkomsel Next Gen telah menjadi menjadi salah satu cara merekrut talent yang sudah berada di tahun terakhir kuliah, yang kemudian diterjunkan di program *Bootcamp* dan diberikan target proyek individu untuk dicapai.

Telkomsel juga merekrut talent eksternal yang memiliki keahlian dan kemampuan *future-fit* untuk bergabung guna mendorong kinerja perusahaan. Pada tahun 2019 terdapat sekitar 20 talent eksternal

baru yang memiliki kemampuan *future fit*, terbagi antara berbagai level dan unit. Talent tersebut berasal dari berbagai perusahaan dan memiliki pengalaman yang beragam, bergabung di Telkomsel setelah berhasil melewati serangkaian tes.

## MENGEMBANGKAN BUDAYA KINERJA TINGGI

Agar suatu organisasi dapat bertransformasi, selain kemampuan karyawan dituntut bergeser juga dibutuhkan sistem pendukung atau lingkungan kerja yang mampu mengarahkan karyawan agar dapat melampaui harapan dalam pekerjaan. Oleh karena itu HCM berupaya mengembangkan budaya kinerja tinggi melalui 3 aspek: Perombakan Skema Kinerja & Insentif, *Work Life Balance Activation* serta Peningkatan Teknologi HR.

## PEROMBAKAN KALIBRASI KINERJA, SISTEM PENILAIAN KINERJA & SKEMA INSENTIF

"Jika kita tidak bisa mengukurnya, maka tidak dapat kita kelola". Inilah sebabnya mengapa indikator kinerja utama (KPI) telah distandarisasi untuk setiap jabatan dengan dilengkapi aturan penilaian untuk menetapkan standar pengukuran yang jelas dan obyektif atas kinerja karyawan.

Sejak paruh kedua 2019, HCM telah menerapkan sistem pengukuran kinerja baru (*New Performance Management System* atau *PMS*) yang

lebih adil, obyektif dan terstandarisasi. Dalam PMS baru ini, penilaian yang diberikan mencerminkan kinerja karyawan yang sebenarnya tanpa perlu penyelarasan secara manual, dan PMS tersebut juga sudah mencakup proses pembobotan secara kuantitatif (*quantitative weighting*).

Khusus untuk manajemen senior, HCM menerapkan proses kalibrasi kinerja untuk membedakan hasil kinerja karyawan di level manajemen senior. Kinerja para karyawan dinilai dengan menggunakan kurva lonceng untuk mendorong peringkat (*forced rankings*) dan selanjutnya diklasifikasikan ke dalam kategori Poor Performers, Average Performers dan Top Performers berdasarkan peringkat kinerja.

#### **AKTIVASI WORK LIFE BALANCE MELALUI JAM KERJA YANG FLEKSIBEL SERTA PRAKTEK KERJA IBO**

Untuk menciptakan budaya kinerja tinggi, karyawan membutuhkan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi. Oleh karena itu HCM melakukan uji coba penerapan jam kerja fleksibel selama 3 bulan yang dimulai pada bulan November 2019 dan dijalankan hingga bulan Januari 2020 dengan tujuan memberikan karyawan kebebasan dalam mengatur jam kerja untuk mengakomodasi kebutuhan pribadi.

Uji coba tersebut dilakukan dengan memperhatikan sejumlah aturan, termasak tunduk pada Undang-undang Ketenagakerjaan Indonesia mengenai jumlah jam kerja. Karyawan diperbolehkan masuk antara jam 7 sampai jam 9 pagi dan pulang antara jam 4 sampai jam 6 sore, dengan kondisi jam kerja minimal sebanyak 8 jam. Jadwal tersebut memberikan para karyawan kemudahan dalam mengatur jadwalnya dan mendukung mereka dalam mencapai *work-life balance*.

HCM juga bertanggung jawab atas kegiatan karyawan diluar jam kerja yang disebut dengan istilah "IBO" (Iman, Budaya, Olahraga). Melalui IBO, Telkomsel berusaha menyediakan fasilitas seputar kebutuhan agama, budaya dan olahraga sehingga tercipta keseimbangan kehidupan kerja yang pada gilirannya dapat meningkatkan keterlibatan dan produktivitas karyawan.

Berkenaan dengan unsur agama dan spiritualitas, HCM telah membentuk gugus tugas untuk memfasilitasi Majelis Ta'lim Telkomsel (MTT) dalam pelaksanaan dua tugas. Yang pertama adalah memfasilitasi perubahan bentuk organisasi yang sebelumnya berbentuk Yayasan (*Foundation*) menjadi suatu Perkumpulan (*Association*). Tugas kedua yaitu berkolaborasi dengan Telkomsel dan ikut mengarahkan perkembangan infrastruktur perusahaan agar ikut mendukung pengembangan spiritual karyawan, khususnya kebutuhan umat Islam.

PADA 2019,  
TELKOMSEL  
DIANUGERAHI  
PENGHARGAAN  
**TOP 10 ASIA'S  
BEST EMPLOYER  
BRANDS**  
**2019** SERTA  
PENGHARGAAN  
INDONESIA  
BEST EMPLOYER  
BRAND AWARD  
2019 DARI  
EMPLOYER  
BRANDING  
INSTITUTE.

Sesuai dengan komitmen dan keberhasilan dalam mengelola IBO, Singtel menyelenggarakan studi *benchmarking* atas manajemen IBO Telkomsel yang dilaksanakan pada tanggal 13 November 2019 di Telkomsel Smart Office Building. Sebanyak 20 karyawan Singtel datang sebagai perwakilan *Singtel Recreation Club (SRC)* untuk melihat bagaimana caranya IBO dikelola, sekaligus mengambil kesempatan untuk ikut serta dalam beberapa kegiatan seperti olahraga dan tarian tradisional.

#### PENINGKATAN TEKNOLOGI HR MELALUI PLATFORM DIGITAL

Dalam mengembangkan budaya kinerja tinggi dan mendukung perilaku yang produktif, maka diperlukan *enabler* teknologi di dalam sistem kinerja dan remunerasi, juga dalam menjaga keseimbangan kehidupan kerja. Oleh sebab itu, HCM tetap terupdate dengan teknologi HR terbaru untuk menyediakan layanan dan solusi bagi karyawan dengan cara yang efisien dan nyaman.

Pada bulan Oktober 2019, HCM meluncurkan microsite intranet berisi informasi layanan karyawan yang disebut "LOVINA", berisi kebijakan dan pedoman untuk menggunakan aplikasi dan layanan digital HCM. Situs ini bertujuan untuk memudahkan karyawan dalam mengakses Kebijakan HCM di jaringan internal perusahaan.

Secara bersamaan, HCM juga meluncurkan fitur *ChatBot* di aplikasi MOANA (*Mobile Office Application & Automation*) yang menawarkan

layanan bantuan digital HCM 24 jam dengan layanan interaktif yang mudah digunakan. Karyawan dapat menanyakan informasi tentang layanan HCM kepada *Chatbot* di mana saja dan kapan saja. Selanjutnya, HCM melakukan perbaikan berkelanjutan dengan meluncurkan 3 fitur baru di MOANA: modul STPD *Online* (Surat Tugas Perjalanan Dinas *Online*), modul Data Pribadi, dan modul *Leave Management*.

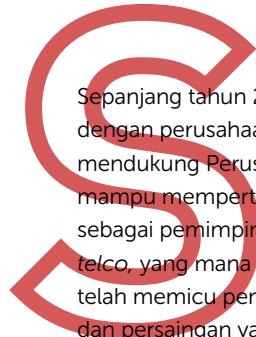
Kini karyawan dapat memproses kebutuhan perjalanan bisnis, mengecek & mengajukan cuti tahunan, serta memperbarui data pribadi & keluarga dengan mudah dan nyaman melalui MOANA. Dalam waktu dekat, HCM akan meluncurkan fitur *E-Recruitment* untuk memperluas saluran rekrutmen bagi Telkomsel dengan memudahkan orang untuk melihat lowongan kerja di Telkomsel. Langkah ini sejalan dengan tujuan HCM untuk meningkatkan layanannya sehingga dapat memberikan pengalaman karyawan yang lebih baik.

#### PENGHARGAAN DAN APRESIASI HUMAN CAPITAL MANAGEMENT

Pada 2019, Telkomsel dianugerahi penghargaan *TOP 10 ASIA's Best Employer Brands 2019* serta penghargaan *Indonesia Best Employer Brand Award 2019* dari *Employer Branding Institute*. Penghargaan ini mencerminkan prestasi yang diraih HCM.

**PADA BULAN OKTOBER 2019, HCM MELUNCURKAN MICROSITE INTRANET BERISI INFORMASI LAYANAN KARYAWAN YANG DISEBUT "LOVINA", BERISI KEBIJAKAN DAN PEDOMAN UNTUK MENGGUNAKAN APLIKASI DAN LAYANAN DIGITAL HCM.**

# SINERGI



Sepanjang tahun 2019, sinergi dengan perusahaan induk berhasil mendukung Perusahaan sehingga mampu mempertahankan posisinya sebagai pemimpin pasar di industri *telco*, yang mana keberhasilannya telah memicu peningkatan tekanan dan persaingan yang semakin ketat juga. TELKOM Group dan Singtel sebagai perusahaan induk terus berinvestasi untuk mengembangkan dan memperkuat bisnis *Legacy* serta layanan Digital Mobile Telkomsel. Sinergi tersebut terutama mendukung pengembangan digital *mobile* Telkomsel yang kini diintegrasikan di ekosistem digital perusahaan induk yang besar, sehingga mendorong proses transformasi Perusahaan semakin maju.

Secara umum, sinergi tersebut difokuskan pada 3 aspek:

1. Menguatkan Pasar Pertumbuhan Inti (*Core Growth Market*) dengan mempertahankan kepemimpinan di bisnis inti melalui inisiatif yang dijalankan secara sempurna, sehingga mampu meraih pertumbuhan yang sejalan dengan ekspektasi pasar.
2. *Creating Expansive Offers to Go Beyond*, yaitu mengintensifikasi bisnis digital dalam rangka membangun mesin pertumbuhan baru sehingga mampu melampaui laju pertumbuhan pasar seluler Indonesia dan memberikan pengalaman pelanggan yang unggul.
3. *Transforming the Company's Operating Model to sustain growth*, yaitu untuk mendukung

pertumbuhan tepatnya merubah cara kerja Telkomsel menjadi semakin ramping dengan pola pikir yang *agile* untuk mendukung percepatan pertumbuhan.

Adapun lebih dari 25 inisiatif sinergi yang dilaksanakan sepanjang 2019, yang secara umum dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Sinergi terkait Pengalaman Pelanggan
2. Sinergi terkait Infrastruktur Jaringan
3. Sinergi terkait Bisnis Digital
4. Sinergi terkait fungsi *Business Support*

## SINERGI TERKAIT PENGALAMAN PELANGGAN

Pada tahun 2019, Telkomsel dan Telkom Group berkolaborasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan melalui proyek percontohan yang mengintegrasikan jaringan tetap dan jaringan seluler untuk menghadirkan *Seamless Digital Experience* (SEADEX) dan HomeLTE. Proyek percontohan SEADEX dibangun untuk mendukung peningkatan *customer journey* secara *end-to-end* termasuk proses komersialisasi dan transisi ke Entitas.

Sementara di bisnis Home LTE, telah dibentuk suatu *HomeLTE Business Committee Team* oleh Telkom dan Telkomsel, yang bertugas melakukan uji coba dan penilaian atas proyek percontohan serta kelayakan produk.

Di segmen B2B, Telkomsel dan Telkom Enterprise memprakarsai program *Go-to-Market Alignment (New GTMA)* baru untuk mendorong akuisisi pelanggan baru dan meningkatkan pendapatan dari segmen Pemerintah serta BUMN melalui penawaran *Corporate Business Solutions* dan periklanan digital.

Dalam memprioritaskan sinergi lintas BUMN, Telkomsel menginisiasi sinergi dengan PT Pegadaian dalam bentuk promo bersama dan pemanfaatan produk dan layanan, penyediaan internal serta program komunikasi afiliasi untuk kebutuhan keagenan.

Tanggal 10 Juli 2019, Telkomsel meluncurkan DmobXLab khusus untuk menguji perangkat dan aplikasi. Ke depannya, uji coba tersebut akan mempercepat proses persetujuan atas perangkat serta proses *Go-to-Market*. Inisiatif-inisiatif untuk meningkatkan



pengalaman pelanggan, menguji dan mengoptimalkan perangkat tersebut adalah bagian dari program TAU (Telkomsel Android Unity), yang mensosialisasi konsumen untuk membeli perangkat yang ramah jaringan (*network friendly*) sehingga pengguna dapat menikmati pengalaman jaringan yang baik namun dengan menekan jaringan biaya keseluruhan.

Kriteria Penilaian Kinerja Unggulan (KPKU) adalah sistem manajemen dan pengendalian atas kinerja BUMN yang ditetapkan oleh Kementerian BUMN untuk meningkatkan efektifitas dan kemampuan BUMN secara keseluruhan. KPKU bertujuan untuk menilai kinerja organisasi secara keseluruhan mulai dari proses hingga hasil. Tim penilai memberikan umpan balik dan memberikan setiap BUMN kesempatan untuk meningkatkan praktik-praktiknya dalam rangka mencapai kinerja terbaik. Telkomsel mendukung pencapaian TELKOM Group dalam area *Customer Focus* serta Kinerja Bisnis (*Business Results*).

## SINERGI TERKAIT INFRASTRUKTUR JARINGAN

Sinergi terkait infrastruktur jaringan terutama menitikberatkan pemanfaatan infrastruktur Telkom untuk mendorong efisiensi biaya melalui skala ekonomi yang lebih efisien, sembari meningkatkan pendapatan, kualitas dan persiapan infrastruktur Telkomsel untuk masuk ke Bisnis Digital. Melalui sinergi dengan Telkom Group, Telkomsel

mampu mempercepat rekayasa ulang jaringan radio untuk meningkatkan pengalaman pelanggan di sebanyak 1.147 lokasi, meningkatkan efisiensi penggunaan listrik untuk BTS secara nasional, dan meningkatkan pengelolaan *Network Technical Service Agreement*.

Telkomsel dan Telkom Group juga berkolaborasi dalam *Collaborative Network Optimization Project* (CNOP) dengan meningkatkan fungsi *Order Management* dan *Service Level Management*, untuk memastikan tersedianya dukungan yang mencukupi bagi rencana jaringan Telkomsel, desain dan persiapan untuk periode Ramadan dan Idul Fitri (RAFI) serta periode Natal dan Tahun Baru (NARU).

## SINERGI TERKAIT BISNIS DIGITAL

Sepanjang tahun, Telkomsel memanfaatkan sinergi dengan Telkom Group dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong pertumbuhan Bisnis Digital melalui penambahan fasilitas pembayaran Telkom di ekosistem parkiran LinkAja. LinkAja yang telah diterapkan di Gedung Multimedia Telkomsel serta Telkomsel Smart Office, sudah siap digunakan secara massal.

Sejalan dengan komitmennya untuk mengembangkan sistem pendidikan Indonesia, Telkomsel berkolaborasi dengan Telkom University untuk mengembangkan ekosistem Kampus Digital. Ekosistem Kampus Digital ini mendukung perkembangan

innovasi dan pengetahuan dengan menghadirkan solusi komunikasi maupun solusi digital untuk karyawan dan pelajar di Telkom University.

Telkomsel juga bersinergi dengan startup digital dibawah lengan ventura Telkom yaitu MDI Ventures, yang dianggap berpotensi menjawab kesenjangan industri dan mengembangkan "Next Be" (*Next Billion Ecosystem*) Telkom Group. Startup tersebut termasuk Kredivo, PrevyID dan Roambee sebagai perusahaan yang cukup menjanjikan.

## SINERGI TERKAIT FUNGI BUSINESS SUPPORT

Dalam rangka mendukung pengembangan *Big Data*, telah diterapkan program Telkom Group *Insight Exchange* di Telkomsel. Program ini berfokus pada tata kelola yang benar atas pertukaran data antar Telkomsel dan Telkom Group, yang kini harus disetujui oleh Telkom Group Digi Counsel. *Use cases* yang ada digunakan untuk mendukung SEADEX dan program HomeLTE.

Sinergi lain terkait dengan *business support* yaitu program sinergi yang dijalankan oleh Telkomsel dengan perusahaan yang dikelolanya untuk mempercepat kesiapan sumber daya manusia masing-masing dalam mendukung transformasi menjadi perusahaan digital. Misalnya, program *Design Sharing* diadakan untuk mengembangkan kemampuan baru seperti *Data Scientist*, *UI / UX* dan kompetensi *Customer Experience*.

# 05





# TATA KELOLA PERUSAHAAN

# TATA KELOLA PERUSAHAAN

Komitmen kami untuk melaksanakan Tata Kelola Perusahaan (Good Corporate Governance/ GCG) di seluruh aspek bisnis merepresentasikan kepatuhan kami terhadap UU Perseroan Terbatas No. 40 tahun 2007 serta beberapa aspek dari Sarbanes-Oxley Act (SOA) yang berlaku di Amerika Serikat, sebagaimana seluruh jajaran anak usaha PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) diharuskan untuk mematuhi dikarenakan saham Telkom juga terdaftar di New York Stock Exchange (NYSE).

Seiring dengan itu, penerapan GCG juga merupakan bagian penting dari upaya Perseroan untuk mempertahankan daya saing, serta mempertahankan kepemimpinannya di industri, serta menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham maupun pemangku kepentingan. Dalam rangka membangun struktur GCG yang kuat di dalam organisasi perusahaan, kami terikat pada lima prinsip utama yang menjadi pilar-pilar untuk menerapkan GCG. Kelima prinsip utama itu adalah:

## TRANSPARANSI

Prinsip ini diterapkan di perusahaan dalam upaya menyediakan akses yang sama terhadap informasi perusahaan baik terkait kinerja keuangan maupun operasional.

## AKUNTABILITAS

Jajaran manajemen dan staf dari seluruh level diharuskan mengembangkan prinsip akuntabilitas yang tinggi dalam setiap tindakan dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham maupun pemangku kepentingan serta sebagai bagian dari kepatuhan pada peraturan perundangan yang berlaku.

## TANGGUNG JAWAB

Prinsip ini mensyaratkan komitmen dari seluruh unsur perusahaan untuk menunjukkan integritas dan tanggung jawab dalam proses pengambilan keputusan, melindungi kepentingan serta aset Perusahaan dan pemangku kepentingan dan melaksanakan manajemen risiko secara menyeluruh untuk menunjang kelangsungan usaha.

## INDEPENDENSI

Kami melaksanakan independensi sebagai sebuah organisasi dengan sungguh-sungguh agar seluruh anggota manajemen terbebas dari potensi benturan kepentingan dan/atau intervensi dari pihak lain.

## KEWAJARAN

Kami menerapkan prinsip ini dalam rangka menjamin perlakuan yang sama bagi pemegang saham maupun pemangku kepentingan termasuk memberikan peluang yang sama bagi karyawan untuk memperoleh peningkatan karir, pelatihan dan pendidikan serta dalam mengakses informasi.

DALAM RANGKA MEMBANGUN STRUKTUR GCG YANG KUAT DI DALAM ORGANISASI PERUSAHAAN, KAMI TERIKAT PADA **LIMA PRINSIP UTAMA YANG MENJADI PILAR-PILAR UNTUK MENERAPKAN GCG.**

## PEDOMAN TATA LAKU

Telkomsel telah mengadopsi pedoman tata laku sesuai standar nilai dan kode etik yang tinggi. Kode ini berlaku bagi seluruh karyawan yang mewakili Perseroan dan menjadi pedoman bagi mereka dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari. Setiap orang yang terkait dengan pedoman tata laku Telkomsel harus patuh pada peraturan hukum dan perundang-undangan yang berlaku dan bertindak serta berperilaku demi melindungi kepentingan Perseroan. Pedoman tata laku ini memengaruhi cara berpikir dan bertindak para karyawan dan mengatur hal-hal yang dapat atau tidak dapat dilakukan terkait perlindungan aset, pendapatan, serta penyesuaian keuangan sebagaimana kebijakan Perseroan. Ini merupakan bentuk tanggung jawab pribadi dari tiap karyawan untuk mematuhi standar yang diterapkan.

## RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Sebagaimana disebutkan dalam Anggaran Dasar Perseroan, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan forum tertinggi yang memiliki kewenangan yang tidak diberikan kepada Direksi maupun Dewan Komisaris, termasuk kewenangan untuk mengambil keputusan terkait aksi korporasi penting dan strategis dan memberikan persetujuan terhadap laporan Dewan Komisaris dan Direksi. Dalam RUPS, Direksi menyampaikan

Laporan Tahunan Perseroan dan laporan keuangan, menentukan alokasi Laba Bersih Perseroan dan menunjuk auditor independen.

## INDEPENDENSI DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Perseroan menerapkan kebijakan yang ketat terkait independensi dan potensi benturan kepentingan di antara anggota Dewan, yang mensyaratkan seluruh anggota Dewan Komisaris dan Direksi untuk melaporkan jabatan di perusahaan lain yang berpotensi menimbulkan konflik kepentingan ataupun menimbulkan pelanggaran hukum maupun peraturan yang berlaku. Pada situasi di mana salah satu anggota Direksi mengalami konflik kepentingan, beliau, sesuai Anggaran Dasar Perseroan harus diwakili oleh anggota Dewan lainnya.

Anggaran Dasar Perseroan itu juga menyebutkan Dewan Komisaris dapat mengambil alih tanggung jawab Direksi jika seluruh anggota Direksi memiliki konflik kepentingan. Selain itu, untuk memastikan independensinya, kebijakan Perusahaan mengatur bahwa seluruh anggota Direksi maupun Dewan Komisaris tidak diperbolehkan memiliki hubungan keluarga dengan anggota Dewan lainnya.

## DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris Perseroan terdiri enam anggota dan salah satunya bertindak sebagai Komisaris Utama. Telkom sebagai pemegang saham mayoritas berhak menominasikan empat anggota Komisaris sedangkan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd berhak menominasikan dua anggota Komisaris. Berdasarkan resolusi pemegang saham, susunan Dewan Komisaris Telkomsel berlaku efektif sejak tanggal 16 Juli 2018 hingga 31 Mei 2019 adalah sebagai berikut:

### Perwakilan Telkom

Komisaris Utama	Alex Janangkikh Sinaga
Komisaris	Harry Mozarta Zen
Komisaris	Mohamad Irfan
Komisaris	Yose Rizal

### Perwakilan Singtel

Komisaris	Paul Dominic O'Sullivan
Komisaris	Yuen Kuan Moon

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, susunan Dewan Komisaris Telkomsel berlaku efektif sejak 31 Mei 2019 adalah sebagai berikut:

**Perwakilan Telkom**

Komisaris Utama	Ririek Adriansyah
Komisaris	Harry Mozarta Zen
Komisaris	Mohamad Irfan
Komisaris	Yose Rizal

**Perwakilan Singtel**

Komisaris	Paul Dominic O'Sullivan
Komisaris	Yuen Kuan Moon

Berdasarkan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan, susunan Dewan Komisaris Telkomsel berlaku efektif sejak 25 November 2019 adalah sebagai berikut:

**Perwakilan Telkom**

Komisaris Utama	Ririek Adriansyah
Komisaris	Harry Mozarta Zen
Komisaris	Nanang Pamuji Mugasejati
Komisaris	Yose Rizal

**Perwakilan Singtel**

Komisaris	Paul Dominic O'Sullivan
Komisaris	Yuen Kuan Moon

Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk:

- Melakukan pengawasan terhadap pengelolaan Perseroan oleh Direksi;
- Melakukan pengawasan terhadap penerapan strategi bisnis jangka panjang Perseroan;
- Melakukan pengawasan terhadap efektivitas pelaksanaan tata kelola perusahaan di lingkungan Perseroan, termasuk manajemen risiko dan pengendalian internal;
- Melakukan pemantauan terhadap kinerja bisnis;
- Memberikan arahan, rekomendasi dan bimbingan bagi Direksi terkait pengelolaan bisnis Perseroan.

### RAPAT DEWAN KOMISARIS DI TAHUN 2019

Anggaran Dasar Perusahaan menyebutkan bahwa Dewan Komisaris mengadakan rapat paling sedikit satu kali dalam setiap tiga bulan, atau kapanpun dibutuhkan atas permintaan dari anggota Dewan atau pemegang saham yang mewakili paling sedikit 1/10 dari total saham yang ditempatkan Perseroan dengan hak suara sah. Dewan Komisaris juga mengadakan rapat gabungan dengan Direksi sebagai bagian dari pelaksanaan tugas pengawasannya.

#### DEWAN KOMISARIS

Nama	Jabatan	Tingkat Kehadiran
Alex J. Sinaga	Komisaris Utama	1 dari 1
Ririek Adriansyah	Komisaris Utama	2 dari 2
Harry Mozarta Zen	Komisaris	3 dari 3
Yose Rizal	Komisaris	3 dari 3
Paul Dominic O'Sullivan	Komisaris	3 dari 3
Yuen Kuan Moon	Komisaris	3 dari 3
Mohamad Irfan	Komisaris	1 dari 3
Nanang Pamuji Mugasejati	Komisaris	0 dari 0

## DIREKSI

Nama	Jabatan	Tingkat Kehadiran
Ririek Adriansyah	Direktur Utama	1 dari 1
Emma Sri Martini	Direktur Utama	2 dari 2
Sukardi Silalahi	Direktur Sales	1 dari 1
Ririn Widaryani	Direktur Sales	2 dari 2
Heri Supriadi	Direktur Keuangan	3 dari 3
Bob Apriawan	Direktur Network	1 dari 1
Iskriono Windiarjanto	Direktur Network	2 dari 2
Irfan Ahadi	Direktur Human Capital Management	3 dari 3
Edward Ying	Direktur Perencanaan dan Transformasi	3 dari 3
Montgomery Hong	Direktur Teknologi Informasi	1 dari 1
Bharat Alva	Direktur Teknologi Informasi	2 dari 2
Alistair Johnston	Direktur Marketing	1 dari 1
Goh Hui Min	Direktur Marketing	2 dari 2

Selain itu, terdapat 2 workshop strategis di tahun 2019 yang diikuti oleh sejumlah anggota Dewan Komisaris.

## KOMITE AUDIT

Komite Audit membantu Dewan Komisaris dalam memenuhi tanggung jawab untuk melaksanakan fungsi pengawasan terhadap proses pelaporan keuangan, proses pengendalian internal, proses audit internal maupun eksternal dan proses manajemen risiko. Dalam melaksanakan tugasnya, Komite Audit harus membangun hubungan kerja yang efektif dengan jajaran Direksi, Manajemen, Auditor Internal maupun Auditor Eksternal. Komite Audit menyelenggarakan rapat paling sedikit 4 (empat) kali setahun, dan dihadiri minimal oleh 2 (dua) anggota Komite Audit, yang terdiri dari 1 (satu) anggota yang dinominasikan oleh Telkom dan 1 (satu) anggota lainnya dinominasikan oleh Singapore Telecom Mobile Pte Ltd. Komite Audit terdiri dari minimal 3 (tiga) anggota. Anggota tersebut dipilih oleh Dewan Komisaris, dan salah satunya harus memiliki latar belakang kemampuan akuntansi dan/atau audit.

