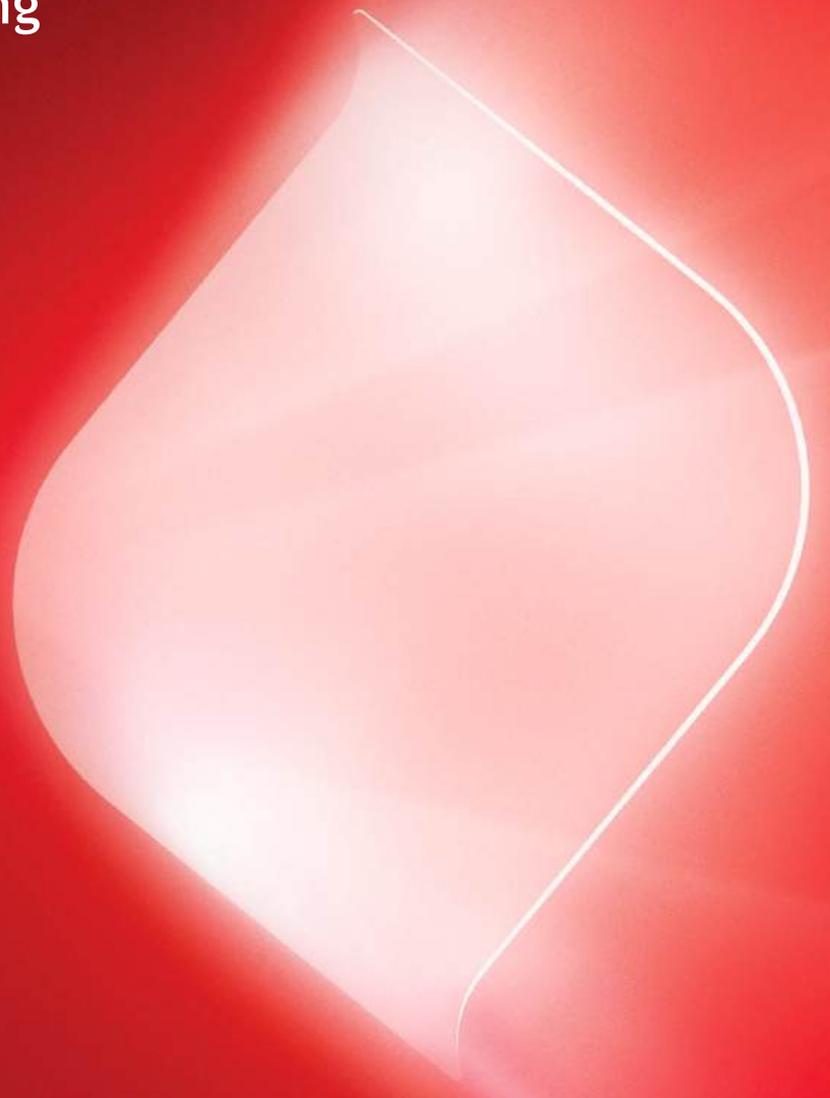


LAPORAN TAHUNAN
2021

OPEN A WORLD OF MORE

#bukasemuapeluang



Telkomsel
Orbit

Telkomsel
TADeX

Telkomsel
FleetSight

Telkomsel
IoT Control Center

Telkomsel
Music

Telkomsel
ENTERPRISE

Telkomsel
IoT

Telkomsel
IoT

by.U
Sankomodo Berkebangun

Telkomsel
mBANKING

klop!