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perseroan mengenai Penunjukkan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Audit Perseroan sejak 1 Agustus 2018 adalah:

## KOMITE-KOMITE DI BAWAH DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris bertugas melaksanakan fungsi pengawasan terhadap hal yang bersifat umum maupun khusus sesuai Anggaran Dasar perusahaan dan memberikan saran kepada Direksi. Dalam menjalankan fungsinya, Dewan Komisaris dibantu oleh tiga Komite. Komite-komite tersebut adalah:

- Komite Audit
- Komite Remunerasi
- Komite CAPEX, Financing & Management Process (CFMP)

- Harry Mozarta Zen sebagai Ketua
- Paul Dominic O'Sullivan sebagai Anggota
- Mohamad Irfan sebagai Anggota
- Agus Suryono sebagai Anggota

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perseroan mengenai Penunjukkan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Audit Perseroan sejak 25 November 2019 adalah:

- Harry Mozarta Zen sebagai Ketua
- Paul Dominic O'Sullivan sebagai Anggota
- Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota
- Agus Suryono sebagai Anggota

Komite Audit menyelenggarakan rapat secara regular dengan Grup Audit Internal untuk membahas temuan dari proses audit. Pada tahun 2019, Komite Audit mengadakan 7 kali rapat.

#### **KOMITE REMUNERASI**

Komite Remunerasi dibentuk untuk membantu Dewan Komisaris dalam memastikan kebijakan maupun skema remunerasi yang telah atau akan diterapkan bagi Direksi ataupun karyawan Perseroan sudah cukup wajar serta menarik bagi para kandidat dan memiliki nilai yang kompetitif, agar Perseroan memiliki sumber daya yang kompeten.

Komite Remunerasi terdiri dari minimal 3 anggota dan dipilih

oleh Dewan Komisaris. Berdasarkan Piagam Komite, Komite Remunerasi menyelenggarakan rapat paling sedikit 1 (satu) kali dalam setahun dan dihadiri oleh minimal 2 (dua) anggota.

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perseroan mengenai Penunjukkan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Remunerasi pada tahun buku 2019 adalah:

- Yuen Kuan Moon sebagai Ketua
- Harry Mozarta Zen sebagai Anggota
- Yose Rizal sebagai Anggota
- Irfan Ahadi sebagai Anggota

Pada tahun 2019, Komite Remunerasi mengadakan 2 kali pertemuan.

#### **KOMITE CAPEX, FINANCING & MANAGEMENT PROCESS (CFMP)**

Komite Capex, *Financing & Management Process* (CFMP) membantu Dewan Komisaris dalam melaksanakan fungsi pengawasan terhadap pelaksanaan Capex, proses keuangan dan pengelolaan perusahaan. Komite CFMP menyampaikan laporan kepada Dewan Komisaris berupa temuan dan rekomendasi. Agar dapat mengkaji secara efektif dan memahami Capex dan proses operasional, Komite CFMP harus membangun interaksi yang berkelanjutan dengan jajaran manajemen yang mencakup anggota Direksi.

Komite CFMP melakukan kajian namun tidak terbatas pada:

- a. Perencanaan Capex dan proses pengelolaan Perseroan.
- b. Kebijakan dan rencana keuangan Perseroan.

Komite CFMP menyampaikan laporan secara berkala kepada Dewan Komisaris. Laporan tersebut merupakan kesimpulan dari kegiatan, temuan dan rekomendasi dari Komite CFMP. Komite CFMP terdiri dari minimal 3 (tiga) anggota. Salah satu anggota komite minimal adalah anggota Dewan Komisaris, yang dinominasikan oleh Telkom dan salah satu lainnya minimal merupakan anggota Dewan Komisaris yang diusung oleh Singtel. Satu anggota Komite lainnya adalah perwakilan Perseroan yang bertugas untuk

merencanakan/memantau Capex dan keuangan. Komite CFMP mengadakan pertemuan rutin dengan berdasarkan jadual, agenda dan hasil rapat yang terstruktur. Frekuensi pertemuan tergantung pada tujuan dan lingkup kegiatan Komite CFMP.

Berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perseroan mengenai Penunjukkan Anggota Komite Dewan Komisaris, maka anggota Komite Capex, Financing & Management Process (CFMP) pada tahun buku 2019 adalah:

- Harry Mozarta Zen sebagai Ketua
- Yuen Kuan Moon sebagai Anggota
- Heri Supriadi sebagai Anggota
- Era Kamali Nasution sebagai Anggota

Pada tahun 2019, Komite CFMP mengadakan rapat sebanyak 5 kali.

## DIREKSI

Direksi Perseroan terdiri dari delapan anggota dan dipimpin oleh seorang Direktur Utama. Telkom sebagai pemegang saham mayoritas berhak mengajukan lima anggota Direksi dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd berhak mengajukan tiga anggota Direksi. Berdasarkan resolusi pemegang saham, komposisi Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak tanggal 1 Mei 2019 adalah sebagai berikut:

### Perwakilan Telkom

Direktur Utama	Ririek Adriansyah
Direktur Sales	Sukardi Silalahi
Direktur Keuangan	Heri Supriadi
Direktur Human Capital Management	Irfan Ahadi
Direktur Network	Bob Apriawan

### Perwakilan Singtel

Direktur Perencanaan dan Transformasi	Edward Ying Siew Heng
Direktur Teknologi Informasi	Alva Bharat
Direktur Marketing	Alistair Johnston

Berdasarkan keputusan Rapat Pemegang Saham Tahunan, susunan anggota Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 31 Mei 2019 adalah sebagai berikut:

#### **Perwakilan Telkom**

Direktur Utama	Emma Sri Martini
Direktur Sales	Ririn Widaryani
Direktur Keuangan	Heri Supriadi
Direktur Human Capital Management	Irfan Ahadi
Direktur Network	Iskriono Windiarjanto

#### **Perwakilan Singtel**

Direktur Perencanaan dan Transformasi	Edward Ying Siew Heng
Direktur Teknologi Informasi	Alva Bharat
Direktur Marketing	Goh Hui Min

Berdasarkan keputusan Rapat Pemegang Saham Tahunan, susunan anggota Direksi Telkomsel yang berlaku efektif sejak 16 Januari 2020 adalah sebagai berikut:

#### **Perwakilan Telkom**

Direktur Utama	Setyanto Hantoro
Direktur Sales	Ririn Widaryani
Direktur Keuangan	Heri Supriadi
Direktur Human Capital Management	Irfan Ahadi
Direktur Network	FM Venusiana R

#### **Perwakilan Singtel**

Direktur Perencanaan dan Transformasi	Edward Ying Siew Heng
Direktur Teknologi Informasi	Alva Bharat
Direktur Marketing	Goh Hui Min

Direksi Perseroan bertanggung jawab atas:

- Pelaksanaan bisnis Perseroan sehari-hari;
- Penyusunan Rencana dan Strategi Bisnis Telkomsel;
- Penyusunan anggaran tahunan;
- Penyusunan Laporan Tahunan kepada Pemegang saham;
- Pelaksanaan operasional usaha secara efektif untuk memberikan nilai kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan;
- Mewakili Perseroan dalam menghadapi kasus hukum.

#### **RAPAT DIREKSI DI TAHUN 2019**

Rapat Direksi dilaksanakan minimal sekali dalam dua bulan atau kapanpun dibutuhkan atas permintaan anggota Dewan atau anggota Dewan Komisaris atau atas permintaan pemegang saham yang mewakili setidaknya 1/10 dari total saham yang ditempatkan Perseroan dengan hak suara sah. Direksi juga menyelenggarakan rapat gabungan dengan Dewan Komisaris dalam rangka menyampaikan laporan kinerja keuangan dan operasional Perseroan serta untuk membahas dan memperoleh persetujuan terhadap agenda perusahaan. Kuorum atas rapat Direksi adalah empat anggota, termasuk satu Direktur yang dinominasikan oleh setiap pemegang saham Perseroan yang menguasai minimal 10% saham yang ditempatkan Perseroan.

Nama	Posisi	Tingkat Kehadiran
Ririek Adriansyah	Direktur Utama	14
Emma Sri Martini	Direktur Utama	17
Sukardi Silalahi	Direktur Sales	15
Ririn Widaryani	Direktur Sales	20
Heri Supriadi	Direktur Keuangan	37
Bob Apriawan	Direktur Network	14
Iskriono Windiarjanto	Direktur Network	18
Irfan Ahadi	Direktur Human Capital Management	33
Edward Ying	Direktur Perencanaan dan Transformasi	32
Montgomery Hong	Direktur Teknologi Informasi	9
Bharat Alva	Direktur Teknologi Informasi	26
Alistair Johnston	Direktur Marketing	17
Goh Hui Min	Direktur Marketing	18

## AUDIT EKSTERNAL

Pada pelaksanaan RUPST, pemegang saham Telkomsel memberikan mandat pada Dewan Komisaris untuk menunjuk auditor eksternal. Auditor eksternal bertugas hingga mereka diberhentikan atau mengundurkan diri. Komite Audit turut mengevaluasi auditor eksternal berdasarkan faktor seperti performa dan kualitas audit mereka serta independensi para auditor, dan memberikan rekomendasi terkait penunjukkan mereka pada Direksi dalam bentuk sinergi dengan pemegang saham mayoritas. Guna mempertahankan independensi auditor eksternal, Telkomsel telah memiliki kebijakan mengenai jenis layanan non-audit yang dapat diberikan auditor eksternal dan proses persetujuan terkait.

## REMUNERASI

Rapat Umum Pemegang Saham berhak menentukan jumlah remunerasi yang akan diterima anggota Dewan Komisaris maupun Direksi berdasarkan rekomendasi dari Komite Remunerasi. Struktur remunerasi bagi Direksi dan Komisaris Perseroan terdiri dari tiga komponen yaitu kompensasi tetap, kompensasi tidak tetap, tunjangan dan fasilitas.

### 1. Kompensasi Tetap

Kompensasi Tetap berupa gaji pokok yang ditetapkan berdasarkan keputusan RUPST.

### 2. Kompensasi Tidak Tetap

Kompensasi Tidak Tetap dibayarkan dalam bentuk bonus tahunan.

Keputusan mengenai besaran bonus tahunan ditentukan dalam RUPST.

### 3. Tunjangan dan Fasilitas

Telkomsel memberikan tunjangan seperti kesehatan, perumahan, keanggotaan, komunikasi dan asuransi.

Komite Audit juga telah mengaji layanan non-audit yang diberikan oleh auditor eksternal selama tahun fiskal tersebut dan komisi yang diberikan atas jasa tersebut. Komite Audit merasa puas dengan independensi yang ditunjukkan auditor eksternal yang tidak terganggu oleh penyediaan layanan tersebut. Auditor eksternal juga memberikan penegasan terkait independensi mereka kepada Komite Audit.

Untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2018 dan 2019, Perseroan secara agregat membayarkan kompensasi sebesar Rp269,1 miliar dan Rp259,0 miliar kepada Dewan Komisaris dan Direksi, atau menurun sebesar 3,8%.

## WHISTLEBLOWING

Telkomsel menerapkan kebijakan yang ketat terkait pelaporan mengenai indikasi pelanggaran (*whistleblowing*). Kebijakan tersebut mengatur mekanisme pelaporan oleh karyawan atau pihak lain mengenai indikasi penyimpangan, perilaku yang tidak etis, tindak korupsi, ketidakjujuran, atau pelanggaran kebijakan pengendalian internal dan pedoman tata laku kepada Komite Audit Telkomsel. Komite tersebut kemudian akan melakukan investigasi sebagai tindak lanjut dari pelaporan tersebut. Selama pelaporan tersebut dibuat berdasarkan itikad baik, Telkomsel memastikan seluruh karyawan yang membuat pelaporan tersebut akan diperlakukan secara adil dan dilindungi dari tindakan balasan. Seluruh keluhan yang disampaikan pelapor ditindaklanjuti oleh tim audit khusus dan hasil investigasi tersebut akan dilaporkan kepada Komite Audit untuk diambil tindakan selanjutnya.

## SEKRETARIS PERUSAHAAN

Lingkup tugas Sekretaris Perusahaan adalah untuk memastikan kepatuhan perusahaan terhadap peraturan perundungan yang berlaku dan mengelola hubungan dengan para pemangku kepentingan atas dasar prinsip-prinsip tata kelola perusahaan, termasuk hubungan dengan karyawan, pemegang saham, institusi pemerintah, publik dan media. Sekretaris Perusahaan mengelola hubungan antara

Dewan Komisaris dan Direksi serta hubungan antar sesama anggota Dewan.

Rincian tugas dan tanggung jawab Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

- Memastikan pelaksanaan tata kelola pada setiap kegiatan operasional Perseroan, terutama dalam mengelola kepentingan para pemangku kepentingan serta pembagian hak dan tanggung jawab di antara unsur utama Perseroan.
- Memastikan seluruh kebijakan dan proses bisnis Perseroan telah sesuai dengan hukum dan peraturan perundungan yang berlaku.
- Memastikan terciptanya komunikasi yang efektif antara Perseroan, regulator dan media massa serta mengembangkan kemampuan Perseroan dalam memenuhi kewajibannya kepada Pemerintah.
- Mengelola fasilitas kerja dan infrastruktur guna memfasilitasi operasional Perseroan yang efektif dan efisien.
- Membangun Citra Perusahaan dan melaksanakan kegiatan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR).
- Melaksanakan rapat umum perusahaan, termasuk Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan.

## HUBUNGAN INVESTOR

Unit Hubungan Investor kami mewakili komitmen Perseroan untuk melaksanakan transparansi dan

pemberlakuan yang wajar terhadap pemegang saham dan pemangku kepentingan. Bersama dengan tim Hubungan Investor Telkom, kami memfasilitasi berbagai pertemuan dan konferensi dengan para investor institusional yang ada maupun yang potensial, analis investasi dan pasar, serta komunitas keuangan.

Unit Hubungan Investor bertanggung jawab untuk:

- Melakukan distribusi informasi yang akurat dan lengkap mengenai kegiatan bisnis Perseroan, strategi dan performa secara tepat waktu.
- Menerbitkan Info Memo secara kuartalan, yang kemudian akan disisipkan dalam Info Memo yang diterbitkan Telkom secara kuartalan, dan Laporan Tahunan.
- Berpartisipasi dalam berbagai acara korporat seperti road show dan konferensi, pertemuan investor dan kunjungan lokasi dengan perusahaan induk.

Pada tahun 2019, kami telah menyelenggarakan 396 pertemuan dengan para investor/analis serta 23 *non-deal roadshows/konferensi* di Jakarta, Singapura, Hong Kong, Melbourne, Sydney, Paris, Copenhagen, London, Boston, New York dan San Francisco. Untuk informasi yang lebih lengkap mengenai kinerja keuangan dan operasional Telkomsel, silahkan mengunjungi situs korporat kami, [www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com), atau situs korporat Telkom, [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id).

# AUDIT INTERNAL

## FUNGSI DAN PERAN AUDIT INTERNAL

Fungsi Audit Internal yaitu memberikan kepastian (*assurance*) yang independent dan obyektif, khususnya mengenai efektivitas dan integritas manajemen risiko, proses pengendalian dan tata kelola. Audit Internal juga melakukan kegiatan konsultasi untuk mendukung Telkomsel dalam meraih tujuannya.

Audit Internal menyiapkan rencana audit tahunan yang disetujui oleh Komite Audit dan dalam pelaksanaannya melakukan koordinasi yang erat dengan Komite Audit dan Manajemen. Audit Internal secara langsung melapor kepada CEO dan Komite Audit.

## PIAGAM AUDIT INTERNAL

Audit Internal memiliki Piagam Audit Internal yang menggambarkan visi dan misi, kode etika, lingkup otoritas dan tanggung jawabnya. Piagam Audit Internal mengacu pada peraturan dan standar yang berlaku termasuk standar yang diterbitkan oleh *Institute of Internal Auditors*.

## PROGRAM DAN KEGIATAN AUDIT INTERNAL DI 2019

Pada tahun 2019 Audit Internal melaksanakan penugasan assurance dan konsultasi sebanyak 43 kali yang mencakup 12 kali penugasan audit laporan keuangan yang terpadu, 8 kali penugasan Informasi Komunikasi & Teknologi, 15 kali penugasan

commerce & support, serta 8 kali penugasan audit berkelanjutan. Audit berkelanjutan (*continuous audit*), yang diterapkan pada tahun 2019 oleh Audit Internal, menggambarkan dilakukannya metode otomatisasi peninjauan atas *control risk* serta identifikasi atas kejadian yang tak terduga secara lebih banyak.

**PADA TAHUN 2019 AUDIT INTERNAL MELAKSANAKAN PENUGASAN ASSURANCE DAN KONSULTASI SEBANYAK 43 KALI YANG MENCAKUP 12 KALI PENUGASAN AUDIT LAPORAN KEUANGAN YANG TERPADU, 8 KALI PENUGASAN INFORMASI KOMUNIKASI & TEKNOLOGI, 15 KALI PENUGASAN COMMERCE & SUPPORT, SERTA 8 KALI PENUGASAN AUDIT BERKELANJUTAN.**

# MANAJEMEN RISIKO PERUSAHAAN

**B**Beberapa tahun belakangan Perseroan menyadari bahwa transformasi menjadi perusahaan digital berarti bukan hanya bersaing dengan perusahaan telekomunikasi, tetapi juga dengan perusahaan-perusahaan *start up* dan perusahaan-perusahaan digital global yang lebih besar, sehingga memunculkan peluang, tantangan dan risiko baru.

Mengelola Bisnis Digital di masa depan bukanlah tugas yang mudah. Hal ini berarti Perusahaan harus mengembangkan kemampuan digital dalam segala kegiatan perusahaan, mulai dari sumber daya manusia, budaya, dan struktur organisasi agar selaras dengan tujuan organisasi. Hal tersebut harus dilakukan untuk mempertahankan posisi sebagai *leader* dan kelangsungan bisnis. Perseroan juga dituntut untuk menjadi lebih inovatif dan strategis dalam melayani pasar.

Sehubungan dengan tantangan dan risiko yang muncul, peran *Risk Management* juga semakin besar, seiring tuntutan para pemangku kepentingan dalam hal transparansi dan akuntabilitas Perseroan, lingkungan bisnis yang semakin

kompleks, teknologi yang terus berkembang, regulasi yang terus berubah, dan globalisasi.

Pada tahun 2019, Perseroan telah mengidentifikasi, menilai dan merespon risiko-risiko tingkat korporat, yang dapat mempengaruhi bisnis dan keberlangsungan usaha Perseroan, mengimplementasikan *Business Continuity Management System*, dan melakukan *updating* atas bisnis proses berikut pengendalian internal yang diperlukan.

## A. POTENSI RISIKO

Risiko-risiko yang berpotensi menghambat performansi Perseroan serta respon untuk memitigasi risiko tersebut, antara lain:

### 1. KEGAGALAN DALAM MENGOPTIMISASI PENDAPATAN DARI LAYANAN DATA

Bisnis telekomunikasi telah beralih dari bisnis *Legacy* (Voice dan SMS) menjadi Data. Kehadiran teknologi 4G yang dapat memberikan kecepatan akses Data mencapai 300 Mbps, telah mengubah lanskap bisnis. Penurunan pendapatan *Legacy* tidak sebanding dengan kenaikan pendapatan dari Data karena kenaikan traffic Data, meskipun signifikan, tidak sebanding dengan

PADA TAHUN 2019, PERUSEROAN TELAH **MENGIDENTIFIKASI, MENILAI DAN MERESPON RISIKO-RISIKO TINGKAT KORPORAT YANG DAPAT MEMPENGARUHI BISNIS DAN KEBERLANGSUNGAN USAHA PERUSEROAN.**

*revenue per megabyte* (RPMB). Tercatat RPMB rata-rata industri pada tahun 2018 adalah Rp 7,6/ MB, dan turun pada tahun 2019 yang hanya mencapai Rp 6,1/ MB. Penurunan RPMB pada penggunaan Data disebabkan oleh persaingan antar operator yang berlomba-berlomba untuk mendapatkan pelanggan baru dengan menawarkan harga Data yang terjangkau.

Mitigasi yang sudah dilakukan oleh Perseroan untuk mengurangi risiko penurunan pendapatan dan penggunaan Data antara lain:

1. Program *marketing* untuk meningkatkan ARPU, antara lain memberikan *personalized package* dan *treatment* khusus berdasarkan tingkat *loyalty* pelanggan, *massive recharge* program sebagai stimulus kepada pelanggan, *launching sharing quota* untuk segmen *family*, dan *zona pricing* maupun penambahan paket khusus bagi pelanggan.
2. Memperluas penggunaan dan penyebaran Data LTE melalui program *4G smartphone bundling* dengan harga rendah

dan paket Data 4G serta memperluas jangkauan maupun penetrasi jaringan 4G yang selektif hingga daerah pelosok.

3. Mempermudah proses penggantian USIM card 4G bagi pelanggan dengan menggunakan berbagai metode baik melalui GraPARI maupun penawaran langsung kepada pelanggan.
4. Meningkatkan jumlah pelanggan HVC (*high value customer*) dengan program paket *personal, lifestyle & loyalty program* serta prioritas jaringan dan penanganan masalah bagi pelanggan HVC.

## 2. KETIDAKMAMPUAN MEMONETISASI BISNIS DIGITAL UNTUK MENANGGAPI PENURUNAN PERTUMBUHAN PENDAPATAN LEGACY

Layanan Digital merupakan bagian dari produk *Digital Business*. Jenis produk *Digital Services* antara lain: *digital lifestyle* (DLS), *digital banking*, *digital advertising*, *IoT* dan *M2M*. Di tahun-tahun yang mendatang, produk Layanan Digital yang berupa video, *games*, *Big Data* dan *advertising* diharapkan akan menjadi sumber pendapatan penting yang baru dalam peranannya sebagai *digital ecosystem enabler*.

Adanya keterbatasan sumber daya dan cakupan bisnis yang dapat dikelola oleh Perseroan,

menjadi salah satu penyebab belum berkembangnya bisnis Layanan Digital. Disamping itu produk-produk Layanan Digital masih memerlukan sosialisasi kepada pelanggan.

Mitigasi yang dilakukan untuk mengurangi dampak dari risiko terkait Layanan Digital antara lain:

1. Program-program *digital lifestyle* terutama *games* dengan melakukan investasi sebagai *publisher* dan distributor *games* untuk meningkatkan *active user* pengguna *games*, sementara program video dan musik telah meningkatkan jumlah pengguna MaxStream dan Langit Musik.
2. Program *digital advertising* dengan memanfaatkan aset internal Telkomsel, Aplikasi (MyTelkomsel, ROLI) dan website Telkomsel ([www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)), sehingga produk periklanan Telkomsel semakin dikenal dan digunakan.
3. Peningkatan kerjasama dengan pihak perbankan dan melakukan peluncuran Aplikasi *mBanking* yang dapat digunakan oleh semua perbankan.
4. API *Big Data* yang berfokus pada penguatan lini produk seperti *ID verification*, *ID reference*, dan *credit scoring* sehingga dapat digunakan oleh mitra Telkomsel dengan tujuan memonetisasi.

5. Pemenuhan sumber daya manusia yang mempunyai kualifikasi khusus untuk menghasilkan produk *Digital Business*.

3. KEKURANGAN SDM YANG MAMPU MENDUKUNG TRANSFORMASI PERUSAHAAN Perubahan dan perkembangan bisnis telah jauh berbeda dibanding masa lampau. Hal tersebut dapat terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain: dinamika pasar, teknologi baru serta kerangka regulasi. Ada istilah yang menyebutkan bahwa bisnis saat ini memasuki era VUCA di mana dunia bisnis sangat mudah mengalami keadaan yang penuh gejolak (*Volatility*), tidak pasti (*Uncertainty*), rumit (*Complexity*), dan serba kabur (*Ambiguity*).

Perseroan dituntut untuk adaptif dan terus bertransformasi agar dapat tetap bertahan dan bersaing, baik dengan perusahaan sejenis maupun perusahaan bidang lainnya yang mendisrupsi bisnis Perseroan. Oleh karena itu, Perseroan telah menetapkan strategi transformasi digital jangka menengahnya dari perusahaan sebagai *connectivity provider* menjadi *digital ecosystem enabler*, yaitu Perseroan menjadi penyedia solusi bagi pelanggan B2B dengan memanfaatkan Data

## **PERSEROAN TELAH MENGIDENTIFIKASI NEW CAPABILITIES/COMPETENCIES YANG DIBUTUHKAN DALAM MENDUKUNG PROSES TRANSFORMASI BAIK DARI SISI TEKNOLOGI MAUPUN BISNIS, YANG BELUM DIMILIKI PERUSAHAAN DALAM JUMLAH YANG MUMPUNI.**

sebagai bisnis inti menggantikan Legacy (*Voice* dan *SMS*) dan perubahan pola usaha dari *product-focused* menjadi *customer-centric*.

Dalam melakukan transformasi digital, Perseroan telah menyusun poin-poin *critical* yang harus dilakukan sebagai *key success factors*, dan salah satu tahapan terpenting adalah keberhasilan Perseroan dalam melakukan *people capability development*. Perseroan telah mengidentifikasi *new capabilities/competencies* yang dibutuhkan dalam mendukung proses transformasi baik dari sisi teknologi maupun bisnis, yang belum dimiliki Perusahaan dalam jumlah yang mumpuni.

Tantangan terbesar Perseroan dalam mengembangkan SDM-nya yaitu mengubah budaya kerja karyawan yang sebelumnya fokus kepada *retail customer* dengan jenis layanan *connectivity*, menjadi *wholesale customer* dari beragam bidang/industri dengan jenis layanan *business solution*. Karyawan Perseroan dituntut untuk dapat memahami *end-to-end solution service* yang akan di-deliver secara langsung kepada *wholesale customer* (*B2B solution*). Namun di sisi lain, Perseroan juga dituntut untuk tetap dapat mempertahankan dan bahkan

meningkatkan *revenue* dari segmen pelanggan B2C (HVC, Non-HVC, dan Family), mengingat *revenue* dari segmen tersebut masih sangat signifikan.

Mitigasi yang dilakukan oleh Perseroan dalam rangka meminimalkan risiko-risiko yang mungkin timbul dari proses transformasi, khususnya *people development*, antara lain: *B2B end to end organization set-up; segment and horizontal/enabler teams; performance calibration cycle* untuk VP dan GM; *immediate senior pro-hires in place* termasuk *Sales Head* dan *Solution architects* untuk *B2B*, dan spesialis *Analytics* serta *User Interface/User Experience (UI/UX)* untuk *B2C*; *Company Wide Culture transformation* mencakup *future-fit mindset*, melalui peningkatan peran '*agent of change*' dalam percepatan perubahan *mindset transformation* hingga karyawan di level 4 dan ke bawah; *agile ways of working*, untuk diterapkan di semua direktoriat; ditambah *assessment* dan keseluruhan iterasi untuk program *Smart Attacker & Fixed Mobile Convergence* dan *HCM agile projects*.