Telkomsel
TOMS TRANSPORT

Telkomsel
PraBayar

Telkomsel
INTANK

5G

Telkomsel
redi

Telkomsel
DigiAds

Telkomsel
Video

Telkomsel
NB-IoT

Telkomsel
Halo

Telkomsel
IoT Managed Service Connectivity

MyTelkomsel

Telkomsel
ASSET PERFORMANCE MANAGEMENT

Telkomsel
SIGHT

Telkomsel
Games

tSurveyid

OPEN A WORLD OF MORE

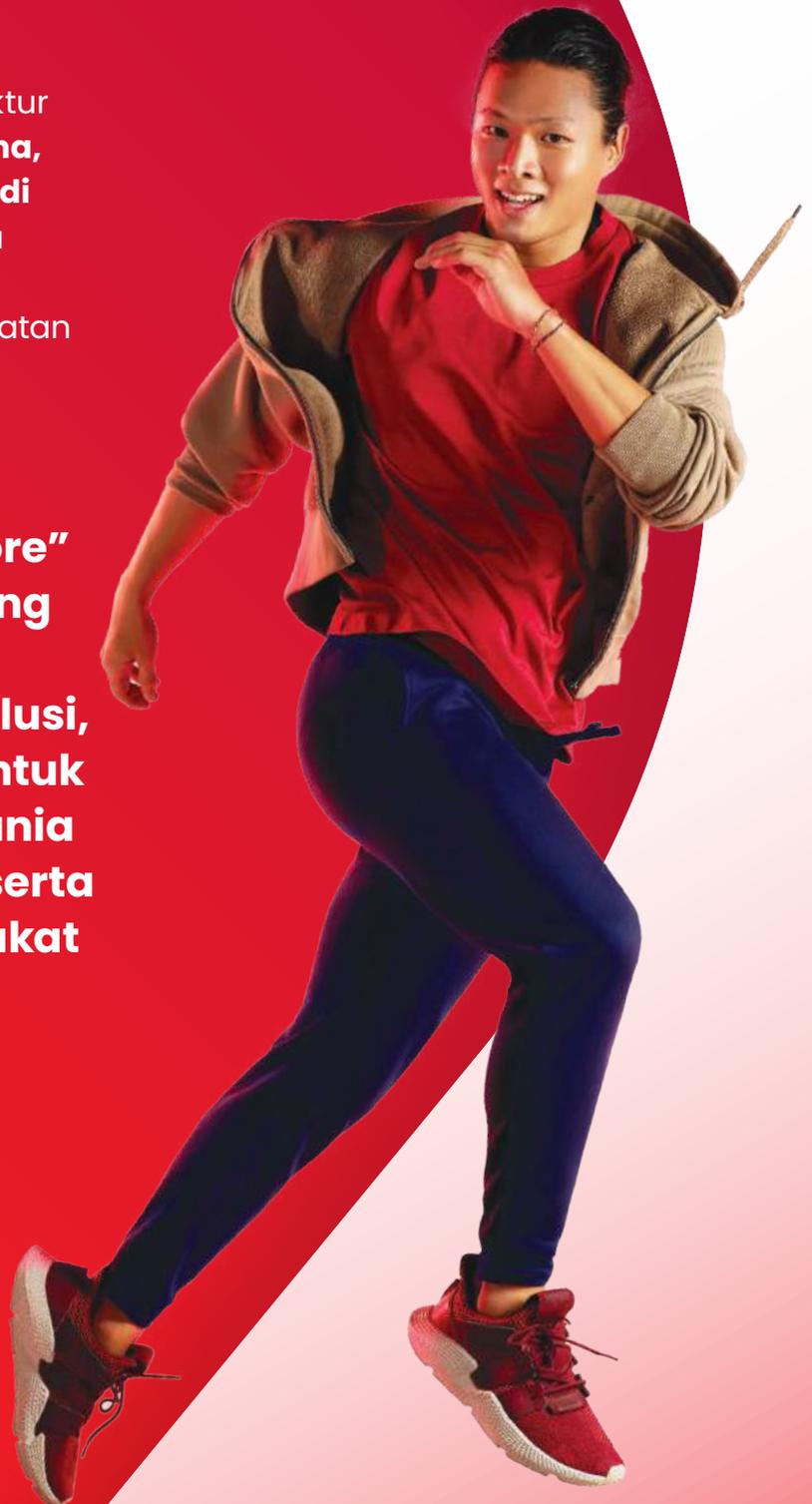
Selama 26 tahun bergerak di industri telekomunikasi, Telkomsel memiliki pemahaman yang mendalam akan berbagai tren konektivitas global. Oleh karena itu, Telkomsel dapat mempertahankan relevansinya dan menjunjung reputasinya sebagai pelopor yang menciptakan pengalaman pengguna yang menarik sepanjang waktu.