## B. BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT SYSTEM (BCMS)

Perseroan telah menerapkan *Business Continuity Management System/BCMS* dengan menggunakan *framework ISO 22301:2012*. Dengan penerapan BCMS ini, Perseroan diharapkan dapat tetap menyelenggarakan layanan utamanya kepada pelanggan pada tingkat layanan minimum yang dapat diterima dan telah ditetapkan sebelumnya oleh manajemen, pada saat terjadi krisis atau bencana.

Sebagai implementasi kebijakan *Business Continuity Management System* tersebut Perseroan telah melakukan rehearsal untuk beberapa skenario. Pada tahun 2019, Perseroan telah berhasil mengatasi krisis/bencana, baik level *Corporate* seperti kasus Huawei yang masuk dalam Entity List Amerika Serikat, maupun di level *Area*, yaitu kasus *blackout* karena putusnya aliran listrik PLN, kerusuhan atau pun kebakaran hutan di Sumatera dan Kalimantan.

## C. PROGRAM PENINGKATAN PENGENDALIAN INTERNAL

Mengacu pada *COSO Internal Control Framework 2013* dan *TM Forum Framework*, Perseroan melakukan *improvement* berkelanjutan atas *business process* dan *Risk Control Matrix (RCM)* terkait proses pelaporan keuangan (*ICoFR*) dan operasional, untuk memastikan proses pencapaian target Perseroan telah didukung dengan bisnis proses dan kontrol internal yang sesuai dengan kondisi Perseroan, baik perubahan organisasi, perubahan kebijakan/regulasi, otomatisasi maupun penyederhanaan proses. *Improvement* yang dilakukan termasuk memastikan kesiapan Perseroan dalam penerapan *International Financial Reporting Standards (IFRS)*, khususnya IFRS 15 - *Revenue from Contracts with Customers*, IFRS 9 - *Financial Instruments*, dan IFRS 16 – *Leases* dan persiapan adopsi standar akuntansi baru tersebut kepada PSAK pada bulan Januari 2020. Penerapan IFRS merupakan konsekuensi Perseroan sebagai anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) dan perusahaan asosiasi Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (Singtel Mobile).

# PERATURAN & KEPATUHAN

## 1. PENATAAN ULANG PITA FREKUENSI 800 - 900 MHZ

Menindaklanjuti Keputusan Menteri tentang Penataan Ulang Pita Frekuensi 800 MHz dan 900 MHz Untuk Keperluan Penyelenggaraan Jaringan Bergerak Seluler yang dikeluarkan pada tanggal 19 Desember 2018 serta Keputusan Direktur Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika tentang Petunjuk Teknis Penataan Ulang Pita Frekuensi Radio 800 MHz dan 900 MHz untuk keperluan penyelenggaraan jaringan bergerak seluler, maka Telkomsel melaksanakan kegiatan Penataan ulang frekuensi tersebut secara nasional yang dimulai pada bulan Februari 2019 dan berakhir 1 April 2019. Kegiatan penataan ulang frekuensi dilakukan dengan sistem cluster yang dimulai dari cluster Papua dan ditutup di cluster Jawa Timur dengan melibatkan tim Direktorat Network Telkomsel baik di kantor pusat maupun di regional. Dengan berakhirnya penataan ulang tersebut maka Telkomsel telah memiliki pita frekuensi yang berurutan (*contiguous*) pada pita frekuensi 800 MHz dan 900 MHz, dimana alokasi pita spektrum

frekuensi radio berada pada rentang 880 MHz – 890 MHz berpasangan dengan 925 MHz – 935 MHz pada pita 800 MHz dan pada rentang 890 MHz – 895 MHz berpasangan dengan 935 MHz – 940 MHz pada pita 900 MHz

## 2. PERPANJANGAN IZIN PITA FREKUENSI RADIO 2100 MHZ 2<sup>nd</sup> CARRIER

Berdasarkan hasil evaluasi perpanjangan izin pita Frekuensi Radio 2100 MHz 2<sup>nd</sup> carrier 10 (sepuluh) tahunan yang dimiliki oleh Telkomsel, Kementerian Kominfo mengeluarkan Keputusan Menteri (KM) tentang Perpanjangan Penetapan Pita Frekuensi Radio 2.1 GHz pada rentang 1935-1940 MHz berpasangan dengan 2125-2130 MHz PT. Telekomunikasi Selular. Dengan keluarnya izin tersebut, maka Telkomsel berhak untuk memanfaatkan pita frekuensi dengan lebar bandwidth 5 MHz untuk 10 tahun kedepan sampai dengan tahun 2029, mendampingi bandwidth 10 MHz di rentang frekuensi 1940-1950 MHz (2 x 5 MHz) berpasangan dengan 2130-2140 MHz (2 x 5 MHz) yang masih berlaku saat ini.

### 3. PERPANJANGAN IZIN PENYELENGGARAAN JARINGAN BERGERAK SELULER

Berdasarkan hasil evaluasi perpanjangan izin penyelenggaraan jaringan telekomunikasi seluler 5 (lima) tahunan yang dimiliki oleh Telkomsel, Kementerian Kominfo mengeluarkan Keputusan Menteri tentang Izin Penyelenggaraan Jaringan Bergerak Seluler PT. Telekomunikasi Selular. Dengan izin ini, Telkomsel berhak untuk menyelenggarakan jaringan bergerak seluler pada pita frekuensi radio 800 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2100 MHz dan 2300 MHz, serta menyelenggarakan jasa teleponi dasar untuk periode 5 tahun kedepan.

## 4. PEMENUHAN KEWAJIBAN (COMPLIANCE) TELKOMSEL KEPADА PEMERINTAH

Selama tahun 2019, Telkomsel telah dinyatakan memenuhi seluruh kewajiban yang dikeluarkan oleh pemerintah, diantaranya:



Kunjungan Kerja Direktorat  
Jenderal Sumber Daya  
dan Perangkat Pos dan  
formatika di Posko Penataan  
Ulang Pita Frekuensi Radio  
800 MHz dan 900 MHz pada  
tanggal 1 April 2019.

- a. Terkait dengan pemenuhan pencapaian Tingkat Komponen Dalam Negeri (TKDN) teknologi 3G baik itu untuk komponen Capital Expenditure (CAPEX) maupun Operational Expenditure (OPEX), dimana berdasarkan hasil verifikasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Kominfo Tingkat TKDN CAPEX Telkomsel masih berada diatas target yang ditetapkan oleh Pemerintah yaitu minimal 30% dan untuk TKDN OPEX minimal 50%.
- b. Terkait dengan tingkat pemenuhan kualitas pelayanan jaringan bergerak seluler baik itu kualitas layanan dan kualitas jaringan, selama tahun 2019 Telkomsel dianggap telah memenuhi standar minimum yang dikeluarkan oleh pemerintah dimana untuk kualitas jaringan nilainya didasarkan pada hasil pengukuran yang dilakukan oleh Pemerintah. Sedangkan untuk pemenuhan kualitas layanan, kesimpulan pemenuhannya didasarkan pada hasil audit/verifikasi yang dikeluarkan oleh Kementerian Kominfo atas seluruh data parameter yang disampaikan oleh Telkomsel.
- c. Telkomsel telah memenuhi seluruh kewajiban pembayaran BHP IPSFR, baik itu untuk pita frekuensi 2100 MHz (1<sup>st</sup> carrier, 2<sup>nd</sup> carrier dan 3<sup>rd</sup> carrier), pita frekuensi 900 MHz, 800 MHz, 2300 MHz dan pita frekuensi 1800 MHz, dimana terkait dengan hal ini Kementerian Kominfo sudah mengeluarkan pengesahan atas seluruh pembayaran tersebut.
- d. Telkomsel juga telah menyerahkan jaminan komitmen pembayaran BHP IPSFR tahun berikutnya (*spectrum surety bond*) kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang terkait.
- e. Telkomsel telah memenuhi seluruh kewajiban pembayaran Biaya Hak Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi (BHP Jastel) dan Kewajiban Pelayanan Universal (KPU/USO) kepada Pemerintah yang nilai kewajibannya dihitung secara self-assessment mengikuti ketentuan perundang-undangan yang berlaku.
- f. Dalam rangka mematuhi ketentuan dalam Peraturan Menteri Kominfo tentang Rencana Dasar Teknis (*Fundamental Technical Plan*) dan Surat (BRTI) tertanggal 18 September 2019 perihal Perpanjangan Waktu Penghentian Penggunaan Kode Akses 6ABCD, maka efektif pada tanggal 16 Desember 2019 Telkomsel telah melaksanakan penghentian sebanyak 21 nomor kode akses 6ABCD Call Centre dari 15 mitra Bank. Penghentian ini dilakukan sebelum adanya kegiatan *Freeze Release Network* dan *IT* pada tanggal 18 Desember 2019 sampai dengan 8 Januari 2020 yang bertujuan untuk menjaga layanan kepada pelanggan Telkomsel dalam rangka menghadapi Natal 2019 dan Tahun Baru 2020 (NARU).



## 5. UJI COBA TEKNOLOGI 5G UNTUK MENDUKUNG INDUSTRI 4.0

Pada tanggal 13 November 2019, Kementerian Kominfo menetapkan Telkomsel sebagai penyelenggara jaringan bergerak seluler yang turut dilibatkan dalam uji coba teknologi IMT-2020 (5G) untuk sector industri berdasarkan surat dari Direktur Jenderal Sumber Daya dan Perangkat Pos dan Informatika (SDPPI). Untuk kegiatan uji coba tersebut, Telkomsel mengusung tema "*Enhancing Nation Industry 4.0 with 5G Trial*". Uji coba 5G direncanakan akan diselenggarakan dibeberapa kota, dimana pada kurun waktu November – Desember 2019 telah dilaksanakan di dua kota yaitu di Batam tanggal 28-29 November 2019 dan di Jakarta Selatan tanggal 7 Desember 2019. Dalam uji

coba tersebut, Telkomsel mendemonstrasikan potensial use case 5G untuk industri seperti *Vehicle Identification & Management, Body Camera for Security, VR Immersive Meeting, Physical City Model, Mixed Reality for Manufacturing, Remote Operation Mining, Intelligent Drone, Smart Agriculture, AR Remote Assistance, Smart City, Safe City, Smart Airport, Smart Education* dan *Smart Finance*.

## **6. TELKOMSEL MENGUSULKAN DAN MENDUKUNG PENGEMBANGAN APLIKASI SMART TICKETING UNTUK LAYANAN INFORMASI DAN PENGADUAN DIREKTORAT JENDERAL PPI ("SMART PPI") - BRTI**

Dalam rangka Pelaksanaan Ketetapan BRTI tentang Penanganan Pengaduan Penyalahgunaan Jasa Telekomunikasi, maka Telkomsel telah mengusulkan adanya pembaruan sistem aplikasi secara otomatisasi untuk menangani pengaduan pelanggan yang jumlahnya semakin meningkat antara lain integrasi sistem untuk pemblokiran/buka blokir sehingga dapat ditangani dalam waktu lebih cepat, mudah dan tersedia beberapa jenis pelaporan sesuai kebutuhan.

Sebagaimana surat dari Sekretaris Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika Kementerian Kominfo tertanggal 7 November 2019 tentang Pemberitahuan Peluncuran Update Aplikasi *Ticketing Layanan Informasi dan Pengaduan* Ditjen PPI, Telkomsel secara berkesinambungan mengikuti terus penggunaan aplikasi baru dimaksud sehingga sistem aplikasi secara otomatisasi dapat meningkatkan layanan kepada pelanggan seluruh operator yang jumlahnya lebih dari 200 juta pelanggan. Dalam implementasi aplikasi Smart PPI, dibutuhkan sejumlah pengembangan dan peningkatan, terutama terkait aspek teknis untuk memfasilitasi dan mempercepat proses pelayanan pelanggan. Telkomsel berperan aktif dalam memberikan masukan kepada Kementerian Kominfo untuk meningkatkan Smart PPI.

## **7. IMPLEMENTASI KEBIJAKAN PENGENDALIAN PERANGKAT IMEI**

Pada tanggal 18 Oktober 2019 Menteri Kominfo telah menetapkan Peraturan Menteri (PM) tentang Pengendalian Alat dan/atau Perangkat Telekomunikasi yang tersambung ke Jaringan Bergerak Seluler melalui Identifikasi *International Mobile Equipment Identity (IMEI)* yang efektif diberlakukan 6 bulan sejak tanggal diundangkan.

Tujuan dari diterbitkannya PM Kominfo tersebut adalah

**UJI COBA 5G DIRENCANAKAN AKAN DISELENG-GARAKAN DIBEBERAPA KOTA, DIMANA PADA KURUN WAKTU NOVEMBER – DESEMBER 2019 TELAH DILAKSANAKAN DI DUA KOTA YAITU DI BATAM TANGGAL 28-29 NOVEMBER 2019 DAN DI JAKARTA SELATAN TANGGAL 7 DESEMBER 2019.**

# **TUGAS UTAMA TASKFORCE PENGENDALIAN IMEI YAITU MEMERSIAPKAN DAN MENGEVALUASI HASIL UJI COBA DAN MEMBANTU PEMERINTAH DALAM MERUMUSKAN PERATURAN DIREKTORAT JENDERAL.**

untuk melindungi masyarakat dari penggunaan perangkat telekomunikasi yang tidak memenuhi persyaratan teknis dan/atau hasil kejadian serta mencegah/mengurangi peredaran perangkat telekomunikasi yang nomor IMEI nya tidak terdaftar atau ilegal/*Blackmarket*.

Saat ini Kementerian Kominfo sedang mempersiapkan trial test dengan semua operator dalam rangka menyusun Peraturan Dirjen (Perdirjen) sebagai petunjuk teknis pelaksanaan PM Kominfo yang wajib diimplementasikan dalam waktu 6 (enam) bulan yaitu pada bulan April 2020.

Saat ini sedang disiapkan tim *taskforce* yang mencakup perwakilan Kementerian Kominfo maupun perwakilan semua operator seluler, sebagaimana ditetapkan melalui Keputusan Menteri. Tugas utama *taskforce* pengendalian IMEI yaitu mempersiapkan dan mengevaluasi hasil uji coba dan membantu Pemerintah dalam merumuskan Peraturan Direktorat Jenderal dengan menggunakan salah satu dari dua konsep sistem yaitu *Whitelist* atau *Blacklist*. Untuk memprioritaskan perlindungan pelanggan dan meraih tujuan

Pemerintah, Telkomsel mendorong dan mempelopori penerapan konsep sistem *Whitelist* dalam pengendalian IMEI sebagai pendekatan preventif untuk diterapkan dalam peraturan pengendalian IMEI di Indonesia.

## **8. REGISTRASI PELANGGAN JASA TELEKOMUNIKASI PRABAYAR**

Kementerian Kominfo dan BRTI telah melakukan Kegiatan Audit Sistem Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi pada tiap operator seluler. Hal ini dilakukan untuk menciptakan iklim industri telekomunikasi yang sehat dan memenuhi tujuan registrasi seperti yang diamanatkan dalam peraturan beserta perubahannya dan Tap BRTI. Untuk mendukung kelancaran proses audit tersebut, Telkomsel telah menyampaikan kebutuhan dokumentasi yang diperlukan kepada Kementerian Kominfo dan BRTI. Kementerian Kominfo dan BRTI saat ini juga sedang menyusun Rancangan Peraturan Menteri Kominfo tentang Registrasi Pelanggan Jasa Telekomunikasi yang rencananya akan disahkan pada tahun 2020 mendatang.

# KASUS HUKUM

## 9. PERATURAN MENTERI KOMINFO TENTANG PENYELENGGARAAN JASA TELEKOMUNIKASI

Pada tanggal 18 Oktober 2019, Menteri Kominfo telah menetapkan PM tentang Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi (PM Jastel) yang diundangkan oleh Dirjen Peraturan dan Perundang-undangan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia pada tanggal 25 Oktober 2019. PM Jastel ini merupakan simplifikasi dari 16 PM Kominfo eksisting terkait penyelenggaraan jasa telekomunikasi. Hal ini dilakukan oleh Kementerian Kominfo sesuai dengan instruksi Presiden untuk melakukan simplifikasi regulasi dan perlu adanya kemudahan perizinan dalam rangka meningkatkan investasi dalam negeri.

Adapun hal-hal yang menjadi kewajiban Telkomsel sebagai penyelenggara jasa telekomunikasi adalah sebagai berikut:

- Menjamin terselenggaranya layanan telekomunikasi sesuai dengan Izin Penyelenggaraan.
- Memenuhi komitmen layanan.
- Mengutamakan penggunaan Alat dan/atau Perangkat Telekomunikasi produksi dalam negeri sepanjang memungkinkan dan tersedia.
- Memenuhi pelayanan dan perlindungan terhadap pelanggan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

e. Melakukan upaya pengamanan dan perlindungan terhadap layanan yang diselenggarakan serta Sarana dan Prasarana Telekomunikasi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

f. Menuangkan setiap kerja sama Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi dalam perjanjian tertulis.

g. Menyediakan kontak layanan informasi yang memiliki fasilitas untuk melayani pengaduan dan pertanyaan dari Pelanggan yang paling sedikit berupa layanan telepon dan surat elektronik.

h. Memprioritaskan pengiriman, penyaluran dan penyampaian informasi penting kepada masyarakat terkait dengan kepentingan negara.

i. Mempublikasikan pencapaian standar kualitas layanan untuk setiap periode pelaporan secara daring melalui laman kontak layanan informasi milik Penyelenggara Jasa Telekomunikasi.

Sebagai informasi PM jastel ini diberlakukan 6 bulan setelah tanggal diundangkan dan Kementerian Kominfo akan mengeluarkan Peraturan Direktur Jenderal untuk dijadikan petunjuk teknis bagi Penyelenggara Jasa Telekomunikasi.

## PERKARA ARBITRASI USO TELINFO TUNTAS

Sebelumnya Konsorsium Telkomsel (Telkomsel dan PT Dayamitra Telekomunikasi) telah menandatangani perjanjian proyek USO Telinfo Tuntas dengan BAKTI (sebelumnya adalah BP3TI). Dalam pelaksanaaan perjanjian tersebut, BAKTI melakukan wanprestasi karena menghentikan proyek USO Telinfo-Tuntas secara sepihak sehingga merugikan konsorsium Telkomsel yang telah melaksanakan kewajibannya membangun dan mengoperasikan proyek USO Telinfo Tuntas.

Perkara ini telah diperiksa dan diputuskan oleh BANI dengan amar putusan yang pada pokoknya mengharuskan BAKTI untuk membayar ganti rugi kepada Konsorsium Telkomsel kompensasi sebesar Rp 217,7 miliar. Pada bulan November 2019, BAKTI telah melakukan pembayaran ganti rugi kepada Konsorsium Telkomsel sebesar Rp91,4 miliar, sehingga oleh karenanya saat ini BAKTI masih memiliki kewajiban membayar ganti rugi kepada Konsorsium Telkomsel sebesar Rp126,3 miliar.

Pada bulan Desember 2019, Konsorsium Telkomsel dan BAKTI telah menandatangani kesepakatan nilai ganti rugi yang masih harus dibayar oleh BAKTI kepada Konsorsium Telkomesel tersebut di atas. Sampai saat ini Konsorsium Telkomsel tengah menunggu proses pembayaran dari BAKTI.





06

## TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN (CSR)

# TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

## CSR MENDUKUNG VISI DAN MISI PERUSAHAAN

Telkomsel memiliki visi untuk menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital bergerak yang terpercaya dan berkelas dunia, serta misi untuk memberikan layanan dan solusi *digital bergerak* yang melampaui harapan pelanggan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan dan mendukung pembangunan ekonomi bangsa. Untuk itu berbagai program dan inisiatif CSR yang dilakukan di Telkomsel dirancang untuk mendukung pencapaian visi dan misi Perusahaan.

Melalui berbagai program CSR yang dijalankan sesuai visi dan misi, Telkomsel ingin memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang berinovasi melalui teknologi, menghadirkan produk dan layanan untuk membantu mengatasi berbagai permasalahan ekonomi sosial, sekaligus memberikan nilai tambah bagi Indonesia.

## OBJEKTIF CSR TELKOMSEL

Dalam melakukan program CSR, Telkomsel memiliki beberapa objektif, yaitu:

- Memaksimalkan dampak positif perusahaan kepada masyarakat luas.
- Memperkenalkan inovasi terkini dari Telkomsel dalam bidang teknologi, baik produk atau layanan untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial dan dalam saat yang bersamaan meningkatkan tingkat adopsi dari teknologi di tengah-tengah masyarakat.
- Mendukung transformasi Telkomsel menjadi *digital company*.

## CSR DAN KEBERLANJUTAN

Sebagai perusahaan yang beroperasi di berbagai lokasi di Indonesia, dan bersentuhan langsung dengan masyarakat luas, maka Telkomsel secara konsisten memanfaatkan teknologi untuk memberikan dampak yang positif kepada komunitas masyarakat dalam rangka mendukung keberlanjutan perusahaan di masa mendatang. Untuk itu, program CSR Telkomsel dirancang agar memiliki orientasi yang jelas, yaitu untuk memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat.

## STRATEGI CSR

Dalam rangka mendukung pencapaian sasaran atau target perusahaan pada tahun 2019 khususnya dengan merujuk misi perusahaan untuk menjadi *Digital Telco Company*, Telkomsel telah menetapkan inisiatif strategis untuk membangun platform program CSR berbasis ICT yang efisien, sehingga mampu memberikan dampak berkelanjutan secara jangka panjang. Inisiatif strategis CSR tersebut diwujudkan melalui program CSR yang terbagi dalam 4 (empat) pilar kategori yaitu program di bidang *Education*, *Digital Citizenship*, *Community Empowerment & Wellbeing*, serta *Philanthropy*.

### A. EDUCATION

#### **IndonesiaNEXT**

IndonesiaNEXT merupakan salah satu program *masterpiece* CSR pada tahun 2019. Program ini mempersiapkan pelajar untuk bersaing di ranah global di level nasional maupun internasional. Dalam tahun keempatnya, IndonesiaNext menjadikan "Yes I'm The Next" sebagai tema dengan tujuan

## BERBAGAI PROGRAM DAN INISIATIF CSR YANG DILAKUKAN DI TELKOMSEL DIRANCANG UNTUK **MENDUKUNG PENCAPAIAN VISI DAN MISI PERUSAHAAN.**

## PADA TAHUN 2019, ACARA INDONESIANEXT **DIIKUTI OLEH 4.625 PESERTA DARI 280 UNIVERSITAS DAN 4 SEKOLAH KEJURUAN DI 6 KOTA DI INDONESIA SEPERTI BANDUNG, SUMEDANG, YOGYAKARTA, SURABAYA, BANJARMASIN DAN SAMARINDA.**

mempersiapkan siswa Indonesia agar siap bersaing dengan siswa dari berbagai negara di tingkat regional dan internasional. Tema ini membuktikan komitmen Telkomsel dalam mengembangkan Sumber Daya Manusia, terutama pelajar dan mahasiswa Indonesia, untuk memiliki kemampuan dan kompetensi yang dapat bersaing di tingkat nasional, regional dan internasional.

Pelatihan yang diberikan tidak hanya disampaikan melalui kelas *offline* (pelatihan di lapangan) tetapi juga melalui media digital dengan menghadirkan konten *online* di portal Learning Media yang berbasis pada konsep MOOC (*Massive Online Open Course*), sehingga memberikan peserta

kebebasan untuk belajar kapan saja dan di mana saja. Pada tahun 2019, acara IndonesiaNext diikuti oleh 4.625 peserta dari 280 universitas dan 4 sekolah kejuruan di 6 kota di Indonesia seperti Bandung, Sumedang, Yogyakarta, Surabaya, Banjarmasin dan Samarinda.

Sebagai bagian dari Program IndonesiaNext 2019, diadakan acara ceramah umum di beberapa universitas terpilih dengan tema "Kepemimpinan Digital" yang menghadirkan pembicara dari akademisi, industri, dan praktisi untuk memperluas wawasan siswa dalam mempersiapkan karir dan wirausaha. Seluruh peserta juga dapat kesempatan langsung merasakan sendiri beberapa produk dan layanan Telkomsel seperti pengalaman OMG Challenge dan LinkAja.

Para peserta diarahkan untuk ikut serta dalam *Massive Online Open Course* (MOOC), sebuah program pelatihan *online* yang terdiri dari Konten Kreatif, Office, Presentasi dan Desain Kreatif yang dipandu oleh mentor yang kompeten dalam modul seperti *Microsoft Office Master*, *Adobe Visual Design Specialist*, Pencipta Konten Media Sosial.

Selanjutnya peserta mengikuti berbagai pelatihan *hard skills* yang mengarah ke sertifikasi internasional *Microsoft Office PowerPoint 2016*. Peserta yang lulus diundang untuk berpartisipasi dalam pelatihan keterampilan komunikasi selama 2 hari.





Finalis yang terpilih dari masing-masing kota/wilayah mempresentasikan ide-ide mereka di depan juri yang terdiri dari para pemimpin Telkomsel tingkat Area/ Regional/Cabang serta *content partner*. Setiap kota kemudian mengirim 6 talenta terbaik mereka untuk turut serta dalam serangkaian kegiatan bootcamp nasional. Para talent juga mendapatkan kesempatan menikmati kunjungan ke Kantor Pusat Telkomsel Smart Office, *Digital Experience* di Tdx, Program *Neuro Linguistic*, program mengenai sikap dan perilaku yang profesional, sesi berbagi bicara industri dan Diskusi Presentasi Ide, diakhiri dengan tes yang diadakan oleh panel kualifikasi nasional dalam bentuk juri terdiri dari industri, akademisi, profesional/praktisi dan pemimpin Telkomsel.

Para pemenang diumumkan di *Crowning Session* sebagai acara puncak 'Indonesia Next Best Talents 2019'. Mereka dianugerahi Reward Program dalam bentuk kursus singkat di perusahaan multinasional, industri, dan universitas berskala global.

### **T-Perpus National Literacy Campaign (Gerakan Literasi Nasional)**

Sebagai *Digital Telco Company*, Telkomsel selalu berkomitmen untuk bergerak maju dalam mengakselerasikan pembangunan bangsa melalui solusi pemanfaatan teknologi tepat guna. Sebagai perwujudan dari komitmen ini, T-PERPUSS merupakan platform aplikasi perpustakaan digital Telkomsel berkolaborasi dengan Gramedia Digital di mana di dalamnya terdapat lebih dari 6.000 judul buku, koran, majalah dari penerbit terkemuka yang dapat diunduh secara gratis di Android maupun iOS.

T-PERPUSS ini merupakan bagian dari program tanggung jawab sosial (CSR) Telkomsel yang berlandaskan pilar *Education*, ditujukan untuk meningkatkan kapasitas ilmu pengetahuan sekaligus mempersiapkan keahlian profesional generasi muda Indonesia sekaligus mendukung program pemerintah dalam Gerakan Literasi Nasional (GLN).

Tahun 2019 T-PERPUSS fokus mendorong gerakan kampanye literasi digital dengan melakukan roadshow program T-PERPUSS di beberapa kota Indonesia yang mengusung konsep *talkshow*, bedah buku dan *masterclass* terkait *literacy* dengan menghadirkan para pembicara yang berprofesi sebagai penulis, editor, penerbit dan *content creator*. Dengan adanya rangkaian program tersebut, diharapkan dapat meningkatkan minat baca masyarakat di Indonesia dan menciptakan budaya baca digital.