Evolusi berkelanjutan Telkomsel di bidang konektivitas digital tak hanya berhasil menghadirkan kesempatan tanpa batas, namun juga menciptakan begitu banyak hal menakjubkan yang dulunya hanya ada dalam imajinasi kita. Telkomsel memberdayakan semua dalam interaksi mereka di dunia digital, sekaligus menjadikan setiap pengalaman luar biasa.

Berbagai fitur inovatif yang dihadirkan melalui infrastruktur 5G Telkomsel – **yang pertama, tercepat, dan paling andal di Indonesia** – membuka pintu gerbang menuju teknologi masa depan dengan kecepatan penuh untuk membantu mengangkat kehidupan masyarakat.

Konsep “World of More” Telkomsel mendukung semua orang yang punya mimpi dan solusi, menginspirasi ide untuk mentransformasi dunia menjadi lebih baik, serta membantu masyarakat meningkatkan taraf hidup mereka.

Dengan semua itu, kami siap untuk membuat apa yang sebelumnya tidak mungkin, kini muncul menjadi kenyataan.





Kilas Kinerja 2021

**Pendapatan
Bisnis Digital**  9,5%
(triliun rupiah)

68,2 

Data
(triliun rupiah)

58,5

 6,9%

Layanan Digital
(triliun rupiah)

9,7

 28,1%

**Kontribusi
Bisnis Digital**
(%)

78,0 

**Konsumsi
Data per
Pengguna**  34,0%
(megabyte)

10.307 

Jumlah BTS  8,6%

(unit)

251.116

3G/4G/5G BTS
(unit)

200.875

**Pengguna
Layanan
Data**  3,9%

(juta)

120,5

**Trafik
Layanan
Data**  43,3%

(petabyte)

13.513

**Perangkat
3G/4G**  3,7%

(juta)