## **B. DIGITAL CITIZENSHIP**

### **The NextDev 2019**

**The NextDev Talent Scouting**  
Pada tahun 2019, Telkomsel kembali menggelar *The NextDev Talent Scouting*, sebuah ajang pencarian *early stage digital startup* dengan fokus pada dampak sosial di Indonesia. Di tahun kelima pelaksanaannya ini, *The NextDev* mengusung tema "*Social Impact and Go Beyond*" untuk menunjukkan komitmen Telkomsel dalam pembangunan ekosistem digital nasional, sekaligus tanggung jawab sosial perusahaan untuk melengkapi para startup dengan kapabilitas dan kompetensi bisnis digital yang dapat mendukung dampak sosial ekonomi positif yang tercipta bagi Indonesia.

Tahun ini *The NextDev* hadir dengan fokus "*social impact & going beyond*" untuk menghadirkan solusi bisnis yang berdampak sosial positif di Indonesia.





Melalui The NextDev, Telkomsel membuka akses dan mendorong munculnya karya dari startup yang digawangi pemuda di seluruh penjuru negeri, tidak hanya di wilayah pusat tetapi juga di daerah regional. Harapannya, inisiatif dan terobosan dari seluruh negeri dapat Telkomsel bantu melalui The NextDev agar para pemuda dapat berkontribusi secara tepat dan merata bagi masyarakat Indonesia, sehingga kita semua dapat terus bergerak maju.

Dalam *The NextDev Talent Scouting 2019*, persyaratan utama bagi pendaftar adalah harus memiliki *Minimum Viable Product (MVP)* yang berdampak sosial positif untuk membantu kehidupan masyarakat di berbagai bidang. Total sebanyak 270 *social impact* startup terbaik se-Indonesia mempresentasikan ide brilian mereka dalam *Local Stage Pitch* yang berlangsung pada periode April hingga Oktober 2019 di sembilan kota: Jakarta, Denpasar, Palembang, Makassar, Medan, Yogyakarta, Pontianak, Semarang, dan Surabaya.

25 startup terbaik dari sembilan kota tersebut memperoleh beberapa bentuk pengembangan startup 5G: *Grant Money* (dana

pengembangan untuk *best of the best*), *Good Opportunities* (kesempatan memikat investor dan memperluas manfaat), *Great Mentors* (menemui ahli startup dan menggali insight baru), *Generate Exposures* (kesempatan go international dan publikasi media), dan *Golden Ticket to The NextDev Academy* (tiket untuk ikut program pengembangan early stage startup komprehensif).

Berikut daftar startup yang terjaring dari Local Stage Pitch: Jagel ID, Daurulang, myAgro, Kedata Smart City Analytics, Sertiva, IN-SUIT/DigiPin, Heikaku, Smart Enclosure, Qur'an Call, Plastikinia, Bolehbaca.com, iBunda, Crowde, Eduka, Blod ID, Neurafarm, Ravenry, Travelbuddy, GotongRoyong.com, Artria, DukungCalonmu.com, Dapurtani, Trakteer, LelangBintang.com dan MuslimLife.

**The NextDev Academy**  
Sementara itu, The NextDev Academy 2019 merupakan sebuah ajang untuk mengasah

dan mempertajam kualitas aplikasi yang diciptakan bagi 25 startup terbaik yang terjaring melalui The NextDev 2018. Mengangkat tema '*Towards an Impactful Digital Startup Ecosystem*', akademi yang berlangsung pada periode April hingga Oktober 2019 ini para peserta memperoleh mentorship, pelatihan *online & offline* seputar *business strategy, sprint design, branding, product development* dan *investment*, serta *digital marketing*. Selain itu NextDev Academy memberikan materi terkait peningkatan dinamika tim start-up, serta pengembangan ekosistem secara keseluruhan dengan membangun semangat berkolaborasi antar startup agar lebih memberikan dampak sosial. Selanjutnya, startup terpilih dari The NextDev Academy akan dikirim Telkomsel ke Singtel Group Regional Future Makers sebagai perwakilan Indonesia.

**The NextDev Summit 2019**  
Sukses menggelar program The NextDev tiap tahun sejak tahun 2015, untuk pertama kalinya tahun ini Telkomsel menghadirkan The NextDev Summit, yang merupakan konferensi teknologi yang menghubungkan para pemangku kepentingan dari



berbagai latar belakang, mulai dari *tech-enthusiasts*, *startup*, komunitas digital creative, hingga investor. Mengusung tema "Spark the Change", The NextDev Summit 2019 hadir untuk mengakselerasikan semangat dalam memberikan perubahan berarti melalui kolaborasi dari para pemain-pemain kunci di bidang digital.

The NextDev Summit 2019 menghadirkan berbagai pengalaman teknologi dalam bentuk konferensi didukung dengan ekosistem digital terpadu. Salah satunya adalah konferensi teknologi yang diisi oleh 105 pembicara dengan berbagai macam topik terkait teknologi digital, diantaranya adalah Johnny G. Plate (Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia) dan Wishnutama (Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia).

Dalam rangkaian acara konferensi teknologi tersebut, Telkomsel juga menghadirkan berbagai



*use-case 5G yang berkolaborasi dengan Huawei, seperti 5G Artificial Intelligent (AI)-based Smart City with Intelligent Operation Center, 5G Cloud Virtual Reality (VR) and Gaming Industry, 5G Smart Airport Ground Handling, 5G Smart Education, 5G Safe City, 5G Smart Agriculture, dan 5G Smart Finance.*

#### **The NextDev Academy X Singtel Group Future Makers**

Pada tahun 2019, Telkomsel mengirim startups jebolan The NextDev Academy untuk mengikuti acara Singtel Group Future Makers yang dilaksanakan di Singapura pada 24-28 Juni 2019, bersamaan dengan Asian Venture Philanthropy Network (AVPN) Conference 2019. Kompetisi ini diikuti oleh perwakilan dari berbagai negara, yang dipilih melalui kompetisi lokal yang diselenggarakan oleh seluruh operator telekomunikasi di bawah aliansi Singtel Group, yaitu Telkomsel (Indonesia), Optus (Australia), Singtel (Singapura), Globe (Filipina), AIS (Thailand), Airtel (India). Start-up

terpilih akan mendapatkan dana pengembangan dengan nilai total hingga SGD 1.000.000.

Acara Future Makers diangkat sebagai program regional Singtel Group sejak tahun 2017, yang bertujuan mendorong startup yang bersifat *social impact* untuk menghasilkan solusi inovatif yang dapat menjawab berbagai masalah social di masyarakat Asia saat ini.

Untuk 2019, Telkomsel berhasil mengirim 2 perusahaan startup ke Future Makers yaitu FishGO, platform digital yang dirancang untuk meningkatkan kesejahteraan nelayan tradisional Indonesia menggunakan teknologi sensor jarak jauh untuk menentukan zona potensial penangkapan ikan yang mudah diakses; dan Diffago, platform solusi *all-in-one* yang didedikasikan untuk memecahkan masalah disabilitas secara berkelanjutan.

#### **The NextDev Academy X Unleash**

Di tahun 2019, The NextDev Academy mengusung konsep dan kurikulum yang terbarukan dengan fokus pengembangan *social enterprise*, dimana Telkomsel berkolaborasi dengan salah satu key player *global innovation lab* yaitu Innovation Lab for SDGs,



untuk mendorong talent-talent digital di seluruh dunia agar menghasilkan solusi-solusi untuk kebutuhan yang tercantum dalam United Nations Sustainable Development Goals (UN SDGs).

Kurikulum UNLEASH yang digunakan dalam program inkubasi selama enam bulan ini menerapkan model *Social Lean Canvas*, sehingga para startup dapat menghasilkan strategi perencanaan produk dan bisnis yang matang yang siap untuk dipasarkan.

Selama mengikuti program UNLEASH, talent dari The NextDev Telkomsel bersama dengan talent lainnya membuat team untuk dapat menciptakan solusi bersama, yang kemudian dikembangkan melalui lima fase inovasi program UNLEASH yaitu *Problem Framing, Ideation, Prototyping, Testing* dan *Implementing*. Tim didukung oleh para ahli, fasilitator, dan investor sepanjang proses ini.

Telkomsel mengirimkan salah satu startup evangelist terbaiknya dari program UNLEASH ini yaitu

startup e-Health Check Lab untuk mengikuti program Innovation Lab for SDGs yang diadakan di Shenzhen, Cina pada tanggal 6-13 November 2019.

#### **Telkomsel On the 2019 Mission**

Sebagai bentuk komitmen mengakselerasi negeri melalui pemerataan ekosistem digital di seluruh Indonesia, Telkomsel menggelar Telkomsel On the Mission 2019.

Berdasarkan data distribusi kepesertaan The NextDev sepanjang 2015 hingga 2017, kurang dari 10% dari sekitar 4.000 early stage startup di Indonesia di dalam program tersebut yang berasal dari Indonesia Timur. Oleh sebab itu di tahun 2018, Telkomsel On the Mission lahir dengan nama '*The NextDev On The Mission*', yang berfokus ke kota Ambon dan kota Kupang, dengan misi untuk mengakselerasi kemampuan dan kapabilitas pemuda di wilayah Indonesia Timur guna menciptakan serta mengembangkan produk digital.

Kini, *Telkomsel On the Mission 2019*, yang didukung oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika

(Kemenkominfo) dan Kumpul Coworking Space, menjangkau lebih banyak daerah sehingga mampu menginspirasi lebih banyak startup atau inovator di Indonesia Timur untuk terus bergerak maju bersama Telkomsel.

Program ini diselenggarakan di tiga kota yaitu Minahasa-Manado, Mataram, dan Kendari. Pemilihan lokasi tersebut mencerminkan komitmen Telkomsel dalam upaya untuk melahirkan dan memajukan talenta digital baru yang merata di seluruh wilayah Indonesia, sekaligus mendukung terwujudnya program prioritas pemerintah melalui Gerakan Nasional 1.000 Startup Digital.

Di tiap kota tersebut, para peserta mendapat kurikulum *Training* dan *Coaching* yang bertujuan untuk membentuk dasar pemahaman dalam merancang produk digital. Telkomsel mengharapkan inisiatif ini dapat menciptakan 45 produk digital dari masing-masing kota penyelenggara.

**BERDASARKAN DATA DISTRIBUSI KEPESENTAAN THE NEXTDEV SEPANJANG 2015 HINGGA 2017, KURANG DARI 10% DARI SEKITAR 4.000 EARLY STAGE STARTUP DI INDONESIA DI DALAM PROGRAM TERSEBUT YANG BERASAL DARI INDONESIA TIMUR.**

Selain memberikan pembekalan materi serta fasilitas, Telkomsel On the Mission 2019 turut menyediakan pembukaan akses ke stakeholders serta pengakuan eksistensi nasional melalui kerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dan KUMPUL Coworking Room. Inisiatif ini juga merupakan bagian dukungan dari Telkomsel terhadap pemerintah dalam wujud Gerakan Nasional 1000 Startup Digital untuk mengakselerasikan lahirnya perusahaan-perusahaan digital rintisan berkualitas tinggi.

#### **Internet Baik**

Di akhir tahun 2019, Telkomsel kembali menggelar Internet Baik, sebuah gerakan edukasi masyarakat sebagai bentuk tanggung jawab dan solusi nyata dalam penyelarasan serta optimalisasi penggunaan internet secara BAIK (Bertanggung Jawab, Aman, Inspiratif dan Kreatif). Di tahun keempat pelaksanaannya ini, Internet Baik mengusung tema "*Transforming Internet Education*" untuk menunjukkan komitmen Telkomsel dalam pembangunan ekosistem digital yang BAIK, sekaligus tanggung jawab sosial perusahaan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat dalam menggunakan internet.



Sejak pertama kali diadakan, Internet Baik sudah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun. Bermula dari fokus di bidang edukasi tatap muka kepada guru dan anak di 2015, optimalisasi penggunaan internet dalam pengembangan kreativitas di 2016, merespon hoax di 2018 hingga memberikan edukasi secara menyeluruh baik tatap muka maupun *online* di tahun 2019. Internet Baik kini hadir dengan fokus '*transforming internet education*' untuk menghadirkan solusi pendidikan internet yang berdampak sosial positif di Indonesia.

Tahun ini, Internet Baik mengambil konsep edukasi secara menyeluruh dari hulu ke hilir. Dimulai dari pembentukan *agent of change* yang berasal dari karyawan Telkomsel yang dilatih dalam program *Training Of Trainers* (TOT) Internet Baik, selanjutnya karyawan tersebut dilengkapi dengan aplikasi Internet Baik sebagai media utama dalam memberikan edukasi kepada masyarakat.

Penyelenggaraan *Training of Trainer* Internet BAIK tahun ini terbagi menjadi dua konsep yaitu Konsep *Theater Show* dan Konsep Kelas ToT. Konsep *Theater Show* dilakukan di Jakarta, tepatnya di

Telkomsel Smart Office, sementara kelas ToT menghadirkan berbagai pembicara ternama.

Dalam perjalanan membentuk *agent of change* ini, tolak ukur keberhasilannya yang utama adalah kesadaran akan pentingnya menggunakan Internet dengan BAIK serta penyampaian *agent of change* tentang pentingnya BAIK menggunakan Internet kepada masyarakat luas.

Sampai saat ini sudah tercatat lima pihak yang berkerjasama mendukung acara ini, yaitu: Siberkreasi, Creators Hang Out, Komunitas Blogger, ICT Watch, Sob dan Fammi.

#### **C. COMMUNITY EMPOWERMENT & WELL-BEING**

##### **Baktiku Negeriku**

Telkomsel sebagai salah satu institusi terkemuka, menciptakan program Baktiku Negeriku sebagai kontribusi yang sederhana terhadap negara. Baktiku Negeriku fokus pada peningkatan kualitas hidup masyarakat di berbagai daerah di seluruh Indonesia, dengan program pemberdayaan masyarakat dan pendidikan.

Sejak pertama kali diadakan, Baktiku Negeriku sudah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun, yang pada awalnya berfokus pada program pendidikan termasuk pelatihan tentang penggunaan teknologi

informasi yang ditujukan untuk kelompok pemuda atau organisasi pemuda di beberapa daerah. Pelatihan ini juga bermaksud menjadikan mereka sebagai agen perubahan, sehingga dapat memimpin komunitas lokal menuju kehidupan yang lebih baik dengan memanfaatkan ekosistem digital. Kami percaya bahwa transfer teknologi dari kota ke daerah pedesaan adalah suatu keharusan. Masyarakat pedesaan Indonesia memiliki begitu banyak sektor potensial seperti pariwisata, pertanian, industri budaya dan banyak lagi, yang perlu ditingkatkan terutama di era digital ini, untuk menghadapi tantangan saat ini. Baktiku Negeriku juga menghadirkan Pusat Digital di setiap wilayah yang dikunjungi tim. Digital Center adalah fasilitas yang mendukung transfer teknologi dan membuka akses informasi bagi komunitas lokal.

Seiring dengan adanya revolusi industri keempat, Baktiku Negeriku bermaksud untuk menjadikan kehidupan petani yang lebih baik melalui pembentukan ekosistem pertanian dari hulu ke hilir yang mencakup penggunaan teknologi informasi untuk kelompok petani muda atau organisasi pemuda di beberapa daerah. Teknologi ini akan memfasilitasi keterlibatan

semua stakeholder dalam hal sinergi antar pemerintah, *smart agriculture*, akses terhadap *market*, keterlibatan dan dukungan dari *fintech* serta Telkomsel sendiri sehingga pada ujungnya mendorong pemerataan ekosistem digital bagi masyarakat di seluruh negeri.

Sepanjang 2019, program Baktiku Negeriku berhasil membangun Digital Center di 18 titik yang tersebar dari ujung barat hingga ujung timur nusantara termasuk di Maluku, NTT dan Papua sebagai upaya nyata untuk membangun kesadaran digital masyarakat setempat dan menjembatani kesenjangan digital melalui dibangunnya sarana dan prasana digital. Pembangunan Digital Center tersebut diiringi oleh kegiatan sosial seperti kegiatan bersih-bersih pantai bersama serta penanaman hutan bakau, juga disertai kegiatan edukasi kepada masyarakat tentang Internet Baik dan pemanfaatan aplikasi Baktiku Negeriku untuk menjual produk hasil desa.

#### **Patriot Desa Digital (PDD)**

Patriot Desa Digital (PDD) adalah program CSR Telkomsel yang diluncurkan pada tahun 2019 sebagai bagian dari misi Telkomsel untuk membangun transformasi dan percepatan digital, terutama di daerah pedesaan dimana desa kini menjadi mesin penggerak pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Namun, data dari Kementerian Telekomunikasi

menunjukkan bahwa baru sekitar 5% penduduk desa yang menggunakan digital. Sebagian besar penduduk desa bekerja di usaha kecil menengah di sektor-sektor seperti pertanian, perdagangan, serta industri rumah tangga tanpa menggunakan digital.

PDD bertujuan menjembatani program-program pemerintah yaitu desa digital, patriot desa, satu desa satu produk, dan satu desa satu perusahaan. PDD telah menciptakan 5 pilar sebagai dasar kesuksesan sebagai Patriot Desa Digital: Perubahan, Komunitas, Kolaborasi, Kreatif, dan Kemampuan.

#### **Peluncuran dan Kick Off PDD**

PDD diresmikan pada tanggal 1 April 2019 di Gedung Sate, Bandung oleh Gubernur Jawa Barat sebagai gerakan untuk mentransformasi institusi bisnis desa menjadi perusahaan berorientasi digital dengan memberdayakan agen perubahan digital. Agen tersebut yaitu individu atau lembaga yang dapat mendorong dan membangun koneksi antara komunitas desa dan sarana bisnis modern seperti pembayaran elektronik,



perdagangan elektronik dan keuangan elektronik. PDD menargetkan UKM, koperasi, BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) dan Pesantren (sekolah asrama Islam) yang berlokasi di daerah pinggiran kota dan pedesaan.

#### Program PDD 2019

Pada 2019, fokus program adalah perkenalan PDD ke komunitas bisnis pedesaan. Sasaran utama program PDD pada tahun 2019 yaitu koperasi, terutama koperasi berbasis syariah, yang dikenal sebagai BMT (Baitul Maal wat Tamwil). PDD mengadakan seminar, lokakarya dan memberikan bantuan bagi BMT agar dapat menjadi agen perubahan bagi para anggotanya. Pada 2019, program PDD dilaksanakan dengan baik di lima wilayah: Bandung, Surabaya, Jogjakarta, Medan dan Karawang meliputi total 80 BMT dengan

1.200 peserta yang terdiri dari para pemimpin BMT, anggota BMT (UKM) serta mitra BMT (pesantren dan BUMDES). Selain itu, program PDD diadakan khusus untuk pengusaha muda.

#### Seminar Kepemimpinan Digital

Seminar Kepemimpinan Digital diadakan untuk menjelaskan kepada para peserta pentingnya teknologi digital untuk kesuksesan bisnis. Seminar PDD ini menghadirkan pembicara dari pemerintah daerah, akademisi dan praktisi digital dari beberapa industri. Mereka berbagi data, peluang, dan kisah sukses kepada audiens untuk membuka wawasan audiens.

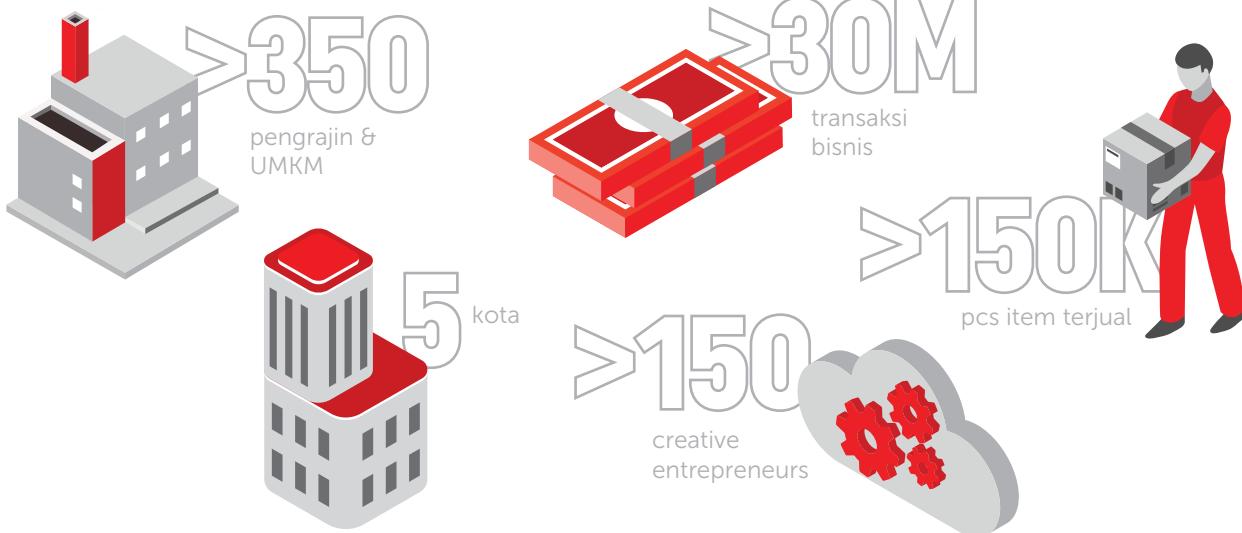
#### Workshop: Literasi dan Transformasi Digital

PDD menyelenggarakan berbagai lokakarya untuk meningkatkan keterampilan para peserta dalam membangun komunitas digital,

mengembangkan agen perubahan, menjalankan pergeseran dari transaksi konvensional ke digital dan mengembangkan bisnis melalui teknologi digital. Peserta juga belajar cara menggunakan alat dan platform digital, termasuk Kasir digital Telkomsel.

#### Gerai Digital

Gerai Digital adalah outlet BMT yang bersifat *branchless*, didirikan oleh PDD dengan tujuan mendidik pihak luar untuk beralih dari transaksi konvensional ke digital dan mengembangkan bisnis mereka melalui teknologi digital. Proyek percontohan Gerai Digital berhasil menciptakan 50 Gerai Digital pada tahun 2019, yang masing-masing dipimpin oleh ibu rumah tangga dalam rangka mendukung suami mereka untuk meningkatkan pendapatan keluarga.



### Digital Creative Millenials

Digital Creative Millennials (DCM) merupakan sebuah program pengembangan bisnis (*start-up* dan *scale-up*) melalui transformasi digital dan kolaborasi yang dirancang untuk memacu kewirausahaan di segmen paling energik yaitu *youth/millennials*. Program ini mencakup pelatihan dan asistensi yang diperlukan untuk mengubah pola usaha mereka yang konvensional menjadi perusahaan/produk komersial berbasis data sehingga menghasilkan *entrepreneur* muda dengan *digital leadership mindset*.

Diprakarsai oleh PTS yang berkolaborasi dengan Telkomsel, Digital Creative Millennial (DCM) merupakan sebuah inisiatif nyata dalam rangka peningkatan daya saing UMKM Indonesia, khususnya UMKM dalam lingkup industri kreatif. Diawali dengan dilakukannya penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) antara Telkomsel dan PTS di akhir tahun 2018, program DCM telah sukses dilaksanakan selama tahun 2019 di 5 kota di



## PROYEK PERCONTOHAN GERAI DIGITAL BERHASIL MENCiptakan 50 GERAI DIGITAL PADA TAHUN 2019, YANG MASING-MASING DIPIMPIN OLEH IBU RUMAH TANGGA DALAM RANGKA MENDUKUNG SUAMI MEREKA UNTUK MENINGKATKAN PENDAPATAN KELUARGA.

Indonesia: Jakarta, Surabaya, Medan, Yogyakarta, dan Karawang. Sesuai dengan tujuan program yaitu peningkatkan daya saing *entrepreneur millennial* melalui transformasi digital dan kolaborasi, DCM 2019 berhasil melibatkan lebih dari 150 *entrepreneur* kreatif yang bergerak di bidang fashion & kriya, memberdayakan lebih dari 350 pengrajin dan *home industry* di Indonesia, dan mendorong total transaksi bisnis untuk mencapai Rp 30 Miliar per bulan. Proses transformasi digital disampaikan melalui *seminar* dan *workshop* kepada audiens DCM di 5 kota tersebut. Seminar yang diselenggarakan memiliki beberapa target audiens, yaitu (1) pemilik fashion brand (*brand owner*) yang telah menjalankan bisnis yang sudah siap untuk memperbesar skala bisnis dan (2) para millennial kreatif atau mahasiswa yang memiliki ide dan siap untuk menjalankan bisnis yang berbasis produk di industri kreatif.

### Local Brand Gathering

Diselenggarakan di Jakarta, acara ini di hadiri oleh lebih dari 50 pemilik brand lokal yang bergerak di bidang fashion. Pemaparan dan diskusi terkait isu dan tantangan pengembangan bisnis di era *sharing economy* menjadi topik utama. Masing-masing *brand owner* pun mengutarakan pengalaman unik masing-masing bagaimana proses transformasi digital harus dilakukan untuk dapat bersaing di era teknologi seperti sekarang.

Hal penting yang sangat bermanfaat dari inisiatif program ini adalah bahwa para local brand owners akhirnya menyadari untuk dapat terus bersaing dan semakin efisien, harus dilakukannya kolaborasi dan fokus dengan apa yang menjadi kompetensi inti (*core competencies*) masing-masing perusahaan/brand.

#### **DIGITAL LEADERSHIP SEMINAR**

Seminar tentang digital leadership diselenggarakan di 5 kota dengan total peserta lebih dari 1.000 orang yang terdiri dari: *local brand owner, creative entrepreneur* individual, pelaku usaha UMKM dan mahasiswa. Sesuai dengan program Digital Creative Millennials yang mengusung tema transformasi digital dan kolaborasi, seminar DCM mengundang para praktisi, akademisi, dan pelaku bisnis untuk sharing pengalaman mereka kepada audiens dan memberikan arahan bagaimana kiat-kiat membangun bisnis dengan baik dan benar yang dimulai dari tahap yang sangat awal.

**Digital Transformation Workshop**  
Dari total peserta seminar *digital leadership*, lebih dari 200 peserta terpilih untuk ikut serta dalam workshop transformasi digital. Dalam workshop ini, peserta mendapatkan bahan mengenai *supply chain management approach* baik dari perspektif

teori dan *best practice*. *Business simulation* merupakan materi utama dalam program workshop ini agar memberikan gambaran kepada para peserta terkait permasalahan pengambilan keputusan dalam bisnis.