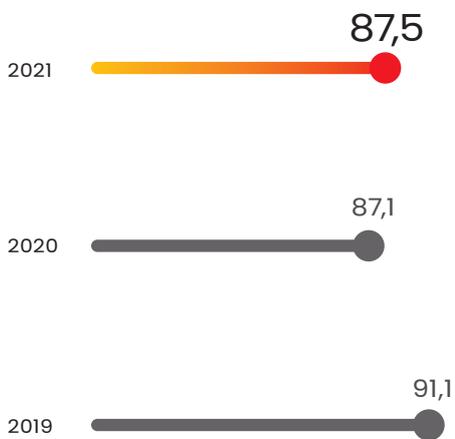
132,1



Kinerja Utama

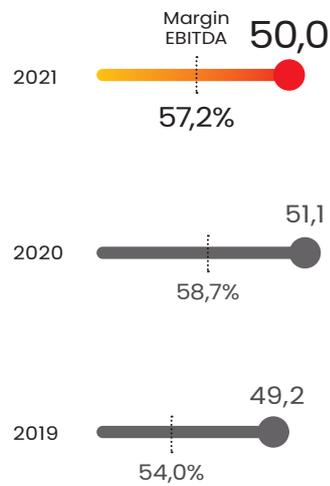
Pendapatan

triliun rupiah



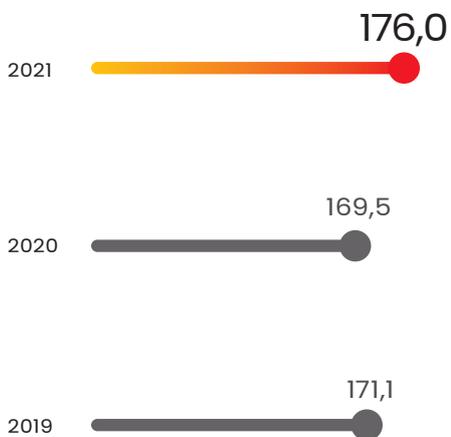
EBITDA & Margin EBITDA

triliun rupiah



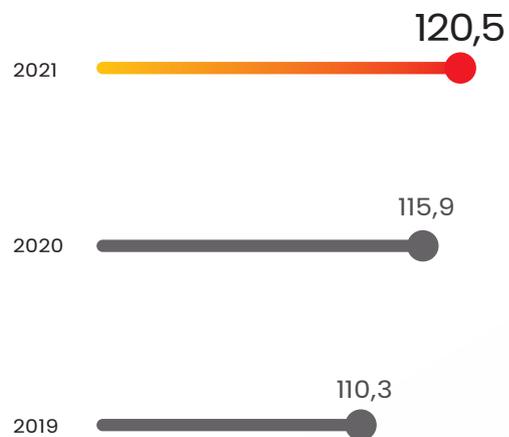
Jumlah Pelanggan

juta



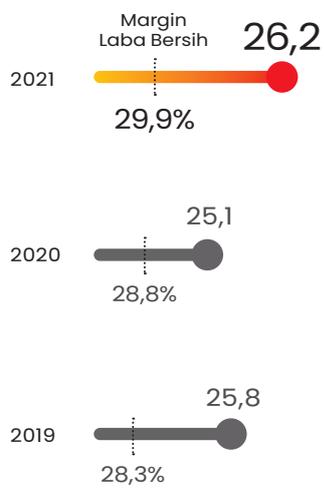
Pengguna Layanan Data

juta



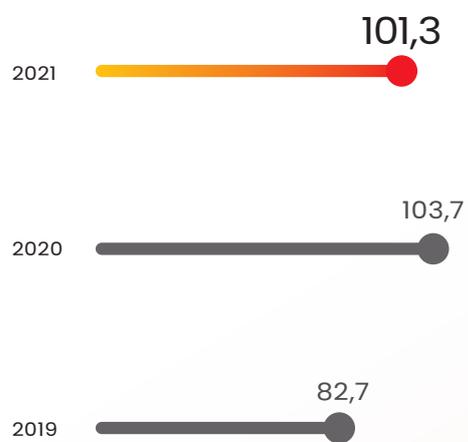
Laba Bersih & Margin Laba Bersih

triliun rupiah



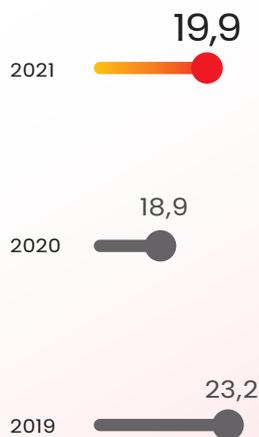
Jumlah Aset

triliun rupiah



Jumlah BTS Terpasang

ribu



Jumlah BTS On-Air & Jumlah BTS 3G/4G/5G

ribu



Daftar Isi

01.

Kilas Kinerja 2021

| | |
|----|---------------------------|
| 4 | Kilas Kinerja |
| 6 | Kinerja Utama |
| 10 | Kinerja Keuangan |
| 11 | Kinerja Operasional |
| 12 | Kilas Peristiwa 2021 |
| 26 | Penghargaan dan Pengakuan |
| 32 | Sertifikasi |

02.

Laporan Manajemen

| | |
|----|-------------------------|
| 36 | Laporan Komisaris Utama |
| 40 | Dewan Komisaris |
| 42 | Profil Dewan Komisaris |
| 46 | Laporan Direktur Utama |
| 52 | Direksi |
| 54 | Profil Direksi |

03.

Tentang Telkomsel

| | |
|----|---------------------------|
| 60 | Visi dan Misi |
| 61 | Sekilas Telkomsel |
| 62 | Riwayat Kepemilikan Saham |
| 64 | Jejak Langkah |
| 66 | Struktur Organisasi |
| 66 | Struktur Korporasi |
| 67 | Produk & Layanan Utama |

04.

Tinjauan Bisnis

| | |
|----|--|
| 70 | Strategi Perusahaan |
| 72 | Perjalanan Transformasi: "Open a World of More" |
| 76 | <i>Legacy</i> |
| 79 | <i>Broadband</i> |
| 82 | Layanan Digital |
| 91 | Teknologi Informasi dan Jaringan |
| 96 | Sumber Daya Manusia |

05. Keberlanjutan

| | |
|-----|--|
| 102 | Pedoman Perilaku |
| 102 | Rapat Umum Pemegang Saham |
| 103 | Dewan Komisaris |
| 105 | Komite-Komite di Bawah Dewan Komisaris |
| 107 | Direksi |
| 109 | Independensi Dewan Komisaris dan Direksi |
| 109 | Remunerasi Anggota Dewan |
| 110 | Audit Internal |
| 111 | Audit Eksternal |
| 111 | Sekretaris Perusahaan |
| 111 | Hubungan Investor |
| 112 | Manajemen Risiko |
| 114 | <i>Whistleblowing</i> |
| 114 | Manajemen Regulasi & Litigasi |

06.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

| | |
|-----|---|
| 120 | Prinsip Dasar dan Sasaran |
| 120 | Strategi dan Keberlanjutan |
| 120 | <i>Education</i> |
| 122 | <i>Digital Citizenship</i> |
| 124 | <i>Community Empowerment and Well-being</i> |
| 126 | <i>Philanthropy</i> |

Analisis dan Pembahasan Manajemen

07.

| | |
|-----|--|
| 130 | Tinjauan Makroekonomi |
| 130 | Perjalanan Ekonomi Indonesia |
| 131 | Prospek Industri dan Tinjauan Bisnis |
| 132 | Kinerja 2021 |
| 132 | Pencapaian Operasional |
| 133 | Kinerja Keuangan |
| 136 | Jalur Pertumbuhan Masa Depan |
| 138 | Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2021 |
| 140 | Daftar Singkatan |
| 141 | Daftar GraPARI |
| 158 | Data Perusahaan |



Kinerja Keuangan

| KETERANGAN (miliar rupiah) | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 |
|--|-----------------|----------|----------|----------|----------|
| POSISI KEUANGAN | | | | | |
| Aset Lancar | 12.288 | 19.488 | 18.657 | 16.836 | 21.098 |
| Aset Tetap | 71.598 | 74.901 | 55.229 | 56.899 | 56.074 |
| Aset Tidak Lancar Lainnya | 17.416 | 9.263 | 8.844 | 8.916 | 8.576 |
| Jumlah Aset | 101.302 | 103.652 | 82.730 | 82.650 | 85.748 |
| Liabilitas Jangka Pendek | 31.654 | 28.997 | 20.892 | 20.737 | 23.031 |
| Liabilitas Jangka Panjang | 30.205 | 23.568 | 12.629 | 10.767 | 8.587 |
| Ekuitas | 39.443 | 51.088 | 49.209 | 51.147 | 54.130 |
| Jumlah Liabilitas dan Ekuitas | 101.302 | 103.652 | 82.730 | 82.650 | 85.748 |
| LABA RUGI | | | | | |
| Pendapatan | 87.506 | 87.103 | 91.088 | 89.246 | 93.217 |
| Beban (termasuk Depresiasi & Lainnya) | 52.524 | 54.000 | 56.134 | 54.707 | 53.164 |
| EBITDA | 50.021 | 51.094 | 49.218 | 47.439 | 53.592 |
| Laba Bersih | 26.160 | 25.062 | 25.799 | 25.536 | 30.395 |
| ARUS KAS | | | | | |
| Arus Kas dari Kegiatan Operasi | 40.795 | 39.770 | 41.478 | 36.910 | 39.571 |
| Arus Kas untuk Kegiatan Investasi | (12.943) | (10.923) | (13.448) | (16.095) | (13.984) |
| Arus Kas dari/(untuk) Kegiatan Pendanaan | 2.170 | (6.976) | 439 | 2.998 | (710) |
| Dividen Kas | (36.410) | (21.301) | (26.382) | (27.865) | (34.010) |
| Kas dan Setara Kas pada Akhir Tahun | 2.766 | 9.154 | 8.583 | 6.497 | 10.548 |
| RASIO KEUANGAN | | | | | |
| Margin EBITDA ¹ | 57% | 59% | 54% | 53% | 57% |
| Margin Laba Bersih ² | 30% | 29% | 28% | 29% | 33% |
| Return on Assets ³ | 26% | 27% | 31% | 30% | 35% |
| Return on Equity ⁴ | 58% | 50% | 51% | 49% | 54% |