#### **Manfaat Dan Dampak Program**

##### **Digital Creative Millennials**

Program Digital Creative Millennial memiliki konsep pengembangan UMKM melalui transformasi digital dan kolaborasi dengan cara membangun ekosistem digital yang dapat menyediakan segala kebutuhan pelaku usaha, khususnya yang bergerak di industri kreatif berbasis produk. Dengan terbentuknya ekosistem digital ini, maka masing-masing pihak dapat fokus pada kompetensi inti masing-masing. Sebagai contoh, sebuah brand yang memiliki kompetensi dalam segi design dan marketing dapat berkolaborasi dengan partner lain yang memiliki kompetensi lain seperti pengelolaan aktifitas logistic dan proses produksi. Pengaturan kolaborasi antar

stakeholder ini menjadi mudah dan simple karena dikelola dalam suatu platform digital yang terintegrasi. Maka dari itu, akan dihasilkan beberapa manfaat dan dampak positif dalam pengelolaan bisnis secara total, diantaranya:

- Jaringan rantai pasok menjadi lebih terhubung, terukur dan cepat. Perusahaan yang mengubah strategi tradisional rantai pasoknya menjadi digital mampu meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan juga memiliki kinerja keuangan yang lebih baik.
- Meningkatkan pengambilan keputusan pada setiap pihak yang berada di dalam jaringan rantai pasok melalui data yang telah disimpan sebelumnya.
- Meningkatkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, dengan kemampuan untuk akses data permintaan secara *real time*, pengantaran yang tepat waktu dengan biaya minimal, serta proses pengadaan barang yang terkontrol.

**TERRA MEMILIKI BANYAK RELAWAN YANG TERDIRI DARI KARYAWAN INTERNAL TELKOMSEL MAUPUN PIHAK EKSTERNAL. PARA KARYAWAN YANG MENJADI RELAWAN INI SEBELUMNYA TELAH MENGIKUTI **PELATIHAN BASIC RESCUE MELIPUTI WATER RESCUE, VERTICAL RESCUE, DAN MANAJEMEN POSKO.****

Dengan bantuan sistem informasi yang terintegrasi, maka aktifitas bisnis pun dapat dikontrol kedalam sebuah *dashboard* operasional untuk menjamin transparansi data dan kecepatan akses informasi seperti beberapa contoh berikut ini:

Saat ini secara *real time*, transaksi bisnis dapat tercatat secara baik sehingga beberapa parameter bisnis utama seperti total penjualan, jumlah order, posisi nilai inventory, dan performansi vendor dapat dievaluasi dengan baik.

Solusi ini sangat mendukung pengembangan bisnis UMKM, karena sebelumnya perangkat sistem informasi seperti ini hanya dapat dinikmati oleh para pelaku bisnis usaha yang sudah memiliki modal besar.

#### D. PHILANTHROPY

##### **Sistem Tanggap Bencana (TERRA)**

*Telkomsel Emergency Response and Recovery Activity (TERRA)* merupakan program *front line disaster handling* Telkomsel, sebagai wujud tanggungjawab yang diemban operator seluler terbesar di Indonesia kepada masyarakat luas dalam menjamin ketersediaan jaringan komunikasi yang baik dan handal di sekitar wilayah bencana untuk mempermudah semua rangkaian kegiatan aksi kemanusiaan dan tanggap bencana hingga proses rehabilitasi pasca bencana dan mitigasi bencana.

TERRA memiliki banyak relawan yang terdiri dari karyawan internal Telkomsel maupun pihak eksternal. Para karyawan yang menjadi relawan ini sebelumnya telah mengikuti pelatihan basic rescue meliputi *Water Rescue*, *Vertical Rescue*, dan manajemen Posko. Sejak pertama diluncurkan pada tahun 2010, sekurangnya ada 500 karyawan yang telah dilatih dan disiapkan menjadi relawan di saat terjadi bencana.

Relawan Eksternal adalah relawan yang berasal dari perkumpulan para pecinta alam, terintegrasi dalam sebuah wadah kemitraan dan memberikan solusi bagi Telkomsel pada saat melakukan mitigasi bencana.

Para Relawan ini tersebar di seluruh wilayah kerja Telkomsel dan program ini sudah berjalan sejak tahun 2010 sampai sekarang. Pada tahun 2019 aktivitas kegiatan yang sudah dilakukan TERRA adalah sebagai berikut:

##### **TERRA – Pelatihan TERRA yang berbasis Teknologi**

Penanganan atau mitigasi bencana di Indonesia sebaiknya mengarah pada usaha pencegahan dan pengurangan risiko bencana (PRB). Oleh sebab itu, sejak tahun 2017 manajemen telah melakukan program pelatihan TERRA berbasis teknologi TI sebagai bagian dari program CSR nya untuk menghasilkan program penanggulangan bencana yang efektif dan efisien. Sejak itu TERRA

telah diterapkan di 10 wilyayah regional Telkomsel, dengan aktif menggelar *Focus Group Discussion* secara rutin bersama para koordinator lapangan. TERRA juga diharapkan akan mendukung keberlanjutan operasi Telkomsel di masa-masa bencana, dimana layanan telekomunikasi menjadi sangat penting untuk percepatan *recovery* situasi bencana.

Penanganan secara dini dan tepat terhadap situasi bencana memainkan peranan yang amat penting terhadap berfungsinya alat-alat produksi Telkomsel yang terkena dampak bencana. Tujuan umum pelaksanaan pelatihan *emergency response* berbasis TI adalah sebagai berikut:

- i. Memberikan pengetahuan dasar tentang manajemen dan konsep penanggulangan bencana.
- ii. Sosialisasi dan penerapan sarana mitigasi bencana berbasis TI.
- iii. Pembentukan komunitas tanggap bencana dan standarisasi SOP.

Tujuan khusus pelaksanaan pelatihan *emergency response* berbasis TI adalah sebagai berikut:

- i. Melatih peserta untuk mampu mengidentifikasi potensi bencana yang ada di lingkungan sekitar.
- ii. Melatih peserta untuk mampu menerapkan prinsip penanggulangan bencana ke dalam lingkungan sekitar.
- iii. Melatih peserta menerapkan teknologi dalam penanganan bencana yang efektif.

iv. Meningkatkan penggunaan komunikasi yang lebih praktis dengan solusi berbasis digital.

#### **SISTEM MAPPER TRACKER – Teknologi Penanganan Bencana**

Penanganan dampak bencana saat ini menjadi prioritas nasional dengan dibentuknya lembaga penanganan khusus di tingkat pusat maupun daerah. Saat ini, informasi terkini masih diinput secara manual di lapangan sehingga penanganan terhambat disebabkan karena keterlambatan informasinya.

*Mapper Tracker* adalah sebuah sistem informasi berbasis peta geografis yang akan menjadi pusat informasi atas kondisi dan informasi penanganan bencana yang dapat disajikan secara visual sebagai sentra informasi terkini dan pengawasan mobilitas anggota.

*Information center* ini didirikan secara *mobile* dan menjadi *media center* di setiap tempat lokasi bencana. Sistem ini akan sangat memudahkan bagi awak media dalam melihat area yang terkena dampak bencana alam, membantu mobilitas tenaga sukarelawan dalam penanganan korban serta update foto secara jarak jauh.

#### **Bantuan 24 Ton Takjil Kurma**

Sejak tahun 2013, Telkomsel selalu menyambut bulan Ramadan dengan menyerahkan bantuan kurma dalam jumlah yang disesuaikan dengan usia

Telkomsel. Untuk menyambut bulan Ramadan 1440 Hijriyah, Telkomsel berbagi takjil berupa 24 ton kurma yang diserahkan kepada 20 masjid di berbagai wilayah dari ujung barat sampai ujung timur Indonesia agar dapat dinikmati oleh masyarakat umum sebagai takjil saat berbuka puasa.

Pada bulan Ramadan, masjid menjadi tempat yang paling sering dikunjungi masyarakat untuk beribadah, termasuk untuk berbuka puasa. Masjid yang dipilih Telkomsel untuk distribusi bantuan kurma merupakan masjid yang menjadi pusat kegiatan ibadah di wilayah tersebut.

#### **Buka Puasa Bersama dengan 5.000 Anak dan Kaum Dhuafa – RAFI 2019**

Telkomsel kembali menggelar roadshow buka puasa bersama dengan total 5.000 anak negeri dan kaum dhuafa di empat kota di Indonesia, yakni Jakarta, Makassar, Medan dan Sidoarjo. Mengedepankan semangat “Sebarkan Kebahagiaan”, selain menyerahkan santunan kepada anak yatim dan dhuafa, Telkomsel juga memberikan bantuan bagi 50 masjid dan yayasan dalam bentuk penyediaan atau perbaikan sarana dan prasarana ibadah di berbagai wilayah di Indonesia.

Dalam kegiatan roadshow Ramadan ini, santunan yang diserahkan kepada anak yatim berupa perlengkapan sekolah, dan kepada kaum dhuafa berupa kebutuhan bahan-bahan pokok.

Sementara itu, kepada masjid dan yayasan bantuan diserahkan untuk perbaikan sarana dan prasarana ibadah. Tak hanya itu, diadakan juga aksi bersih-bersih masjid yang melibatkan karyawan Telkomsel, berbagi makanan berbuka untuk masyarakat, edukasi Internet BAIK (Bertanggungjawab, Aman, Inspiratif dan Kreatif) serta pelatihan BhayPlastik (sebagai bagian dari sosialisasi kepada masyarakat untuk mengurangi sampah plastik) yang diadakan di berbagai area di Indonesia.

#### **Bantuan Hewan Qurban – Idul Adha 2019**

Pada Hari Raya Idul Adha 10 Dzulhijjah 1440 Hijriyah Tahun 2019, Telkomsel memberikan bantuan hewan kurban sejumlah 751 ekor, yang terdiri dari 120 ekor sapi dan 631 ekor kambing/domba. Dengan semangat Sebarkan Kebahagiaan, hewan kurban yang merupakan kegiatan CSR (*Corporate Social Responsibility*) Telkomsel tersebut akan disampaikan kepada lebih dari 43.000 penerima manfaat di 505 titik di berbagai wilayah Indonesia.

Pada Idul Adha tahun 2019, sebanyak lebih dari 43.000 paket hewan kurban didistribusikan oleh Telkomsel kepada golongan masyarakat yang membutuhkan dan berhak menerima di berbagai wilayah. Secara keseluruhan, jumlah paket hewan kurban Telkomsel yang didistribusikan untuk tahun ini meningkat dibandingkan tahun lalu, seiring dengan makin luasnya

cakupan wilayah operasional dan komitmen Telkomsel untuk mewujudkan kepedulian kepada masyarakat Indonesia.

Pada program Kurban tahun ini Telkomsel melalui Majelis Ta'lim Telkomsel (MTT) bersama Vestifarm juga menyediakan kurban secara digital. Melalui Vestifarm, karyawan Telkomsel juga melakukan pengadaan hewan kurban melalui sistem *online* dan melakukan pembayaran dengan *digital payment* LinkAja.

Selain itu, pengadaan hewan kurban melalui digital ini juga dapat dilakukan oleh masyarakat luas khususnya pengguna LinkAja. Pengguna LinkAja dapat melakukan penyaluran hewan kurban digital tersebut melalui fitur LinkAja Berbagi pada aplikasi LinkAja. Hewan kurban yang ditawarkan saat ini berupa sapi dengan harga yang tertera pada aplikasi sudah termasuk penyaluran, pemotongan, dan pelaporan hewan kurban.

Vestifarm sendiri merupakan sebuah *startup* pada ajang The NextDev Telkomsel di bidang pertanian dan peternakan yang menawarkan sistem bagi hasil antara petani atau peternak dengan investor. Dengan demikian, investor bisa membantu mendanai proyek budidaya. Ketika panen selesai, investor bisa menikmati keuntungan dari dana yang disetorkan lewat sistem bagi hasil. Berkat gagasan serta

# TELKOMSEL KEMBALI MENGGELAR ROADSHOW BUKA PUASA BERSAMA DENGAN TOTAL **5.000 ANAK NEGERI DAN KAUM DHUAFA DI EMPAT KOTA DI INDONESIA, YAKNI JAKARTA, MAKASSAR, MEDAN, DAN SIDOARJO.**

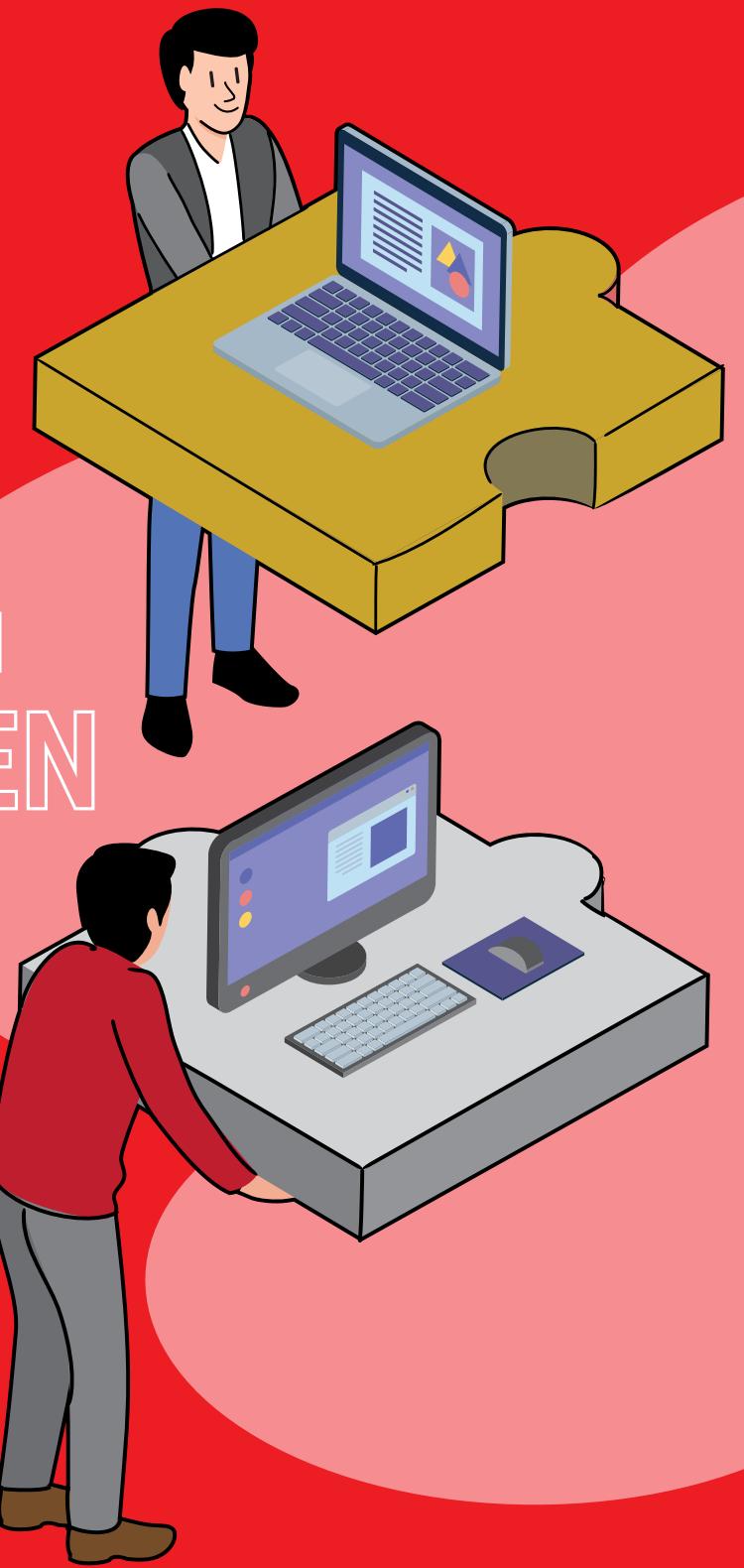
dampak sosial yang dihasilkan, Vestifarm memperoleh gelar The NextDev Evangelist 2017. Hingga saat ini, *startup* tersebut masih terus didukung oleh Telkomsel agar mampu memberikan dampak sosial yang lebih luas di Indonesia.

## **Bantuan 5.000 Anak Yatim dan Dhufa - Natal 2019**

Menyambut momen Natal 2019, Telkomsel menghadirkan inisiatif untuk berbagi kebahagiaan dengan masyarakat, panti asuhan dan yayasan sosial melalui Roadshow NARU 2019. Berlangsungnya program tersebut diawali dengan acara di Telkom Landmark Tower, Jakarta, pada 29 November 2019. Roadshow NARU 2019 menjadi bagian dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) Telkomsel yang memberikan bantuan kepada 2.500 masyarakat yang membutuhkan, 2.500 anak panti asuhan, dan 40 tempat ibadah atau yayasan sosial di seluruh Indonesia.

Roadshow NARU 2019 hadir di empat kota di Indonesia, yaitu Pekanbaru (5 Desember), Bogor (9 Desember), Malang (12 Desember) dan Pontianak (19 Desember). Sepanjang penyelenggarannya, program tersebut akan diisi dengan santunan, perbaikan yayasan atau tempat ibadah, workshop, hingga lomba kreativitas bagi anak-anak. Selain itu, sejumlah karyawan Telkomsel akan melakukan kegiatan bermain dan berbelanja di pusat perbelanjaan bersama anak-anak panti asuhan.

# ANALISIS & PEMBAHASAN MANAJEMEN





07

# ANALISIS & PEMBAHASAN MANAJEMEN

## TINJAUAN EKONOMI MAKRO GLOBAL DAN INDONESIA

Perlambatan ekonomi global masih berlanjut pada tahun 2019 dikarenakan ketegangan perdagangan internasional dan masalah geopolitik lainnya ditambah adanya berbagai bencana alam di seluruh dunia. Menjelang akhir tahun, pertumbuhan ditopang oleh kebijakan moneter yang akomodatif serta pelonggaran fiskal di beberapa negara, namun tindakan tersebut belum mampu mendorong ekspansi global (*International Monetary Fund, World Economic Outlook Update – January 2020*). Harga komoditas global juga melemah secara keseluruhan.

Terlepas dari kondisi ini, Indonesia mencapai pertumbuhan jauh di atas angka rata-rata global, mencatat laju pertumbuhan PDB sebesar 5,02%, cukup stabil dibandingkan dengan tahun sebelumnya sebesar 5,17% (data BPS). Fundamental makroekonomi perekonomian terlihat sehat dengan laju inflasi yang terkendali, penguatan nilai tukar rupiah serta defisit anggaran negara yang masih berada dalam batas toleransi. Di sisi lain, pertumbuhan pengeluaran rumah tangga sebesar 5,04% dibandingkan dengan 5,05% pada tahun 2018.

Dengan adanya tingkat ketidakpastian global yang tinggi ditambah dampak wabah virus Corona atau COVID-19 yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi global, tidak dipungkiri bahwa dampak negatif mungkin terjadi pada perekonomian Indonesia dengan tertahannya proyeksi pertumbuhan ekonomi domestik di tahun 2020. Menanggapi kondisi tersebut, Pemerintah menerbitkan paket stimulus ekonomi yang terdiri dari stimulus fiskal maupun non-fiskal yang bertujuan mendorong tingkat belanja konsumen dan memitigasi penularan COVID-19. Ekonomi Indonesia diprediksi pulih pada tahun 2021 dengan momentum positif sehingga dapat menguat dalam jangka menengah.

Industri telekomunikasi Indonesia yang didukung oleh pertumbuhan lalu lintas data, kini berada pada titik di mana pertumbuhan pendapatan dari Data telah melampaui pendapatan bisnis Legacy yang terus menurun. Pertumbuhan pendapatan Data seluler akan terus meningkat, yang lebih didorong oleh kuatnya pertumbuhan lalu lintas Data yang berkelanjutan (sejalan dengan tren peningkatan konsumsi video seluler) dibandingkan peningkatan *mobile Data yield*.

## TINJAUAN BISNIS DAN PROSPEK INDUSTRI

Industri telekomunikasi Indonesia kembali tumbuh di tahun 2019 setelah adanya penurunan pada tahun 2018 dikarenakan kewajiban

registrasi kartu SIM yang dilakukan Pemerintah di tahun tersebut. Transisi dari layanan Legacy yang memiliki tingkat margin yang lebih tinggi ke ke layanan Data menimbulkan tekanan pada harga, namun di tahun 2019 margin Data terlihat membaik sehingga berdampak baik pada *bottom line* para penyedia layanan telekomunikasi di Indonesia. Secara bersamaan, pertumbuhan Digital Business semakin pesat dengan didukung oleh peluncuran jaringan 4G serta meningkatnya jumlah produk dan layanan digital di Indonesia.

Ekosistem digital dan sistem Telkomsel terus diperkuat agar berdaya saing secara jangka panjang. Hal ini dilakukan melalui beragam program dan inisiatif termasuk bertambahnya jumlah BTS 4G, produk dan layanan digital yang inovatif termasuk *e-games* dan *streaming video*, serta meningkatkan distribusi dan layanan pelanggan. Telkomsel juga mendukung target pemerintah untuk menjembatani kesenjangan digital dengan mendukung perluasan *broadband* di daerah-daerah terpencil, sekaligus mendukung inisiatif Pemerintah yaitu '*Making Indonesia 4.0*' dengan cara mendorong inovasi IoT dan teknologi terkait lainnya.

Ke depan, industri telekomunikasi di Indonesia terlihat sudah siap untuk bertumbuh. Peningkatan kualitas jaringan BTS 4G secara nasional

selain meningkatkan pengalaman pelanggan, juga telah mendorong pertumbuhan layanan baru yang berpotensi meningkatkan pendapatan operator. Sementara dengan cakupan 4G yang sudah menjangkau sebagian besar nusantara sehingga belanja capex diperkirakan akan berkurang dan tren penggunaan data yang terus meningkat diharapkan akan mendorong peningkatan pendapatan operator. Berdasarkan GSMA *Intelligence*, pangsa pasar seluler yang didominasi oleh 4G di Indonesia diperkirakan akan meningkat dari 44% pada 2018 menjadi 79% pada 2025, sehingga penyedia layanan telekomunikasi termasuk Telkomsel memiliki peluang yang cukup signifikan untuk pertumbuhan.

## GAMBARAN UMUM KINERJA 2019

Telkomsel mengalami kinerja positif selama tahun buku, dengan Pendapatan, EBITDA dan Laba Bersih masing-masing sebesar Rp91,1 triliun (+2,1% YoY), Rp49,2 triliun (+3,7% YoY) dan Rp25,8 triliun (+1,0% YoY). Pencapaian tersebut didukung oleh inisiatif transformasi di Bisnis Digital sebagai mesin pertumbuhan yang disertai oleh inisiatif *Cost Leadership* untuk mengelola biaya operasional secara efektif. Dengan demikian, Margin EBITDA meningkat dari 53,2% pada 2018 menjadi sebesar 54,0%. Dinamika pasar saat ini telah membenarkan keputusan Telkomsel sebagai pemimpin pasar untuk mengarahkan industri ke jalur lebih sehat, sehingga tercipta peluang

pertumbuhan yang lebih baik untuk Layanan Data & Digital sebagai masa depan industri telekomunikasi.

Kinerja tersebut disokong oleh adanya efek ‘pembersihan’ alami dari kewajiban registrasi kartu SIM prabayar yang diberlakukan Pemerintah, sehingga kualitas pelanggan pun meningkat dengan tambahan jumlah pelanggan aktif dan peningkatan ARPU, seiring biaya produksi kartu SIM yang menjadi lebih efisien. Kebijakan ini memiliki dampak jangka panjang yang positif dan mendukung munculnya persaingan yang lebih sehat di industri.

Sejalan dengan filosofi kami untuk selalu memimpin dalam penyediaan jaringan baik di Pulau Jawa maupun di luar Pulau Jawa, kami mempertahankan dan memperkuat keunggulan jaringan kami melalui pembangunan sebanyak 23.162 BTS baru pada tahun 2019, yang semuanya berbasis 4G. Lalu lintas Data kami meningkat sebesar 53,6% YoY menjadi 6.715.227 TB yang terutama didorong oleh kenaikan jumlah Pengguna Data, pertumbuhan jumlah perangkat berbasis 3G/4G serta petumbuhan penggunaan Data per user. Pada akhir 2019, BTS *on-air* Telkomsel mencapai 212.235 unit (+12,2% YoY), 76,3% di antaranya adalah BTS 3G/4G.

## KINERJA OPERASIONAL

### BASIS PELANGGAN

Per akhir 2019, Telkomsel melayani sebanyak 171,1 juta pelanggan secara nasional, meningkat sebesar 5,0% YoY. Pertumbuhan didukung antara lain oleh kampanye pemasaran yang efektif, diiringi inisiatif retensi untuk mempertahankan pelanggan yang dibantu oleh penurunan *churn* dan pergeseran perilaku pelanggan akibat registrasi SIM prabayar, juga oleh inisiatif untuk memenangkan dan meningkatkan segmen anak muda. Hal ini selaras dengan inisiatif transformasi Telkomsel untuk memprioritaskan pengalaman dan penggunaan pelanggan melalui penyediaan konektivitas digital berkualitas unggul serta konten yang diperkaya, untuk menjadi *Digital Telco Company* dan pemimpin di industri dengan berfokus pada data.

### FAKTOR PENDORONG DATA

Pada akhir bulan Desember 2019, pengguna Data Telkomsel mencapai 110,3 juta orang (+3,5% YoY), mewakili sekitar 64,4% dari total pelanggan Perusahaan dengan sebanyak 119,3 juta perangkat 3G/4G (+11,5% YoY & penetrasi sebesar 69,7%). Meningkatnya penetrasi pengguna Data serta bertambahnya jumlah beragam aplikasi yang tersedia, sangat penting sebagai faktor pendorong lalu lintas Data. Pada akhir 2019, konsumsi pengguna Data Telkomsel terlihat cukup menjanjikan sebesar 5,2 GB per pengguna data yang meningkat sebesar +54,7% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, sejalan dengan strategi Telkomsel untuk mendorong tingkat penetrasi Data.

## ARPU

Dalam proses peralihan dari Legacy Business ke Digital Business, ARPU Digital kami sudah meraih pertumbuhan dua digital sehingga dapat mengimbangi penurunan ARPU Legacy. Dinamika tersebut tercermin dalam pertumbuhan ARPU gabungan kami, yang terutama didukung oleh produktivitas pengguna data yang lebih tinggi serta pertumbuhan lalu lintas data yang kuat.

## PENGEMBANGAN JARINGAN

Fokus kami pada Bisnis Digital tercermin dalam pengembangan jaringan, yang terus dipercepat sepanjang tahun untuk mendukung Bisnis Digital. Hal ini dilakukan melalui pembangunan BTS 4G yang agresif berdasarkan strategi *on-demand*, dengan mempertimbangkan penetrasi handset 4G dan tingkat permintaan di kota-kota *Broadband*. Sampai saat ini, kami telah membangun sebanyak 79.834 BTS 4G. Pengembangan jaringan ini telah meningkatkan jumlah total BTS *on-air* di tahun 2019, termasuk 161.938 unit yang merupakan BTS 3G/4G (+16,7% YoY).

## KINERJA KEUANGAN

### PENDAPATAN

Pada tahun 2019, Telkomsel mengalami momentum yang positif sehingga mampu menutup tahun 2019 dengan kinerja positif. Pendapatan Bisnis Digital meningkat 23,1% dari tahun sebelumnya yang

didorong oleh peningkatan pendapatan Data sebesar 22,3% YoY dan kenaikan pendapatan Layanan Digital sebesar 29,0% YoY.

Pendapatan pascabayar meningkat sebesar 2,7% YoY menjadi Rp8.229 miliar sementara pendapatan prabayar meningkat sebesar 3,0% YoY menjadi Rp77.574 miliar, dikarenakan pergeseran perilaku pelanggan yang cenderung memilih untuk melakukan *top-up* pulsa dibandingkan membeli paket perdana baru setelah terbitnya program registrasi kartu SIM. Dengan demikian, pelanggan aktif menjadi lebih produktif.

Sementara pendapatan Interkoneksi dan Roaming Internasional turun sebesar 22,2% YoY menjadi Rp3.689 miliar, terutama karena penurunan lalu lintas Voice dan SMS dari operator lokal lainnya sebagai dampak dari layanan substitusi oleh aplikasi OTT.

Dalam miliar (Rp)	2019	2018	PERTUMBUHAN
<b>Pendapatan berdasarkan Produk</b>			
Pascabayar	<b>8.229</b>	8.009	2,7%
Prabayar	<b>77.574</b>	75.306	3,0%
Interkoneksi & Roaming Internasional	<b>3.689</b>	4.740	-22,2%
Lain-lain	<b>1.597</b>	1.191	34,0%
Total	<b>91.088</b>	89.246	2,1%

### VOICE DAN SMS

Sejalan dengan transisi alami dari Legacy ke Data serta dampak dari kanibalisasi layanan OTT, bisnis Legacy Telkomsel melambat pada 2019, yang sudah diantisipasi sebelumnya. Pendapatan Voice menurun sebanyak 18,5% YoY menjadi Rp26.790 miliar dan lalu lintas Voice menurun sebanyak 13,7% YoY, sementara pendapatan SMS turun sebanyak 39,8% YoY menjadi Rp 3.973 miliar dan lalu lintas SMS menurun sebesar 30,1% YoY. Tren penurunan dalam bisnis Legacy ditanggapi melalui penawaran yang memiliki nilai lebih serta paket *Combo* (Voice & Data) yang menarik dengan pendekatan yang dipersonalisasi sesuai kebutuhan masing-masing pelanggan.

### BISNIS DIGITAL

Bisnis Digital sebagai mesin pertumbuhan dengan menjaga posisi sebagai penyedia infrastuktur jaringan 3G dan 4G yang terdepan. Segmen ini mencatat kinerja yang baik dengan pertumbuhan pendapatan sebesar 23,1% YoY menjadi Rp58.237 miliar, sehingga kontribusi terhadap total pendapatan

meningkat secara substansial dari tahun sebelumnya sebesar 53,0% menjadi 63,9%. Pendapatan bisnis Legacy semakin menurun namun lalu lintas Data yang kuat mendorong pendapatan Data & Layanan Digital agar tumbuh terus, sehingga Telkomsel mampu mengembangkan Bisnis Digital-nya dan mengatasi penurunan layanan Legacy yang terjadi secara alami dengan menciptakan peluang pertumbuhan yang lebih baik untuk pendapatan seluler secara keseluruhan. Dengan demikian Telkomsel mampu menggiring industri menuju dinamika persaingan yang lebih rasional dan harga yang lebih sehat.

Pendapatan Data tumbuh sebesar 22,3% YoY menjadi Rp50.550 miliar dengan pengguna Data sebanyak 110,3 juta. Bertambahnya pengguna Data didukung oleh penetrasi smartphone yang meningkat dari tahun sebelumnya sebesar 65,7% menjadi 69,7%, serta payload Data yang tumbuh sehat sebesar 53,6% YoY menjadi 6.715.227 TB. Layanan Digital juga mencatat pertumbuhan yang kuat sebesar 29,0% YoY menjadi Rp7.687 miliar, sebagai pendorong utama dalam transformasi Telkomsel sebagai Perusahaan Telco menjadi Perusahaan Digital Telco yang terdepan.

Sejumlah investasi dan inisiatif penting telah ditetapkan untuk mempercepat pertumbuhan Layanan Digital, sejalan dengan misi Telkomsel untuk melayani preferensi digital pelanggan dan membangun

Indonesia Digital. Karena itu Telkomsel terus mendorong pertumbuhan layanan dan inovasi Digital melalui produk dan layanan utama yang mencakup *Digital Lifestyle, Mobile Financial Services, Digital Advertising, Digital Mobile Banking* dan *Internet of Things (IoT)*.

Dalam miliar (Rp)	2019	2018	PERTUMBUHAN
<b>Pendapatan berdasarkan Layanan</b>			
Voice	<b>26.790</b>	32.858	-18,5%
SMS	<b>3.973</b>	6.599	-39,8%
Diskon Penjualan & Pendapatan Lainnya	<b>(2.001)</b>	(2.672)	-25,1%
IC & IR	<b>3.689</b>	4.740	-22,2%
Lain-lain	<b>401</b>	422	-5,0%
Data	<b>50.550</b>	41.339	22,3%
Layanan Digital	<b>7.687</b>	5.960	29,0%
Total	<b>91.088</b>	89.246	2,1%

#### BEBAN USAHA

Dalam miliar (Rp)	2019	2018	PERTUMBUHAN
<b>Beban Usaha</b>			
Operasi & Pemeliharaan	<b>25.938</b>	25.059	3,5%
Depresiasi & Amortisasi	<b>14.227</b>	13.480	5,5%
Biaya Layanan	<b>4.325</b>	4.063	6,4%
Interkoneksi & Roaming Internasional	<b>2.439</b>	3.191	-23,6%
Karyawan	<b>4.846</b>	4.074	19,0%
Umum & Administrasi	<b>1.860</b>	2.072	-10,2%
Pemasaran	<b>2.462</b>	3.347	-26,4%
Lain-lain – bersih	<b>37</b>	(579)	106,4%
Total	<b>56.134</b>	54.707	2,6%

Pada tahun buku 2019, total beban usaha termasuk depresiasi dan amortisasi meningkat sebesar 2,6% YoY menjadi Rp56.134 miliar yang sebagian besar didorong oleh beban Operasi & Pemeliharaan sejalan dengan inisiatif-inisiatif

yang dilakukan untuk membangun tambahan infrastruktur BTS dalam rangka menguatkan layanan 4G LTE serta mengoptimisasi kualitas layanan Data. Jumlah BTS meningkat sebesar 12,2% YoY. Sementara beban usaha lainnya dapat dikelola dengan efektif sebagaimana tercermin dari penurunan beban Umum & Administrasi serta beban Pemasaran.

#### EBITDA DAN LABA BERSIH

EBTIDA dan Laba Bersih masing-masing meningkat sebesar 3,7% YoY menjadi Rp49.218 miliar dan 1,0% YoY menjadi Rp25.799 miliar, sementara Margin EBITDA sedikit meningkat sebesar 0,9ppt menjadi 54,0% dan Margin Laba Bersih sedikit menurun sebesar -0,3ppt menjadi 28,3%.

#### NERACA KEUANGAN

Dalam miliar (Rp)	2019	2018	PERTUMBUHAN
<b>Laporan Posisi Keuangan</b>			
Aset Lancar	<b>18.657</b>	16.836	10,8%
Aset Tidak Lancar	<b>64.073</b>	65.814	-2,6%
Total Aset	<b>82.730</b>	82.650	0,1%
Liabilitas Lancar	<b>20.892</b>	20.737	0,7%
Liabilitas Tidak Lancar	<b>12.629</b>	10.767	17,3%
Ekuitas	<b>49.209</b>	51.147	-3,8%
Total Liabilitas & Ekuitas Pemegang Saham	<b>82.730</b>	82.650	0,1%

Pada tanggal 31 Desember 2019, Total Aset sedikit meningkat sebesar 0,1% menjadi Rp82.730 miliar, Total Liabilitas meningkat sebesar 6,4% menjadi Rp33.521 miliar dan Total Ekuitas menurun sebesar 3,8% menjadi Rp49.209 miliar.

- Aset Lancar meningkat 10,8% menjadi Rp18.657 miliar, yang terutama dikarenakan peningkatan kas dan setara kas.
- Aset Tidak Lancar turun 2,6% menjadi Rp64.073 miliar, yang terutama disebabkan oleh penurunan aset tetap.

PER 31  
DESEMBER  
2019, TOTAL  
ASET SEDIKIT  
**MENINGKAT**  
**SEBESAR 0,1%**  
**MENJADI**  
**RP82.730 MILIAR,**  
TOTAL LIABILITAS  
**MENINGKAT**  
**SEBESAR 6,4%**  
**MENJADI**  
**RP33.521**  
**MILIAR DAN**  
TOTAL EKUITAS  
MENURUN  
SEBESAR 3,8%  
**MENJADI**  
**RP49.209 MILIAR.**

**ARUS KAS  
BERSIH YANG  
DIGUNAKAN  
UNTUK  
KEGIATAN  
PENDANAAN  
(TIDAK  
TERMASUK  
DIVIDEN)  
MENURUN  
MENJADI  
RP439 MILIAR  
DIKARENAKAN  
PERUSAHAAN  
**TELAH  
MELUNASI  
PINJAMANNYA.****

- Liabilitas Lancar meningkat sebesar 0,7% menjadi Rp20.892 miliar, yang terutama dikarenakan kenaikan kewajiban pajak dan pendapatan di muka.
- Liabilitas Tidak Lancar meningkat sebesar 17,3% menjadi Rp12.629 miliar, yang terutama disebabkan oleh peningkatan pinjaman jangka menengah.
- Total Ekuitas turun 3,8% menjadi Rp49.209 miliar, yang terutama dikarenakan penurunan laba ditahan karena perusahaan membagikan dividen pada periode berjalan.

**ARUS KAS**

Dalam miliar (Rp)	2019	2018	PERTUMBUHAN
<b>Arus Kas</b>			
Arus Kas dari Kegiatan Operasi	<b>41.478</b>	36.910	12,4%
Arus Kas untuk Kegiatan Investasi	<b>(13.448)</b>	(16.095)	-16,4%
Arus Kas dari Kegiatan Pendanaan	<b>439</b>	2.998	-85,4%
Pembayaran Dividen	<b>(26.382)</b>	(27.865)	-5,3%
Peningkatan/(Penurunan) Bersih Kas dan Setara Kas	<b>2.087</b>	(4.051)	151,5%
Kas dan Setara Kas pada Awal Tahun	<b>6.497</b>	10.548	-38,4%
Kas dan Setara Kas pada Akhir Tahun	<b>8.583</b>	6.497	32,1%

Arus kas bersih dari kegiatan operasi pada bulan Desember 2019 meningkat sebesar 12,4% YoY menjadi Rp41.478 miliar yang sebagian besar dikarenakan oleh penerimaan kas yang lebih tinggi dari kegiatan operasional. Arus kas yang dipergunakan untuk kegiatan investasi menurun sebesar 16,4% menjadi

Rp13.448 miliar, yang terutama dikarenakan pembayaran investasi infrastruktur lebih rendah sejalan dengan inisiatif untuk efisiensi belanja modal. Arus kas bersih yang digunakan untuk kegiatan pendanaan (tidak termasuk dividen) menurun menjadi Rp439 miliar dikarenakan perusahaan telah melunasi pinjamannya.

#### **PROFIL UTANG**

Per tanggal 31 Desember 2019, total utang Telkomsel sebesar Rp6.000 miliar dari fasilitas kredit terstruktur/berulang (*revolving*), yang sekitar 50% akan jatuh tempo pada tahun 2021 dan sisanya 50% pada tahun 2023. Per tanggal 31 Desember 2019, Rasio Utang terhadap Ekuitas (DER) Telkomsel sebesar 18,5%.

<b>Uraian</b>	MATA UANG LOKAL (Rp miliar)	JUMLAH EQUIVALENT (Rp miliar)
% dari total pinjaman	100%	100%
<b>Pinjaman berdasarkan jatuh tempo</b>		
2021	3.000,0	3.000,0
2023	3.000,0	3.000,0
Total	6.000,0	6.000,0

Telkomsel senantiasa mempertahankan beberapa perjanjian atau kondisi keuangan terkait utang/pinjaman perseroan. Per tanggal 31 Desember 2019, perjanjian atau kondisi Telkomsel sebagai berikut:

<b>Kondisi Yang Dipertahankan</b>	DISYARATKAN	AKTUAL
<i>EBITDA to Debt Service</i>	$\geq 1,25$	5,29
<i>Debt to Tangible Net Worth</i>	$\leq 2,00$	0,14

**TELKOMSEL  
MEMILIKI  
KUALITAS  
KREDIT YANG  
SANGAT  
BAIK DAN  
MERUPAKAN  
SALAH SATU  
PERUSAHAAN  
DENGAN  
PERINGKAT  
KREDIT  
TERTINGGI DI  
INDONESIA.**

## PERINGKAT KREDIT

Telkomsel memiliki kualitas kredit yang sangat baik dan merupakan salah satu perusahaan dengan peringkat kredit tertinggi di Indonesia. Peringkat Telkomsel yang terakhir diterbitkan oleh Fitch Ratings Indonesia adalah sebagai berikut:

	PERINGKAT	PROYEKSI	TANGGAL PENERBITAN
Fitch Ratings Indonesia	AAA (National Long-Term)	Stabil	3 Desember 2019

## RASIO KEUANGAN

Profil keuangan Telkomsel yang kuat tercermin dalam beberapa rasio keuangan utama sebagai berikut:

	2019	2018	YoY
<b>Solvabilitas</b>			
Rasio Utang* terhadap Ekuitas (%)	<b>18,5</b>	16,9	1,6ppt
Rasio Utang* terhadap EBITDA (kali)	<b>0,21</b>	0,25	-14,6%

\*) Utang termasuk *Obligations under finance lease – net of current maturities*.

	2019	2018	YoY
<b>Profitabilitas</b>			
Tingkat Pengembalian Aset	<b>31,2%</b>	30,3%	0,9ppt
Tingkat Pengembalian Ekuitas	<b>51,4%</b>	48,5%	2,9ppt

# PERTANGGUNGJAWABAN LAPORAN TAHUNAN 2019

Anggota Dewan Komisaris maupun Direksi PT Telekomunikasi Selular yang bertanda tangan di bawah ini bertanggung jawab atas Laporan Tahunan termasuk laporan keuangan konsolidasi serta informasi keuangan terkait untuk tahun buku yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2019.

Jakarta, Mei 2020

## DEWAN KOMISARIS

**Ririek Adriansyah**  
Komisaris Utama

**Harry M. Zen**  
Komisaris

**Nanang Pamuji M.**  
Komisaris

**Yose Rizal**  
Komisaris

**Paul Dominic O'Sullivan**  
Komisaris

**Yuen Kuan Moon**  
Komisaris

**Alex J. Sinaga**  
Komisaris Utama  
(menjabat sampai dengan  
bulan Mei 2019)

## DIREKSI

**Setyanto Hantoro**

Direktur Utama

**Ririn Widaryani**

Direktur Sales

**Heri Supriadi**

Direktur Keuangan

**FM Venusiana R**

Direktur Network

**Rachel Goh**

Direktur Marketing

**Bharat Alva**

Direktur Teknologi  
Informasi

**Edward Ying Siew Heng**

Direktur Perencanaan dan  
Transformasi

**Irfan A. Tachrir**

Direktur Human  
Capital Management

**Emma Sri Martini**

Direktur Utama  
(menjabat sampai dengan  
bulan Januari 2020)

**Sukardi Silalahi**

Direktur Sales  
(menjabat sampai dengan  
bulan Mei 2019)

**Bob Apriawan**

Direktur Network  
(menjabat sampai dengan  
bulan Mei 2019)

**Iskriono Windiarjanto**

Direktur Network  
(menjabat sampai dengan  
bulan Januari 2020)

**Alistair Johnston**

Direktur Marketing  
(menjabat sampai dengan  
bulan Juni 2019)

**Montgomery Hong**

Direktur Teknologi Informasi  
(menjabat sampai dengan  
bulan Mei 2019)



# DAFTAR SINGKATAN

---

<b>3G</b>	3 <sup>rd</sup> Generation of wireless mobile telecommunications technology	<b>ICT</b>	Information and Communication Technology
<b>4G</b>	4 <sup>th</sup> Generation of broadband cellular network technology	<b>IoT</b>	Internet of Things
<b>APEC</b>	Asia Pacific Economic Cooperation	<b>IT</b>	Information Technology
<b>API</b>	Application Programming Interface	<b>LBA</b>	Location Based Advertising
<b>ARPU</b>	Average Revenue Per User	<b>LTE</b>	Long Term Evolution
<b>ATM</b>	Automated Teller Machine	<b>M2M</b>	Machine to Machine
<b>BTS</b>	Base Transceiver Station	<b>MHz</b>	Megahertz
<b>CAPEX</b>	Capital Expenditure	<b>MFS</b>	Mobile Financial Services
<b>CBTA</b>	Conditional Business Transfer Agreement	<b>MMS</b>	Multimedia Messaging Service
<b>CFMP</b>	Capital Expenditure, Financing, and Management Process	<b>MoU</b>	Minute of Usage
<b>COMBAT</b>	Compact Mobile Base Station	<b>OTT</b>	Over The Top
<b>CSR</b>	Corporate Social Responsibility	<b>SIM</b>	Subscriber Identity Module
<b>CTP</b>	Customer Touch Points	<b>SME</b>	Small Medium Enterprise
<b>DNA</b>	Device, Network, Applications	<b>SMS</b>	Short Messaging Service
<b>EBITDA</b>	Earning Before Interest, Tax, Depreciation, and Amortization	<b>SOA</b>	Sarbanes–Oxley Act
<b>Fintech</b>	Financial Technology	<b>TAU</b>	Telkomsel Android United
<b>GB</b>	Gigabyte	<b>TERRA</b>	Telkomsel Emergency Response and Recovery Activity
<b>GCG</b>	Good Corporate Governance	<b>USO</b>	Universal Service Obligation
<b>GHz</b>	Gigahertz	<b>USSD</b>	Unstructured Supplementary Service Data
<b>GPRS</b>	General Packet Radio Service	<b>VAS</b>	Value Added Service
<b>GSM</b>	Global System for Mobile communication	<b>WAP</b>	Wireless Application Protocol
<b>HCM</b>	Human Capital Management		
<b>HSDPA</b>	High Speed Downlink Packet Access		

# DAFTAR

## GraPARI

Regional	Nama	Alamat
<b>SUMATERA UTARA</b>	GraPARI BALIGE	Jl. SM. Raja No. 70C, Balige
	GraPARI BANDA ACEH	Jl. Tgk. H. M. Daud Beureueh No. 23 Banda Aceh
	GraPARI BINJAI	Jl. Soekarno Hatta No. 14 Binjai, Binjai Super Mall Upper Ground Ground, 01-03. Binjai
	GraPARI BIREUN	Jln. Sultan Iskandar Muda no 17 Desa Bireuen Meunasah Blang,Kec Kota Juang Kab Bireuen 24211
	GraPARI CENTER POINT (MALL.)	Mall Center Point, Sektor 17, lt 1 Jl Jawa no 8 Medan
	GraPARI GUNUNG SITOLI	Jl. Muhamad Hatta No.2 Kel Pasar Gunungsitoli, Kec. Gunung Sitoli, Kab Nias-22813
	GraPARI KABANJAHE	Jl. Veteran No. 76 Kabanjahe
	GraPARI KAMPUNG LALANG	Jl. Gatot Subroto Km. 7.8 Blok A No. 9 Comp. Makro Medan Sunggal
	GraPARI KISARAN	Jl. HOS. Cokroaminoto No 30,32 Kel.Kisaran Kota Lk. IV Kec. Kisaran Barat
	GraPARI KOTA PINANG	Jl. Bukit Kotapinang Kel. Kotapinang Kec. Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan
	GraPARI KRAKATAU	Jl. Gunung Krakatau No.191 A Medan
	GraPARI KUALANAMU	Terminal Kedatangan lt. 1, Bandar Udara Kualanamu Medan
	GraPARI LANGSA	Jl. Ahmad Yani No.4 Langsa
	GraPARI LHOKSEUMAWI	Jl. Tgk. Chik Ditiro Desa Lancang Garam Kec. Banda Sakti No. 1
	GraPARI LUBUK PAKAM	Jl. Dr. Sutomo No. 7 Lubuk Pakam, Deli Serdang
	GraPARI MEDAN FAIR PLAZA (MALL.)	Jl. Gatot Subroto Plaza Medan Fair Lt 1 No 52-53 Medan
	GraPARI MEDAN KARYAJASA	Jl.Tritura , Ruko Titi Kuning Mas B-3, Medan
	GraPARI MEDAN SUTOMO	Jl. Sutomo Ujung No. 7/9, Kel. Gaharu, Kec. Medan Timur - Medan 20235
	GraPARI MEULABOH	Jl. Nasional Ujung Baroh, Kec.Johan Pahlawan, Meulaboh, Aceh Barat
	GraPARI PADANG SIDEMPUAN	Jl. SM Raja No. 212 ABC, Kel. Sitamiang Baru, Kec. Padang Sidempuan Selatan
	GraPARI PANYABUNGAN	Jl.Willem Iskandar No. 117 , Panyabungan Kota, Kab. Mandailing Natal, Sumatera Utara 22913
	GraPARI PLAZA MILLENIUM (MALL.)	Jl. Kapten Muslim NO 111 Plaza Millenium Lt Dasar No 4-5 Medan
	GraPARI RANTAU PRAPAT	Jl. Ahmad Yani No.31 Rantau Prapat
	GraPARI RING ROAD CITY WALKS MEDAN (MALL.)	Level 2, No. 02 Jl. Gagak Hitam No. 28 Medan – 20122
	GraPARI SABANG	JL . OENTOENG SUROPATI KEL. KOTA ATAS KEC. SUKAKARYA SABANG 23512
	GraPARI SETUI	Jl.Teuku Umar NO.232, Kelurahan Setui, Kec. Baiturahman, Banda Aceh 23243
	GraPARI SIBOLGA	Jl. Zainul Arifin No.33, Sibolga

Regional	Nama	Alamat
<b>SUMATERA TENGAH</b>	GraPARI SIGLI	Jl. Iskandar Muda No.32 Blok Bengkel Kec Kota Sigli Kab Pidie-Sigli Aceh. Telp / Fax : 0653 201010
	GraPARI STABAT	Jl. Jend. Sudirman No. 14 A, Kelurahan Perdamaian, Stabat
	GraPARI TAKENGON	Jl. Lebee Kadir No.243, Takengon, Blang Kolak, Bebesan, Aceh Tengah
	GraPARI TANJUNG BALAI ASAHAH	Jl.Teuku Umar No.120 Tanjung Balai 21312
	GraPARI TANJUNG MORAWA	Jl. Medan Km.17.5, Komp. Suzuya Plaza Blok A6, Tanjung Morawa, Deli Serdang.
	GraPARI TARUTUNG	Jl. Mayjend DI Panjaitan No. 143, Kec. Tarutung Kab. Tapanuli utara-22412
	GraPARI TEBING TINGGI	Jl. Jend. Sudirman No. 405F Tebing Tinggi
	GraPARI TELKOM GROUP PEMATANG Siantar	Jl. W. R. Supratman No.11, Proklamasi, Siantar Bar., Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21146
	GraPARI TELKOM GROUP PUTRI HIJAU MEDAN	Graha Merah Putih Lt. 1 Jl. Putri Hijau No.1 Medan, 20111
	GraPARI WAHIDIN	Jl. Dr. Wahidin No. 46 / 4-AA Medan 20211
	GraPARI BAGAN BATU	Jl. Jendral Sudirman No.745, Bagan Batu, Kec.Bagan Sinembah, Kab. Rokan Hilir 28992
	GraPARI BANGKINANG	Jl. Di. Panjaitan No 88 c Depan plasa telkom bangkinang, Kab-Kampar-28411
	GraPARI BATAM CENTER	Jl. Engku Putri Batam Centre Batam
	GraPARI BATAM PENUI	Jl. Pembangunan Nusa Indah Komplek Penuin Regency No 3-4 Batu Selincin Lubuk Baja Batam
	GraPARI BATU SANGKAR	Jln ahmad yani pincuran 7 kecamatan lima kaum batusangkar, 27211 kab tanah datar sumatera barat
	GraPARI BENGKALIS	Jl. A Yani Depan Kantor Bupati, Bengkalis 28712
	GraPARI BOTANIA	Komp. Pertokoan Botania Garden Blok B12 No. 2B Batam
	GraPARI BUKIT TINGGI	JL ahmad Karim No 8c, Kel. Benteng Pasar Atas, Kec. Guguk Panjang, Bukittinggi 26100
	GraPARI DABO SINGKEP	Jl.kartini no.17A, Kec.singkep kab.lingga, Dabo singkep 29871
	GraPARI DUMAI	Jl. Jendral Sudirman No.153 Riau
	GraPARI DURI	Jl. Hangtuah No. 10 RT 02 RW 10 kel. Duri Barat Kec. Mandau Duri Riau 28884. Tlp 0765-594168
	GraPARI LUBUK ALUNG	JL.Raya Padang Bukittinggi Pasar Lubuk Alung Padang Pariaman Sumatera Barat 25581.
	GraPARI NAGOYA HILL (MALL.)	Ruko Nagoya Hill Mall Blok O No. 12B-15, Kec. Lubuk Baja, Nagoya Batam, Kep. Riau 29432
	GraPARI NATUNA	Jl. datok kaya wan mohd. benteng no.116, kec. bunguran timur, kota ranai, kab natuna
	GraPARI PADANG	Jl. Khatib Sulaiman No. 51 Padang
	GraPARI PANBILL (MALL.)	Lt. Dasar KD 2.Panbil Mall muka kuning, batam 29433
	GraPARI PANGKALAN KERINCI	Jl. Lintas Timur no 11 samping BPJS kesehatan pasar baru pangkalan kerinci kab. Pelalawan Prov Riau 28300
	GraPARI PASAMAN	Jl. Jend. Soedirman Simpang Empat selatan Kec. Pasaman Kab. Pasaman Barat Sumatera Barat-26566