CATATAN:

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

Kinerja Operasional

| | 2021 | 2020 | 2019 | 2018 | 2017 |
|--|-------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| PELANGGAN - RIBU | | | | | |
| Pascabayar | 7.201 | 6.495 | 6.376 | 5.400 | 4.739 |
| Prabayar | 168.776 | 163.046 | 164.729 | 157.587 | 191.583 |
| Total | 175.977 | 169.542 | 171.105 | 162.988 | 196.322 |
| PENGGERAK BISNIS LEGACY | | | | | |
| Jumlah MoU - miliar menit | 123 | 151 | 179 | 207 | 212 |
| Jumlah SMS - miliar unit | 27 | 39 | 54 | 77 | 135 |
| PENGGERAK BISNIS INTI | | | | | |
| Pengguna Layanan Data - ribu | 120.516 | 115.938 | 110.253 | 106.553 | 105.808 |
| Payload Data - terabyte | 13.837.050 | 9.654.742 | 6.715.227 | 4.373.077 | 2.168.245 |
| ARPU - Rp RIBU | | | | | |
| Blended | 44 | 44 | 46 | 41 | 43 |
| DATA JARINGAN - UNIT | | | | | |
| Jumlah BTS - 2G | 50.241 | 50.252 | 50.297 | 50.310 | 50.324 |
| Jumlah BTS - 3G/4G/5G | 200.875 | 180.920 | 161.938 | 138.771 | 110.381 |
| Total BTS | 251.116 | 231.172 | 212.235 | 189.081 | 160.705 |
| DATA KARYAWAN | | | | | |
| Jumlah Karyawan (termasuk entitas anak dan entitas asosiasi) | 5.535 | 5.371 | 5.465 | 5.535 | 5.461 |



Kilas Peristiwa 2021



We Soar and Rise Together

Mengawali tahun 2021 dengan optimis, Telkomsel menggelar *virtual conference* bertajuk *We Soar and Rise Together* sebagai wadah bagi Direksi dan karyawan untuk menggalang komitmen untuk bekerja secara optimal mewujudkan Telkomsel sebagai *digital telco company* terdepan dan paling inovatif.



Tinc Batch 6: Kolaborasi Pengembangan Potensi Digital Inovator Lokal

Telkomsel Innovation Center (Tinc) Batch 6 mengajak para inovator lokal di seluruh Indonesia mewujudkan potensi mereka dengan berkolaborasi di ekosistem bisnis digital Telkomsel. Bidang yang digarap di Tinc Batch 6 antara lain *education tech, health tech, fintech, IoT, leisure economy tech, cybersecurity, AI, machine learning, big data & analytics*, serta *augmented & virtual reality*.



Telkomsel dan Gojek Integrasikan Layanan Iklan Digital bagi UMKM untuk Perluas Pasar

Telkomsel dan Gojek integrasikan layanan Telkomsel MyAds (solusi bisnis untuk membuat, mengirimkan, dan memantau kampanye iklan berbasis SMS, MMS, dan pesan pop-up secara mandiri) dengan GoBiz, super app Gojek, untuk perluas pangsa pasar dan tingkatkan peluang pengembangan usaha pelaku UMKM di ekosistem Gojek. Integrasi ini memungkinkan mitra usaha Gojek untuk mengakses dan menggunakan berbagai layanan Telkomsel MyAds langsung pada GoBiz, sehingga dapat menjangkau lebih banyak pelanggan baru dengan mengandalkan solusi iklan terarah dari Telkomsel MyAds.





Komitmen Telkomsel untuk Tingkatkan Pengalaman Pengguna dan Pemerataan Akses Broadband 4G/LTE di 2021

Telkomsel melanjutkan komitmennya terhadap pemerataan infrastruktur jaringan dan meningkatkan pengalaman akses *broadband* masyarakat. Pembangunan infrastruktur mencakup penambahan kapasitas dan kecepatan jaringan, akselerasi penerapan teknologi baru, serta perluasan cakupan layanan VoLTE di seluruh Indonesia. Telkomsel sebagai *digital telco company* terdepan semakin mendukung gaya hidup digital pelanggan, dengan memfasilitasi adaptasi kebiasaan baru di masa pandemi.

02.
Februari



Telkomsel dan Mitratel Selesai Mengalihkan Kepemilikan 6.050 Menara Telekomunikasi

Pengalihan kepemilikan 6.050 menara telekomunikasi Telkomsel kepada Mitratel telah rampung per Februari 2021, dengan pengalihan kepemilikan 4.139 menara. Telkomsel bersama Mitratel resmi menyelesaikan aksi korporasi terkait penataan portofolio bisnis yang akan memperkuat fokus kedua pihak terhadap bisnis inti dan strategi korporasi masing-masing.



Telkomsel dan Gojek Perkuat Sinergi Memberdayakan Mitra UMKM

Telkomsel dan Gojek memperkuat sinergi keduanya dengan memperluas akses bagi mitra UMKM menjadi *reseller* Telkomsel melalui aplikasi DigiPOS Aja! Pelaku UMKM dalam ekosistem Gojek dapat menambah penghasilan dengan menjadi *reseller* pulsa dan kuota data Telkomsel secara mudah dan cepat, langsung pada aplikasi GoBiz. Telkomsel dan Gojek akan melanjutkan kolaborasinya dengan membuka lebih banyak peluang bermanfaat bagi rakyat.

03.
Maret



03.

Maret



Telkomsel Terus Dukung Penyaluran Bantuan Kuota Data Internet 2021

Untuk mendukung proses belajar jarak jauh di masa pandemi, Telkomsel berpartisipasi dalam program Bantuan Kuota Data Internet tahap dua dari Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud RI), mulai Maret hingga Mei 2021. Bantuan ini memfasilitas kegiatan belajar jarak jauh bagi peserta didik dan pendidik.

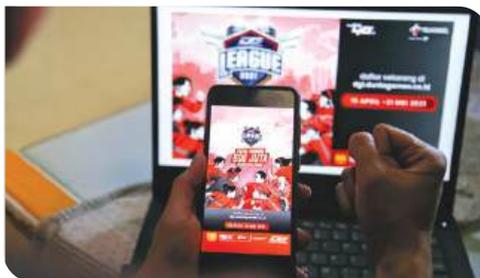


Telkomsel Terima Penghargaan atas Kontribusi Pajak

Telkomsel kembali meraih penghargaan sebagai penyumbang pajak terbesar di Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Wajib Pajak Besar Empat di tahun 2020, melanjutkan prestasi serupa di tahun 2019. Prestasi ini ditunjang oleh kinerja finansial Telkomsel yang kuat, yang dibangun dari berbagai inisiatifnya untuk memperluas akses broadband yang merata ke seluruh lapisan masyarakat, mendukung transformasi digital pelaku usaha, hingga menggalang kolaborasi di ekosistem digital nasional.

04.

April



Dunia Games League 2021 Dorong Gamer Indonesia untuk Unjuk Kebolehan

Telkomsel menjadi *enabler* bagi kemajuan ekosistem *esports* di Indonesia melalui penyelenggaraan Dunia Games League (DGL) 2021, edisi ketiga sejak diinisiasi di tahun 2019. Telkomsel, melalui Dunia Games, membuka kesempatan bagi *online gamer* di seluruh penjuru negeri untuk mengasah keterampilan *gaming* mereka. Lewat platform Dunia Games, *gamer* dapat menyalurkan minat, saling terhubung, dan berkolaborasi dalam komunitas dan ekosistem *esports* yang holistik, menarik, dan berkembang.