Regional	Nama	Alamat
<b>SUMATERA SELATAN</b>	GraPARI PAYAKUMBUH	Jl soekarno Hatta no 37-39 kelurahan padang tangah kecamatan payakumbuh barat Sumatera Barat
	GraPARI PEKANBARU	Jl. Jend Sudirman No 199 Pekanbaru
	GraPARI PEKANBARU PANAM	Jl. Hr Subrantas km 12,5 (samping riau pos) Panam
	GraPARI PERAWANG	Jl. Raya Perawang No. 79 KM. 6 kel. Perawang kec. Tualang kab. Siak-Riau 28772
	GraPARI SELAT PANJANG	Jln. Diponegoro No. 107 C, Kab. Kepulauan Meranti, Selatpanjang - 28753, Riau
	GraPARI SIMPANG ARU	JL.Veteran no 69 BC sumbar 25114
	GraPARI SKA PEKANBARU (MALL.)	Mall SKA Pekanbaru Lt.2 No.23-26, Jalan Soekarno Hatta, Pekanbaru, Riau 28292
	GraPARI SOLOK	Jl. Cindur Mato No. 06 Kel. PPA Kec. Tj Harapan, Kota Solok-2732
	GraPARI SUNGAI RUMBIAI	Jl. Lintas Sumatera (depan lapangan sepak bola Sungai Rumbai), Kec. Sungai Rumbai, Kab. Dharmasraya
	GraPARI TANJUNG BALAI KARIMUN	Komplek Karimun Centre Jl. A Yani no. 9-10 Kolong Tg Balai Karimun
	GraPARI TANJUNG PINANG	Jl. Basuki Rachmat No. 9 Tanjung Pinang
	GraPARI TANJUNG UBAN	Jl. Permaisuri No 2 Tanjung Uban (depan wisma pesona) Kab. Bintan-29152
	GraPARI TELUK KUANTAN	Jl. Merdeka no. 18c rt/rw 01/01 kel.pasar taluk,kec. Kuantan tengah,kab.kuantan singgingi.
	GraPARI TEMBILAHAN	Jl M Boya RT 004 RW 001 Tembilahan
	GraPARI BAGAN SIAPIAPI	JL. Pahlawan no. 74 Bagansiapiapi Rokan Hilir Telp/fax 0767 23443
	GraPARI RENGAT	Jl. Narasinga No. 04 Kambesko (Depan Kantor Pos), Rengat , Inhu-Riau-29300 Tlp. 0769-323380
	GraPARI TANJUNG BATU	Jl. Jend. Sudirman No. 216 RT 02/03 , Tanjung Batu Kota, Tanjung Batu Kundur 29662, Kepri-Indonesia
<b>SUMATERA BARAT</b>	GraPARI ALANG ALANG LEBAR	Jl. Raya Palembang-Betung KM 15 No. 10, Kel. Sukajadi, Kec. Talang Kelapa Banyuasin 30716 Alang-alang Lebar
	GraPARI BANDAR JAYA	Jl. Proklamator raya no. 71 c Bandar jaya terbanggi besar lampung tengah 34162
	GraPARI BATU RAJA	Jl. Ahmad Yani No. 84, kemalaraja Atas-Pasar Baru, Baturaja
	GraPARI BELITANG	Jl. Jendral Sudirman Komp. Ruko Belitang Mas Gumawang BK. 10 OKU Timur Sumsel 32382
	GraPARI BELITUNG	Jl Jend Sudirman No 28 D-E Pangkal Lalang, Tanjung Pandan
	GraPARI BENGKULU	Jl. Kapten Tendeand No.86 Km.6,5 Bengkulu
	GraPARI BETUNG	Jl. Palembang-Betung No.76 RT.003/001 LK.I Kel.Betung Kec.Betung Banyuasin 30758
	GraPARI CURUP	Jl. M.Hasan no.61 (samping pasar bang mego) Kel.Pasar Tengah. Curup-Bengkulu

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI INDRALAYA	Jl. Lintas Timur Palembang-Kayuagung Km. 36 Komplek Ruko TPI Blok B1, Indralaya Ogan Ilir Sumsel
	GraPARI JAMBI	Jl.HM Yusuf Singadekane No.09 Telanaipura, Jambi.
	GraPARI KALIANDA	Jl. Kusuma Bangsa no.88B Kalianda Lampung Selatan 35513
	GraPARI KAYU AGUNG	Jl. Letnan Muchtar Saleh Blok A No. 2 Ogan Komering Ilir, Sumsel
	GraPARI KEDATON	Jl. Teuku Umar no.43c Kedaton Bandar Lampung 35147
	GraPARI KOTABUMI	Jl. Jend. Sudirman No.414, Kotabumi, Kel. Tg Aman, Kec. Kotabumi Selatan, Kab. Lampung Utara
	GraPARI KUALA TUNGKAL	Jl. Ki Hajar Dewantara no. 30B Kuala Tungkal
	GraPARI LAHAT	Jl. Kolonel Burlan No.182 Talang Kapuk Kelurahan Pasar Lama Lahat Sumsel 31413
	GraPARI LAMPUNG	Jl. Pangeran Antasari. Komp. Villa Citra Blok RE I-III Lantai 2
	GraPARI LUBUK LINGGAU	Jl. Yos Sudarso No. 13 A, RT. 04, Kelurahan Taba Jemekeh, Kecamatan Lubuk Linggau Timur
	GraPARI MANNA	Jl. Letnan Tukiran No. 46 RT/RW : 002/000 Kel. Pasar Baru, Kec. Kota Manna Bengkulu Selatan 38513
	GraPARI MDP PALEMBANG (MALL.)	Gedung MDP Lt.2, Jl. Jend. Sudirman KM 4(simpang POLDA ), Palembang 30128
	GraPARI MERANGIN	Jl. Jend. Sudirman Lintas Sumatera KM 3 Kec. Nalotantan Kel. Sungai Ulak, Merangin-Jambi 37300
	GraPARI METRO LAMPUNG	Jl. Jendral Sudirman No. 282 Metro Lampung
	GraPARI MUARA BUNGO	Jl. Jendral Sudirman No 76 Kelurahan Pasir Putih, Muara Bungo
	GraPARI MUARA ENIM	Jl. Jendral Sudirman Talang Jawa Atas Kel.Pasar III Kab.Muara Enim 31315 (Samping Bank BRI)
	GraPARI NATAR	Jl. Raya Natar No 78E, Desa Merak Batin, Kec. Natar, Kota Lampung Selatan, Provinsi Lampung, Kode Pos 35362
	GraPARI PALEMBANG ICON (MALL.)	Jl.POM IX, Palembang icon Rt.30,RW.09 Lorok Pakjo Ilir Barat I, Palembang 30137
	GraPARI PALEMBANG KENTEN	Jl. MP.Mangunegara No.2 RT.40 RW.017 Perumnas Sako Kenten, Kel.8 Ilir Kec.Ilir Timur II Palembang 30163
	GraPARI PALEMBANG SQUARE (MALL.)	Komp. Ruko Palembang Square Blok R 95 Jl. POM IX Palembang
	GraPARI PRABUMULIH	Jl. Jend. Sudirman No.2 (samping Jati Jepara) Kel.Muara Dua Kec.Prabumulih Timur
	GraPARI PRINGSEWU	Jl. Ahmad Yani No 188AB Pringsewu 35373
	GraPARI RADEN INTAN	Jl. Raden Intan no.57A Kel.Enggal Kec.Enggal Bandar Lampung
	GraPARI RIMBO BUJANG	Jl. Pahlawan Unit 2 (depan Polsek) Kel.Wiroto Agung Kec.Rimbo Bujang Kab.Tebo. Jambi 37553
	GraPARI SAROLANGUN	Jl. Lintas Sumatera KM.1, Kel. Augading, Simpang Raya RT.08 No. 2, Kab. Sarolangun, Jambi

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI SEBRANG ULU	Jl. Ahmad Yani No.30 RT.20 RW.01 Kel.13 Ulu Kec.Seberang Ulu II. Palembang 30263
	GraPARI SEKAYU	Jl. Kol Wahid Udin No.559D Ruko Sejahtera Kec.Sekayu Kab.Musi Banyuasin 30711
	GraPARI SRIBAWONO	Jl. Jend Sudirman no.16A Kel.Srimenanti Kec.Bandar Sribawono Lampung Timur 34199
	GraPARI SUNGAI LIAT	Jl. Jend. Sudirman, Ruko Permata Indah Blok C No.1, kel. Sungai Liat, kec. Sungai Liat, Kab. Bangka 33211
	GraPARI SUNGAI PENUH	Jl. Jendral Sudirman No.88A Amar Sakti Kel.Pondok Tinggi Kota Sungai Penuh 37114
	GraPARI TELKOM GROUP	Jl. Jalan Rustam Effendi no 3. Pangkal Pinang, Bangka
	PANGKAL PINANG	
	GraPARI TELKOM GROUP	20 Ilir D. III, Ilir Timur I, Palembang City, South Sumatra
	SUDIRMAN PALEMBANG	
	GraPARI TELUK BETUNG	Jl. Laksamana Malahayati No.103 Kel.Kangkung Kec.Teluk Betung Selatan Bandar Lampung 35224
	GraPARI TULANG BAWANG	Jl. Lintas Timur Unit 2 Kp. DWT Jaya Kec.Banjar Agung Kab.Tulang Bawang Prov.Lampung 34595
	GraPARI WTC JAMBI (MALL.)	WTC Batanghari Jambi, Jl. Sultan Thaha No.17, Ps. Jambi, Kota Jambi, Jambi 36123
<b>JABOTABEK BAGIAN BARAT</b>	GRAPARI BALARAJA	Jl. Raya Serang KM.24 No 88 Balaraja (depan PT. Darma Polimental) 100 M dari Pintu Tol Balaraja Barat (021) 29015521
	GraPARI BINTARO EXCHANGE (MALL.)	Mall Bintaro Jaya Xchange,CBD Bintaro Jaya Sektor VII Lantai G No.121 Tangerang Selatan 15227
	GraPARI CIKUPA	Ruko Belgie Blok B. 05B, No. 1, Citra Raya Square II Perumahan Citra Raya Cikupa, Jl. Raya Serang KM 14.7 Tangerang
	GraPARI CILEGON	Graha Sucofindo Lt.1, Jl. Jendral A. Yani No.106 Cilegon 42426
	GraPARI CIPUTAT	Jl. Dewi Sartika No. 71 D, Ciputat - Tangerang Selatan
	GraPARI LABUAN	Jl. Perintis Kemerdekaan No.24 C-D Desa Teluk Kec.Labuan Kab.Pandeglang 42264
	GraPARI PANDEGLANG	Jl.Lapangan Sukarela No.2E. Kadu Pandak Pandeglang 42213
	GraPARI RANGKASBITUNG	Ruko Rabinza Jl.Rt. Hardiwinangun Blok A.No.15 Kel.MC Timur Kec.Rangkasbitung
	GraPARI SERANG (MALL.)	Mall of Serang (MOS) lt. 1 Jl. Lingkar Kemang, Kotabaru Panancangan, Cipocok Jaya Serang 42112 - Banten
	GraPARI SUMMARECON SERPONG (MALL.)	Mall Summarecon Serpong 2 lt. Unit 2 F-239 Tangerang Banten
	GraPARI SUPERMALL KARAWACI (MALL.)	Supermall Karawaci e-Center, Lt. LG Blok A5/4-A5/7 Jl. Boulevard Diponegoro, Tangerang

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI TANGERANG CITY (MALL.)	Mall Tangerang City Lt.LG Blok C.61 Jl. Jend Sudirman Tangerang Selatan
	GraPARI TELKOM GROUP BSD	Graha Telekomunikasi Lt.Dasar Jl Raya Serpong Sektor IV BSD Tangerang 15322
	GraPARI TERMINAL 3 BANDARA SOETA	Bandara Soekarno-Hatta Terminal 3, Gate Kedatangan 5 Lt. GF 19120 Jl. Pajang, Kecamatan Tangerang Kota - Tangerang
<b>JAKARTA PUSAT</b>	GraPARI AMBASSADOR (MALL.)	Mall Ambassador Lt. 3 No.1 , Jl. Prof.Dr. Satrio, Jakarta Selatan
	GraPARI BASSURA CITY (MALL.)	Lantai 1, Jl Basuki Rahmat No.1A Rt.008 Rw.010 Jatinegara, Cipinang Besar Jakarta Timur, DKI Jakarta
	GraPARI CEMPAKA MAS (MALL.)	Mall ITC Cempaka Mas Lt. LG Unit 220B, Jl. Letjen Soeprapto, Sumur Batu, Kemayoran, Jakarta Pusat
	GraPARI CENGKARENG	Ruko Mutiara Palem Blok A 2 No.11 Cengkareng
	GraPARI CENTRAL PARK (MALL.)	Mall Central Park Lt. 3 Lot 116-118, Jl. Letjen S. Parman, Jakarta Barat, Jakarta 11480
	GraPARI CIJANTUNG (MALL.)	Mall Cijantung Lantai 1 No.1-4, Cijantung, Jakarta Timur
	GraPARI EMPORIUM PLUIT (MALL.)	Emporium Pluit Mall, Jl. Pluit Selatan Raya Lt. 2, Jakarta Utara
	GraPARI GANDARIA CITY (MALL.)	Gandaria City Mall, Jl. KH.Syafii'l Hazami No.8, Jakarta Selatan
	GraPARI KEBON JERUK	Jl. Kebun Jeruk No. 24
	GraPARI KELAPA GADING 3 (MALL.)	Mall Kelapa Gading 3, Lt. 2 Jl. Boulevard Kelapa Gading blok M RT 13/ RW 18, Kelapa Gading Timur, JKT 14240
	GraPARI KOTA KASABLANKA (MALL.)	Jl. Casablanca Raya Kav.88, Lt. 2, Jakarta Selatan
	GraPARI METRO CIPULIR (MALL.)	Mall Metro Cipulir, Lantai LG Blok A no. 1 Jl. Ciledug Raya No. 1 Jakarta Selatan
	GraPARI PGC (MALL.)	PGC Lt. 3A Jl. Mayjen Sutoyo No. 76 Cililitan Kramat Jati Jaktim
	GraPARI PLAZA SEMANGGI (MALL.)	Plaza Semanggi Lt.1 Kav 046-047, Jl. Jend. Sudirman Kav.50 Semanggi Jakarta Selatan 12930
	GraPARI PONDOK BAMBU	Jl. Pahlawan Revolusi no.41 Pondok Bambu Jaktim
	GraPARI ROXY MAS	Komp. Ruko ITC Roxy Mas Blok D1 No.1-7,Jl. KH. Hasyim Ashari, Jakarta Pusat
	GraPARI SAWAH BESAR	Jl. Sukarjo Wiryonanoto No. 3 & 3A, Sawah Besar,Jakarta Barat
	GraPARI TELKOM GROUP THE TELKOM HUB	Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 52 Jakarta Selatan 12710
	GraPARI WISMA ALIA	Gedung Wisma Alia, Jl. M. Ridwan Rais 10-18, Jakarta Pusat

Regional	Nama	Alamat
<b>JABODETABEK BAGIAN TIMUR</b>	GraPARI PONDOK INDAH (MALL.)	Street Gallery Lantai 2 No.205, Pondok Indah Mall 3, Jalan Metro Pondok Indah Blok IIIB, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12310
	PLASA TELKOM YOS SUDARSO	Jl.Yos Sudarsono Kav. 23 - 24
	GraPARI BEKASI CYBER PARK (MALL.)	Gedung Bekasi Cyber Park, Jl KH Noer Ali No. 177, Bekasi Selatan 17144
	GraPARI BEKASI TIMUR	Ruko Bekasi Town Square Blok I-2 Jl. Chairil Anwar, Bekasi Timur 17113
	GraPARI BOGOR	Jl. Raya Pajajaran No. 37 Bogor 16143
	GraPARI CIBINONG	Komplek.Ruko Permata Cibinong No.3A JL.Mayor Oking No.60 Cibinong - Bogor
	GraPARI CIBUBUR (MALL.)	Jl. Raya Alternatif Cibubur - Cileungsing Km 4 Cibubur Jawa Barat
	GraPARI CICURUG	Ruko Cicurug City Jl. Siliwangi No.48 Blok B15 Cicurug Sukabumi 43359
	GraPARI CIKAMPEK	Jl. Ir. Haji Juanda No.123, Sarimulya, Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41374
	GraPARI CINERE (MALL.)	Mall Cinere Lt.2 No.9 Cinere, Jaksel
	GraPARI DRAMAGA	Jl.Raya Leuwiliang Rt.02/Rw.05 Desa Cihideung Ilir,Kecamatan Ciampaea,Kabupaten Bogor (sebelah DR.Chicken Cibanteng)
	GraPARI ITC DEPOK (MALL.)	Mall ITC Depok Jl. Margonda Raya Depok 16423 Lantai dasar Blok A No 5Jl. Margonda Raya No 56 Lt G Blok 5A ( letak persisnya di sebelah kanan Lobi Utama ITC Depok)
	GraPARI JAMPANG KULON	Jl. Raya cinageun No.89 Kp. cinageun Rt 01 Rw 01 Desa. Ciparay Kec. Jampangkulon Kab. Sukabumi (samping mexico fashion store)
	GraPARI KARAWANG (MALL.)	Mall Techno Mart Blok A53 & A51, Jl. Arteri Galuh Mas, Puseur Jaya - Teluk Jambe Timur, Kabupaten Karawang - Jawa Barat
<b>JAWA BARAT</b>	GraPARI MARGO CITY (MALL.)	Jl. Margonda Raya No.358 Lantai 1 Blok L 131 Kota Depok Jawa Barat 16423
	GraPARI PELABUHAN RATU	GraPARI Plasa Telkom Jl. Siliwangi No. 11 Palabuhan Ratu Kode Pos : 43364
	GraPARI PURWAKARTA	Jl terusan Ibrahim Singadilaga, Ruko Pembaharuan No 12, Kec. Nagrikaler, Kab Purwakarta (41115)
	GraPARI SUKABUMI	Jl. RE Martadinata No. 71 Cikole Sukabumi
	GraPARI CIKARANG	Komplek Ruko 21, Jalan Raya Cibarusah No.21H Kel Sukaresmi, Kec Cikarang Selatan, Kab Bekasi (17530)
	GraPARI BANJAR	Jl. Let.Jend Suwarto No. 03 Rt 01 Rw 01 Kel Hegarsari Kec.Pataruman Kota Banjar 46311
	GraPARI BANTARKALONG	Jl. Raya sindangeret Kp. Sindangeret, RT/RW 001/001 Kecamatan Karangnungan Kab Tasikmalaya 46186
	GraPARI BEC (MALL.)	Bandung Electronic Centre LG. Utama, Jl. Purnawarman No.13-15 Bandung
	GraPARI BTC (MALL.)	BTC MALL Jl. Dr. Djundjunan 143-149, Lantai GF Blok A1 No 2-3

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI CIANJUR	Jl.Abdullah Bin Nuh No.64 - 66 Cianjur
	GraPARI CIMAHI	Plaza Sangkuriang Jl Sangkuriang No 19-23, Cimahi
	GRAPARI CIREBON SUPER BLOK (MALL.)	Mall Cirebon Superblok (CSB) Lt.2 Jl. Dokter Cipto Mangunkusumo No.26 Cirebon, Jawa Barat
	GRAPARI DAGO	Jl. Ir. H. Juanda no. 252 Bandung
	GraPARI FESTIVAL CITYLINK (MALL.)	Festival Citylink lt. 1 unit 51 Jl. Peta No. 241 Bandung 40232
	GraPARI GARUT	Jl. Pramuka Ruko IBC D-19 Depan Ramayana Kel. Pakuwon Kec. Garut kota Kab. Garut
	GraPARI INDRAMAYU	Jalan D.I Panjaitan Rt/Rw 03/03 no.54 – Indramayu 45212
	GraPARI JATIBARANG	JL. Mayor Dasuki No. 58/82 Jatibarang Kab.Indramayu 45273
	GraPARI KABUPATEN CIREBON	Jl. Merdeka Utara No.192 Ciledug Tengah Kab.Cirebon 45188
	GraPARI KOTA CIREBON	Jl. Tuparev No. 57 Cirebon
	GraPARI KUNINGAN	Jl. Siliwangi No. 196 Cigembang purwawinangun Kuningan 45512
	GraPARI LEMBANG	JL. Raya Lembang No. 241 Lembang
	GraPARI MAJALAYA	Ruko Permata Majalaya Blok B No.2 Jl.Tengah 3 Majalaya 60882
	GraPARI MAJALENGKA	Jl. KH. Abdul Halim No 158, Majalengka 45418
	GraPARI MIKO (MALL.)	MIKO MALL Jl. KOPO No. 599 Lt. 1 BLOK B1 20-30 Kel. Ciranjang Kec. Babakan Ciparay Bandung 40255
	GraPARI PADALARANG	Jalan Rancabali No. 78a Padalarang Bandung Barat 40553
	GraPARI PANGANDARAN	Jl Merdeka KM 0,5 rt/rw 03/03 pananjung. Kec. Pangandaran-Ciamis 46395
	GRAPARI PEMANUKAN	Jl. Ion Martasasmita No. 12F, Pamanukan-Subang 41254
	GraPARI RANCAEKEK	Jl. Raya Rancaekek No. 151 Sumedang
	GraPARI SINGAPARNA	Jl. Raya Timur No. 212 Singaparna Kab. Tasikmalaya
	GraPARI SOREANG	Jalan Al-Fathu Ruko Bale Sakanca Blok A.03 Desa Pamekaran Kec Soreang 40912 Kab Bandung
	GraPARI SUBANG	Jl.Kapt.Hanafiah ruko c-8 kel.karanganyar kec Subang kab.subang 41211
	GraPARI SUMBER	Jl P.Cakrabuana - Kemantren Ruko Grand Duta 14A Sumber 45611 - Cirebon
	GraPARI SUMEDANG	Jl. Mayor Abdurrahman no 154 Komplek Pujasera Sawopolo Sumedang
	GraPARI SUNDA	Jl. Sunda No.16, Bandung 40112
	GraPARI TASIKMALAYA	Jl. Panglayungan II No. 3 - 5 Cipedes, Tasikmalaya
	GraPARI TELKOM GROUP LEMBONG	Jl. Lembong no 11 Bandung
	GraPARI TRANS STUDIO (MALL.)	Trans Studio Mall Lantai 3 Jalan Gatot Subroto No.289 Cibangkong, Bandung, Jawa Barat 40273
	GraPARI CIAMIS	Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 13B Ciamis
	GraPARI MTC	Jl. Soekarno-Hatta no 590, Ruko MTC D-18 bandung 40286

Regional	Nama	Alamat
<b>JAWA TENGAH</b>	GraPARI BANJARNEGARA	Ruko Atrium Blok B-5, JL HOS Cokroaminoto Banjarnegara No.39 53412 Jawa Tengah
	GraPARI BANYUMANIK	Jl. Jati Raya Blok C-17 Banyumanik , Kabupaten Semarang, Jawa Tengah
	GraPARI BATANG	Jl. Raya Limpung (Jl. Jend Sudirman) Ruko no 6 Limpung (selatan SD N 1 Limpung), Batang
	GraPARI BOYOLALI	Jl. Pandanaran No. 23, Boyolali.
	GraPARI CEPU	Jl. Ronggolawe No. 67 Cepu-Blora
	GraPARI CILACAP	Jl. S. Parman No 30 Cilacap
	GraPARI CILACAP KROYA	Plaza Telkom Jl A Yani no 70 Kroya Cilacap 53282
	GraPARI CIPUTRA SEMARANG (MALL.)	Mall Ciputra FL. UG, No. 62, Jl. Simpang Lima No 1, Semarang
	GraPARI DEMAK	Ruko C Jl Sultan Fatah Demak
	GraPARI GEDONG KUNING	Jl. Gedong Kuning No. 94B, Rejowinangun,Kota Gede,Yogyakarta-55171.
	GraPARI HARTONO SOLO (MALL.)	: Hartono Mall GF-C09 Jl Ir Soekarno Madegondo Solo Baru Sukoharjo
	GraPARI HARTONO YOGYAKARTA (MALL.)	Hartono Mall Lt. 1/B-11, Jl. Raya Ring Road Utara, Kel. Condong Catur, Kec. Depok, Kab. Sleman, DIY - 55283.
	GraPARI JEPARA	Jl. Pemuda No. 64 Jepara, Jawa Tengah
	GraPARI JOGJA CITY (MALL.)	Jogja City Mall Lt.1,?½Jl Magelang Km.6 No.18 Sinduadi, Sleman, DIY
	GraPARI KARANGANYAR	Jl. Lawu barat, pandes papahan. Karanganyar
	GraPARI KEBUMEN	Jl. H.M Sarbini No.15A Kebumen 54311
	GraPARI KENDAL	Jl. Soekarno Hatta No.70 B Weleri - Kendal 51355
	GraPARI KLATEN	Jl. Veteran No. 22 Klaten
	GraPARI KUDUS	Jl. Jenderal Sudirman No.69, Kudus
	GraPARI KULONPROGO	Jl. Sutidjab 74, Kel. Wonosari Lor, Kec. Wates, Kulon Progo.
	GraPARI MAGELANG	Jl. Jend. Sudirman No 375 Magelang
	GraPARI PATI	Jl. Pemuda No 252 Pati, Jawa Tengah
	GraPARI PEKALONGAN	Jl. Merdeka No.3 D Pekalongan
	GraPARI PEMALANG	Jl. Jend. Sudirman, Ruko Swalayan Pemalang Permai Blok F, Pemalang
	GraPARI PURBALINGGA	Jl. MT Haryono No. 18 Purbalingga Jawa Tengah
	GraPARI PURWODADI	Ruko Grand City No2B,Jl. R. Suprapto No 60,Purwodadi
	GraPARI PURWOKERTO	Komp Ruko Permata Hijau, Jl DR Angka, Purwokerto
	GraPARI PURWOREJO	Jl. KHA Dahlan No. 141
	GraPARI REMBANG	Jl. Diponegoro No.28 Rembang
	GraPARI SALATIGA	Jl.Diponegoro, Ruko Wijaya Square Blok A No 5 , Salatiga
	GraPARI SEMARANG PAHLAWAN	Jl. Pahlawan No 10, Semarang
	GraPARI SOLO	Jl. Slamet Riyadi No 310, Solo
	GraPARI SRAGEN	Jl. Raya Sukowati No.28E (Ruko depan samsat sragen) , Sragen, Jawa Tengah

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI TEGAL	Jl. Gajah Mada No 77, Tegal
	GraPARI TEMANGGUNG	Jl. Jend. Sudirman No. 95, Ruko 1, Jampiroso, Temanggung.
	GraPARI UNGARAN	Jl. Diponegoro No 158 Ungaran
	GraPARI WONOGIRI	JL Pemuda II No.1 Wonogiri (efektif 1 November 2015)
	GraPARI WONOSARI	Jl KH Agus Salim No 6 Kepek Wonosari
	GraPARI WONOSOBO	Jl. RSU Setjonegoro No. 10 B, Wonosobo
	GraPARI YOGYAKARTA	Jl. Jend Sudirman No 60, Yogyakarta
	LOOP STATION	Jl Trikora No.2 Yogyakarta 55122
	YOGYAKARTA	
<b>JAWA TIMUR</b>	GraPARI ATOM (MALL.)	JL. Bunguran45 Lt 1 Blok A-85 Surabaya
	GraPARI BANGKALAN	Jl. Trunojoyo 39C, Bangkalan
	GraPARI BANYUWANGI	Jl. DR. Sutomo No.63 Banyuwangi
	GraPARI BLITAR	Ruko Melati 1E. Jln. Melati No. 1 Blitar
	GraPARI BOJONEGORO	Jl. Dr Wahidin No. 9B Bojonegoro
	GraPARI BONDOWOSO	Jl. Diponegoro No 24B Bondowoso
	GraPARI BUKIT DARMO	Jl. Bukit Darmo Boulevard No 6 C-D, Surabaya
	GraPARI CARUBAN	Jl. Panglima Sudirman No.16 Caruban, Madiun 63153
	GraPARI CIPUTRA WORLD (MALL.)	Ciputra World Surabaya LG -55 Jl. Mayjend Sungkono 89 Surabaya
	GraPARI CYBER (MALL.)	JL. Raya Langsep no. 2 Malang
	GraPARI GALAXY SURABAYA (MALL.)	Jalan Dharmahusada Indah Timur No.35 - 37 Galaxy Mall 1 lt.2 unit 228 Surabaya
	GraPARI GENTENG	Jl. Hassanuddin No.11, Genteng Wetan Banyuwangi
	GraPARI GRESIK	Jl. Usman Sadar No 81, Gresik
	GraPARI JEMBER	Jl Kartini No 4-6 Jember
	GraPARI JOMBANG	Jl. KH Wachid Hasyim No. 136E Jombang
	GraPARI KEDIRI	PT. Telkom Kediri , Jl. Hayam Wuruk 45-47 Kediri
	GraPARI KEPANJEN	Jl. Panji 154 Kepanjen 65163
	GraPARI LAMONGAN	Jalan Veteran No. 12 (depan SMAN 2 Lamongan)
	GraPARI LAWANG	Jl. Raya Cipto 57 Bedali Lawang Malang
	GraPARI LUMAJANG	Jl. Raya PB Sudirman 73 Lumajang Jawa Timur
	GraPARI MADIUN	Gedung Telkom , Jl. Pahlawan No 59, Madiun
	GraPARI MAGETAN	Jl. Monginsidi No. 30 Magetan
	GraPARI MALANG	Jl. S.Parman No 47 Malang
	GraPARI MOJOKERTO	Jl. Gajah Mada 98A Mojokerto
	GraPARI MUNCAR	Jl. Brawijaya no. 27 Muncar Banyuwangi
	GraPARI NGANJUK	Ruko Mustika Square, Jl. Merdeka block 2A Nganjuk

Regional	Nama	Alamat
BALI NUSA TENGGARA	GraPARI NGAWI	Jl. A Yani No 97, Ngawi
	GraPARI PACITAN	Jl. P. Sudirman 180 Pacitan 63511
	GraPARI PAMEKASAN	Gedung Telkom, Jl. Trunojoyo No. 67 Pamekasan
	GraPARI PANDAAN	Plaza Telkom Jl A. Yani No. 56A Kasri - Pandaan
	GraPARI PARE	Jl. A. Yani no 6 Pare Kediri
	GraPARI PASURUAN	Jl. Panglima Sudirman No. 122, Pasuruan
	GraPARI PERAK	Jl. Perak Timur 40 B Surabaya
	GraPARI PONDOK JATI	Jl. Raya Pondok Jati Blok BE no. 12A Sidoarjo
	GraPARI PROBOLINGGO	Jl. Suroyo No 16, Probolinggo
	GraPARI RUNGKUT	Ruko MERR Square City 2B Pandugo
	GraPARI SAMPANG	Jl. J.A. Suprapto No. 50, Sampang
	GraPARI SIDOARJO	Komp. Jenggolo Plaza Blok B-1, Jl. Kh. Mukmin A-11 Sda
	GraPARI SITUBONDO	Jl. Kenanga no 94 Situbondo
	GraPARI SUMENEP	Jl. KH Wachid Hasyim No. C-2 Sumenep 69417
	GraPARI SURABAYA	Jl. Pemuda No. 181, Surabaya
	PEMUDA	
	GraPARI TAMAN	Jl. Raya Taman no. 218 E Sidoarjo
	GraPARI TELKOM GROUP	Jl. Raya Dinoyo No.48, Keputran, Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265
	DINOYO	
	GraPARI TRENGGALEK	Jl. Sukarno Hatta Ruko Hayam Wuruk, Trenggalek
	GraPARI TTC HR MUHAMMAD	Jl. HR Muhammad No 46, Surabaya
	GraPARI TUBAN	Jl. Brawijaya No. 26 Tuban
	GraPARI TULUNGAGUNG	JL. Panglima Sudirman 45 Ruko Kanjengan Tulungagung
	GraPARI WTC SURABAYA (MALL.)	Gedung WTC Lt.1 No. 164 - 171 . Jl. Pemuda 27-31. Surabaya
	GraPARI PLAZA MARINA SURABAYA (MALL.)	Mall Plaza Marina Lt.1 Block B12-B21, Jl Raya Margorejo Indah 97-99 Surabaya
	GraPARI PONOROGO	Jl. Diponegoro No 42 Ponorogo
	LOOP STATION SURABAYA	Jl. Raya Darmo No. 110 Surabaya
	Dinoyo	Jl. Raya Dinoyo No.48, Keputran, Tegalsari, Jawa Timur 60265
	GraPARI ATAMBUA	Jl. Adam Malik No. 5, Kelurahan Beirafu, Kec. Atambua Barat, Kabupaten Belu 85711
	GraPARI BIMA	Jl.Soeckarno Hatta kelurahan Pane (depan Gedung Koni lapangan manggemaci) Kota Bima
	GraPARI DENPASAR	JL. Teuku Umar No 6, Denpasar
	GraPARI GATSU	Jl. Gatot Subroto Timur no 36 C, Denpasar 80237
	GraPARI GUNUNG AGUNG	Jl. Gunung Agung 125B, Denpasar (80118)
	GraPARI KARANGASEM	Jl . Jendral Sudirman No.98 C Amlapura, karangasem, 80813
	GraPARI KEFAMENANU	Jl. Basuki Rahmat Kel. Benpasi, Kec. Kota Kefamenanu
	GraPARI KUPANG	Jl. WJ. Lalamentik No 88, Oebufu, Kupang

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI KUTA (MALL.)	Jl. By Pass I Gusti Ngurah Rai, Simpang Dewa Ruci Kuta – Bali (Simpang Siur), Bali
	GraPARI LOMBOK	Jalan Sriwijaya No. 333, Mataram, NTB
	EPICENTRUM (MALL.)	
	GraPARI LOMBOK UTARA	Jl. Raya Tanjung komplek Pertokoan (Depan Lap Urum Super Semar) Tanjung-Lombok Utara, 83352
	GraPARI MALUK	Jl. Raya Maluk no. 141 Maluk-Sumbawa Barat 84357
	NEWMONT	
	GraPARI MATARAM	Jl.Pejanggik No 47F, Mataram, Lombok
	GraPARI MAUMERE	Jl Ahmad Yani Kelurahan Nangameting Kecamatan Alok Timur Kabupaten Sikka 86111
	GraPARI MITRA CELLULAR WORLD (MALL.)	Jl. Jenderal Sudirman, No.60, Kuanino, Kec. Kota Raja, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kode Pos 85119
	GraPARI NEGARA	Jl. Ngurah Rai 86-Negara 82217
	GraPARI NUSA DUA	Jl. Bypass Ngurah Rai No. 122, Mumbul, Nusa Dua 80363
	GraPARI RENON	Jl. Raya Puputan Renon No. 33, Renon, Denpasar
	GraPARI RUTENG	Jl. Kartini No. 2, Desa Lawir, Kec. Langke Rempong, Kab. Manggarai 86516
	GraPARI SELONG	Jl. Pejanggik No.53 Pancor (Komplek Pertokoan Yanmar baru) Kelurahan Majidi, Kecamatan Selong, Lombok Timur 83611
	GraPARI SINGARAJA	Jl. A. Yani No. 72 Singaraja 81116
	GraPARI SOE	Ruko Baru Soe JL.Hayam Wuruk No.16A Kelurahan Taubneno, Kota Soe Kabupaten TTS-NTT 85511
	GraPARI SUMBAWA BESAR	Jl. Manga No.09 Kel.Umasima Sumbawa Besar, NTB
	GraPARI TABANAN	Jl. Ir. Soekarno No. 99D (Bypass Kediri), Kec. Kediri, Tabanan 52151
	GraPARI TALIWANG	Jl. Jendral Sudirman No 30 Taliwang, Sumbawa Barat 84355
	GraPARI WAINGAPU	Kompleks Pertokoan Permata Sari Jl. Ahmad Yani No.4, Blok A2, Mentawai, Waingapu 87111
	GraPARI GIANYAR	Jl. By Pass Darmagiri Desa Buruan Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Giyary (Dewatacom)
<b>KALIMANTAN</b>		
	GraPARI AMUNTAI	Jl.A.Yani Km 01 Amuntai Kota Depan Taman Putri Junjung Buih Kec. Amuntai Tengah Kel. Antasari ,Amuntai 71414
	GraPARI BANJARBARU	Jl A Yani km 35.5 Kel Mentaos Banjarbaru Utara 70711 Kec. Banjarbaru Utara Kel. Mentaos ,Banjarbaru 70711
	GraPARI BANJARMASIN	Jl. Ahmad Yani Km 5,7 Banjarmasin
	GraPARI BARABAI	Jl. Ir. P. H.M.Noor No.57 Depan Gedung Murakata Barabai Hulu Sungai Tengah Kec. Barabai Kel. Barabai Kota ,Barabai 71311
	GraPARI BATULICIN	Jl Raya Batulicin Rt04 Batulicin Tanah Bumbu Kec. Batulicin Kel. Simpang Empay ,Batulicin 70121
	GraPARI BONTANG	Jl. Brigjend Katamso No.10 Bontang Plaza, Bontang
	GraPARI BUNTOK	Jl. Pangluma Batur No. 25 Kec. Dusun Selatan Kel. Hilir Sper ,Buntok 73711

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI HANDIL	Jl. M. Hatta Handil 3 Kec. Muara Jawa Kel. Muara Jawa Ulu ,Kutai Kartanegara 75261
	GraPARI HR ARAHMAN	Jl H Rais Arahman No 168 (sebelah bank syariah mandiri) sungai jawi Kec. pontianak kota
	PONTIANAK	Kel. sungai jawi ,pontianak 78118
	GraPARI KANDANGAN	Jl. Panglima batur simp.4 bri no 36 Kec. kandangan Kel. kandangan kota ,kandangan 71211
	GraPARI KASONGAN	Jl.Tjilik riwut Km.01 kasongan sampit (sebelah kantor Adira Finance) Kec. Katingan Hilir Kel. Kasongan Lama ,Kasongan 74313
	GraPARI KETAPANG	Jl. Sisingamangaraja no.22 Kec. delta pawan Kel. sampit ,ketapang 78851
	GraPARI KOTA BANGUN	Jl.Sri Bangun Rt.19 No.31 depan gedung serbaguna Kec. Kota bangun Kel. Kota Bangun Ulu ,Kutai Kartanegara 75561
	GraPARI KOTABARU	Jl. Veteran No. 01 (Seberang Hotel Kartika) Kec. Pulau Laut Utara Kel. Dirgahayu ,Kotabaru 72116
	GraPARI KUALA KAPUAS	Jl. Tambun Bungai No. 94 RT.07 Kec. Selat Kel. Selat Dalam ,Kuala Kapuas 73516
	GraPARI LOAJANAN	Jl. Cipto Mangunkusumo Rt.12 No:09 Kec. Loajanan Kel. Harapan Baru ,Samarinda Seberang 75131
	GraPARI MALINAU	Jl Raja Pandita Rt 10 Tanjung Belimbing Kec. Malinau Kota Kel. Malinau Hulu ,Malinau 77554
	GraPARI MELAK	Jl KH Dewantara No. 55Ab RT 26 Kec. Kel. ,
	GraPARI MT HARYONO	Jl..soekarno hatta km.5 kel.grha Kec. balikpapapn utara Kel. graha ,balikpapan 76136
	BALIKPAPAN	
	GraPARI NGABANG	Jl. Pemuda Dusun Tungkul No. 08 Ngabang ( Sebelah toko roti kaisar ) Kec. Ngabang Kel. Hilir Kantor ,Landak 79357
	GraPARI NUNUKAN	Jl. Tien Soeharto Rt.14 No.13 Kec. Nunukan Kel. Kel. Nunukan Timur ,Nunukan 77482
	GraPARI PALANGKARAYA	Jl. Ahmad Yani No. 45 Pahandut, Palangkaraya
	GraPARI PANGKALAN BUN	Jl. Iskandar No.99b Kec. Arut Selatan Kel. Madurejo ,Pangkalan Bun 74112
	GraPARI PELAIHARI	Komp. Safira Land No. B2 Jl. Mangga Besar, Sarang Halang Kec. Pelaihari Kel. Sarang Halang ,Pelaihari 70813
	GraPARI PENAJAM	Jl. Propinsi km.18 ruko pasar petung Kec. penajam Kel. petung ,balikpapan 76143
	GraPARI PONTIANAK	Jl. Gusti Sulung Lelanang No.5A, Pontianak
	GraPARI PULAU IRIAN	Jl. Pulau Irian no. 67 samping Mall SCP Samarinda Kec. Samarinda Ilir Kel. Pelabuhan ,Samarinda 75111
	SAMARINDA	
	GraPARI PUTUSIBAU	Jl Komyos Sudarso No 28 - Putussibau Kec. putussibau selatan Kel. putussibau kota ,putussibau 78711
	GraPARI RANTAU	Jl. Brigjend H. Hasan Basry Kec. Tapin Utara Kel. Rantau Kiwa ,Rantau 71111
	GraPARI S.PARMAN	Jl. Brigjend H. Hasan Basry rt.42 no. 3 ruko Kec. banjarmasin utara Kel. sei miae ,banjarmasin 70123
	BANJARMASIN	
	GraPARI SAMARINDA	Mall Lembuswana Blok AC 16-18 Jl. S Parman Samarinda Utara
	GraPARI SAMBAS	Jl.Terigas ds.saing rambi no 89.b rt rw 14/03 Kec. Sambas Kel. Sunsung ,Sambas 79400
	GraPARI SAMPIT	Jl. Cilik Riut KM 1.5 RT 15 Sampit - Kalimantan Tengah

Regional	Nama	Alamat
SULAWESI	GraPARI SANGATTA	Jl. Apt.Pranoto No 98D Kec. Sangatta Kel. Sangatta Utara ,Sangatta 75611
	GraPARI SANGGAU	Jl. A. Yani No. 25 Kec. Kapuas Kel. Ilir kota ,Sanggau 78516
	GraPARI SEI DANAU	Jln.provinsi km.167 makmur mulia satui tanah bumbu kalsel Kec. satui Kel. sungai danau ,tanah bumbu 72275
	GraPARI SINGKAWANG	Jl. Swadaya No.02 Kec. Singkawang Barat Kel. Pasiran ,Singkawang 79123
	GraPARI SINTANG	Jl.MT Haryono KM 03 Kec. Sintang Kel. Rawa Mambok ,Sintang 78614
	GraPARI SUDIRMAN	Jl. Jenderal Sudirman No. 1 Damai, Balikpapan
	BALIKPAPAN	
	GraPARI TANAH GROGOT	Jl. Noto Sunardi No.17 (Samping Mesjid Bina Islam) Kec. Tanah Grogot Kel. Tanah Grogot ,Balikpapan 76211
	GraPARI TANJUNG	Jl. Ir. PHM. Noor RT. 08 kel. Mabuun kec. Murung pudakkab. Tabalong Kec. murung pudak Kel. mabuun ,tabalong
	GraPARI TANJUNG REDEP	Jl. Niaga 1 RT 1 No. 19 Tj. Redep - Berau 77311
	GraPARI TANJUNG SELOR	Jl. Sengkawit, No. 104B, Rt. 056 Kec. Tanjung Selor Kel. Tanjung Selor Hilir ,Bulungan 77212
	GraPARI TARAKAN	Jl. Mulawarman No. 12, Tarakan
	GraPARI TENGGARONG	Jl.Patin No.09 RT.28 Kec. Tenggarong Kel. Timbau ,Kutai Kartanegara 75511
	GraPARI AMURANG	JL. Kantor Pos Lk 2 Kec. Amurang Kel. Uwuran 1 ,Manado 95111
	GraPARI BAU BAU	Jl. Betoambari no. 55 Kec. Murhum Kel. Tanganapada ,Baubau 93725
	GraPARI BITUNG	Jl. Wolter Monginsidi KM 4, Paceda Madidir Kec. Madidir Kel. Madidir Unet ,Bitung 95372
	GraPARI BONE	JL. Ahmad Yani (Depan Alfamart) Kec. Tanete Riattang Barat Kel. Jeppe'e ,Watampone 92732
	GraPARI BULUKUMBA	Jl.Kusuma Bangsa (Depan KFC Bulukumba) Kec. CAILE Kel. UJUNG BULU ,BULUKUMBA
	GraPARI DAYA MAKASSAR	Jl. Periritis Kemerdekaan KM15 Blok A28 ruko kima square daya Kec. Biringkanaya Kel. Daya ,Makassar 90241
	GraPARI GORONTALO	Jl. Jaksa Agung Suprapto No. 22, Limba U dua, kota selatan, Gorontalo
	GraPARI GOWA	jl sultan hasanuddin no 146b kab Gowa Kec. Somba opu Kel. Pandangpandang ,Gowa 92111
	GraPARI KENDARI	Jl. A Yani No.8 Kendari
	GraPARI KOLAKA	JL. Pramuka , Samping Bank BAHTERAMAS Kec. KOLAKA Kel. LAMOKATO ,KOLAKA 93516
	GraPARI KOTAMOBAGU	Jl. Adampe Dolot No. 19 Kec. Kotamobagu barat Kel. mogolaing ,kotamobagu 95711
	GraPARI LUWUK	Jl.Urip sumoharjo Kec. luwuk Kel. karaton ,luwuk 94711
	GraPARI MAKASSAR	Jl. AP. Pettarani No.2 Makassar
	GraPARI MAKASSAR TRADE CENTER (MALL.)	jl. Ahmad Yani No 49 MTC Lt3. Blok P6 - P9 Kec. Wajo Kel. Patunuang ,Makassar 90171
	GraPARI MAMUJU	Jl. KS. Tubun ( Samping Kiri Indomaret) Kec. Mamuju Kel. Rimuku ,Mamuju 91511
	GraPARI MANADO	Jl. Pemuda No.2 Sario Manado
	GraPARI MANADO TOWN SQUARE (MALL.)	Jl. Piere Tendean Boulevard Lt. Ground Floor (GF), Manado
	GraPARI MAROS	Jl.jend. sudiirman no 133 butta toa maros Kec. Turikale Kel. Pettuadae ,Maros 90516

Regional	Nama	Alamat
MALUKU PAPUA	GraPARI MATOANGIN SQUARE	Jl. Perintis Kemerdekaan KM.8 No.57A Kec. Tamalanrea Kel. Tamalanrea Jaya ,Makassar 90245
	GraPARI OSMAN DJAFAR MAKASSAR	Jl. Usman Djafar No. 9 Kec. Ujung Pandang Kel. Baru ,Makassar 90111
	GraPARI PALOPO	Jl. Andi Djemmma Ruko No. 4-5 Kota Palopo Kec. Wara Kel. Tompotika ,Palopo 91921
	GraPARI PALU	Jl. Towua No. 43 Palu Selatan, Palu Sulawesi Tengah
	GraPARI PANAKUKKANG (MALL.)	Jl.Adhyaksa Baru No.1 Panakkukang Square Lt.2 Kec. Panakkukang Kel. Pampang ,Makassar 90231
	GraPARI PARE-PARE	Jl. BAU MASSEPE no. 108 kel. Cappa Galung kec. Bacukiki Barat kota Parepare
	GraPARI PARIGI	Jl. Trans Sulawesi Kel. Masigi Kec. Parigi Kel. Masigi ,Parigi 94471
	GraPARI POLMAN	Jl. H Andi Depu No. 186 Pekkabata Kec. Polewali Kel. Pekkabata ,Polman 91311
	GraPARI POSO	Jl. P Irian Jaya No. 8 Kelurahan Kayamanya sentral Kec. Poso Kota Kel. Kayamanya Sentral ,Poso 94617
	GraPARI RAHA	Jl. S. Sukowati No. 36 Kec. Katobu Kel. Raha II ,Raha 96311
	GraPARI SELAYAR	Jl.Kenari ( samping hotel selayar beach )kab.kepulauan selayar Kec. benteng Kel. benteng ,benteng selayar 92812
	GraPARI SENGKANG	Jl. Jawa no 2 (depan apotik mawar ) Kec. tempe Kel. lapongkoda ,sengkang 90911
	GraPARI SINJAI	Jl.Persatuan Raya no.13 depan kantor BNI Kec. Sinjai Utara Kel. Balangnipa ,Sinjai 92612
	GraPARI SOROAKO	Jl.Gamalama No.01 Soroako Kec. Nuha Kel. Magani ,Soroako 92984
	GraPARI TERNATE	Jl. Kapitan Pattimura No. 124 Kec. Ternate Tengah Kel. Kalumpang ,Ternate 97722
	GraPARI TOBELO	Jl. Bhayangkara RT003/RW005 Desa Gamsungi Kec Tobelo Kec. Tobelo Kel. Gamsungi, Tobelo 97762
	GraPARI TOLI TOLI	Jl. Usman Binol No. 24 Kec. Baru Kel. Baolan ,Tolitoli 94514
	GraPARI TOMOHON	Jl. Raya Tomohon, Kel. Kakaskesen, Lk. VI Kec. Kec. Tomohon Utara Kel. Kakaskesen, Tomohon 95417
	GraPARI TORAJA	Jl. Pongtiku lemb. Rinding Batu Kec. Kesu (Samping Bank Pundi) Toraja Utara 91831
	GraPARI MARISA	Jl. Trans Sulawesi No. 133 Kec. Duhiadaa Kel. Buntulia Selatan ,Marisa 96266
	GraPARI PANGKEP	Jl. Kemakmuran no 05 & 06 Ruko Abadi Pangkep Kec. pangkajene Kel. Mappasaile, Pangkep 90611
	GraPARI PINRANG	Jl.Jendral Sudirman Kec. maccorawalie Kel. bentenge ,Pinrang 91212
PT TELEKOMUNIKASI SELULAR	GraPARI ABEPURA	Jl.Raya Abepura (Plasa Telkom Abepura) Kec. Abepura Kel. Awiyo ,Jayapura 99225
	GraPARI AMBON	Jl. J.B Sitanala No 9 A, Talake, Ambon
	GraPARI BIAK	Jl. Jend. Sudirman Ruko Pemda No.04 Kec. Biak Kota Kel. Fandoi ,Biak 98112
	GraPARI FAK FAK	Jln. DRS. Selasa Namudat No.8/9 Kec. Fakfak Kel. Fakfak Selatan ,Fakfak 98611
	GraPARI JAYAPURA	Mall Jayapura Ground Floor Blok A 12-13, Jl. Samratulangi, Bayangkara, Jayapura Utara. Kota Jayapura, Papua 99112
	GraPARI MANOKWARI	Jl. Merdeka No. 66, Manokwari
	GraPARI MASOHI	Jl Imam Bonjol, Belakang Bank BtPN Lama Kec. Kota Masohi Kel. Namaelo ,Masohi 97511
	GraPARI MERAUKE	Jl. Raya Mandala No 168 Kec. Merauke Kel. Merauke ,Merauke 99616
	GraPARI NABIRE	Jl.Pepepa,Samping Plasa Telkom Kec. Nabire Kel. Karang Mulia ,Nabire 98815

Regional	Nama	Alamat
	GraPARI RIDGE CAMP	Superblock Plaza agawa Ogom Ridgecamp Mp 72 Kec. Tembagapura Kel. Ridgecamp, Timika 99971
	GraPARI SAUMLAKI	TAP Saumlaki - Jln. Mathilda Batlayeri No. 8 (eks Toko Pindah) samping SMK Negeri 2 dan Mutiara Meubel Kec. Tanimbar Selatan Kel. Saumlaki ,Saumlaki 97464
	GraPARI SENTANI	Jl. Sentani Hawai kantor GraPARI Telkomsel Sentani Kec. Sentani Kel. Sentani Kota ,Sentani 99352
	GraPARI TELKOM GROUP SORONG	Jl. Ahmad Yani No. 16 Sorong Manoi, Papua Barat 98412
	GraPARI TEMBAGAPURA	Mile 68, Tembagapura Grapari Kec. Tembagapura Kel. Tembagapura ,Tembagapura 99967
	GraPARI TIMIKA	Jl. Hasanuddin, Timika, Mimika Baru, Nawaripi, Mimika Baru, Kabupaten Mimika, Papua 99910
	GraPARI TUAL	Jln. Dr. Laimena ( Samping Kantor Pegadaian Kota Tual) Kec. Pulau Dullah Selatan Kel. Ketsoblak ,Tual 97612
	GraPARI WAMENA	Jl. Thamrin Kec. Wamena kota Kel. wanena ,jayawijaya 99511

REGIONAL	NAMA	ALAMAT
<b>INTERNASIONAL</b>	GraPARI HONGKONG	11 Keswick Street Causeway Bay (Depan KJRI Hong Kong)
	GRAPARI MADINAH I	Al Namlah Center ( Hotel Salihiyah) Pintu 26 Masjid Nabawi
	GRAPARI MADINAH II	Hotel Millenium Taibah Lantai Shopping Center Pintu 6 & Pintu 7 Masjid Nabawi
	GRAPARI MAKKAH	Zam-zam tower, lantai P3 (Foodcourt area)
	GRAPARI TAIWAN	Ruko No. 1A, Lantai B1, Taipei City Mall (Mall Bawah Tanah TMS pintu Y27, Beimen MRT Ext 3)

AREA	JENIS GRAPARI	JUMLAH OUTLET GRAPARI
<b>1</b>	GRA Mitra	85
<b>2</b>	GRA Mitra	70
<b>3</b>	GRA Mitra	92
<b>4</b>	GRA Mitra	83

# DATA PERUSAHAAN

Para pemegang saham Telkomsel adalah PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (Singtel Mobile). TELKOM, yang memegang 65% kepemilikan saham Telkomsel, adalah operator telekomunikasi terbesar di Indonesia. TELKOM tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI:TLKM) dan New York Stock Exchange (NYSE:TLK) dan mayoritas sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Indonesia. Singtel Mobile memiliki 35% kepemilikan saham Telkomsel dan merupakan anak perusahaan yang dimilik sepenuhnya oleh Singapore Telecommunications Limited (Singtel). Singtel adalah grup telekomunikasi terkemuka Asia dengan jaringan kantor di Amerika Serikat, Eropa, Asia Pasifik dan Timur Tengah. Singtel tercatat di Singapore Exchange (SGX:ST).

## ALAMAT PEMEGANG SAHAM



PT Telekomunikasi Indonesia Tbk  
(TELKOM)  
Graha Merah Putih  
Jl. Japati No. 1, Bandung  
Jawa Barat, Indonesia - 40133  
Telepon : +62-22-4521404  
Faksimili : +62-22-7206757  
Website : [www.telkom.co.id](http://www.telkom.co.id)

## ALAMAT PERUSAHAAN

PT Telekomunikasi Selular  
(Telkomsel)  
Telkom Landmark Tower, Tower 1  
Jl. Jend Gatot Subroto Kav. 52,  
Jakarta 12710, Indonesia  
[www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)



Singtel Mobile  
31 Exeter Road - Comcentre  
Singapore 239732  
Tel. +65-6838 3388  
Fax. +65-6738 3769  
[www.singtel.com](http://www.singtel.com)





by Telkom Indonesia

**PT TELEKOMUNIKASI SELULAR (TELKOMSEL)**

Telkom Landmark Tower, Tower 1  
Jl. Jend Gatot Subroto Kav. 52,  
Jakarta 12710, Indonesia  
[www.telkomsel.com](http://www.telkomsel.com)