Telkomsel dan Telkom University Hadirkan Beasiswa bagi Talenta Digital

Telkomsel dan Telkom University berkolaborasi menghadirkan program beasiswa bagi para lulusan SMA terbaik untuk mengembangkan kapabilitas teknologi digital mereka. Program beasiswa bagi calon mahasiswa Telkom University ini membuka kesempatan bagi mereka setelah lulus untuk bergabung dengan Telkomsel. Ini merupakan upaya berkelanjutan Telkomsel untuk menjalankan transformasi digital secara menyeluruh, mulai dari aspek sumber daya manusia yang kompeten.



Dengan Kolaborasi GoPay, Telkomsel, dan PUBG MOBILE, Main Mobile Game Lebih Seru!

GoPay, bagian dari ekosistem Gojek, bersama Telkomsel melalui Dunia Games berkolaborasi dengan PUBG MOBILE untuk memberikan pengalaman seru bagi komunitas *gamer* di Indonesia melalui rangkaian penawaran menarik. Dengan lebih dari 100 juta *gamer*, saat ini Indonesia adalah salah satu negara dengan jumlah pemain aktif PUBG Mobile terbanyak di dunia, dan telah mencetak tim *esports* yang berprestasi di berbagai ajang kejuaraan PUBG Mobile League tingkat nasional dan internasional.



Telkomsel Siaga Ajak Masyarakat Maksimalkan Pengalaman Aktivitas Digital untuk #BukaPintuKebaikan di Momen Ramadan dan Idul Fitri 1442 H

Telkomsel menyambut Ramadan dan Idul Fitri (RAFI) 1442 H dengan mengamankan jaringan dan mengoptimalkan pelayanan pelanggan, demi memastikan konektivitas prima dan ketersediaan produk dan layanan digital terdepan yang mendampingi masyarakat dalam berbagai aktivitas selama RAFI 2021. Pada event TELKOMSELSiaga RAFI 2021, Telkomsel mengajak masyarakat untuk #BukaPintuKebaikan, membuka lebih banyak peluang kebaikan selama momen ini. Telkomsel menyalurkan sembako dan alat sekolah, kebersihan, dan kesehatan pada 2.600 anak yatim dan dhuafa, 260 yayasan dan masjid, 26 masjid agung, 2.600 tenaga kesehatan dan masyarakat dhuafa, serta paket dana usaha untuk 260 pedagang kecil atau UMKM yang terdampak pandemi Covid-19, melalui program CSR.



Telkomsel Luncurkan Layanan 5G Pertama di Indonesia

Telkomsel meluncurkan layanan 5G dengan mengusung "5G: Unlock the Future", membuka potensi masa depan yang tak terbatas bagi masyarakat Indonesia sekaligus menjadi tonggak sejarah bagi Telkomsel yang telah 26 tahun melayani Indonesia. Telkomsel 5G dapat diakses secara komersial oleh semua lapisan masyarakat melalui pengembangan bertahap dari sisi produk, layanan, dan *use case* melalui kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan. Layanan 5G menjadi bagian dari peta jalan transformasi Telkomsel untuk mendorong kemajuan bangsa melalui penguatan kapabilitas digital nasional.



Telkomsel Optimalkan Tambahan 20 MHz Frekuensi 2,3 GHz untuk Akselerasi Pemerataan Akses Broadband dan Pengembangan Teknologi Terbaru

Telkomsel merupakan salah satu pemenang Seleksi Pengguna Pita Frekuensi Radio 2,3 GHz untuk Keperluan Penyelenggaraan Jaringan Bergerak Seluler Tahun 2021 yang digelar oleh Kemkominfo RI, dengan alokasi Blok A dan C. Tambahan spektrum ini dimanfaatkan untuk meningkatkan kapasitas dan meningkatkan kualitas layanan jaringan bergerak seluler, serta mendorong akselerasi penerapan teknologi 4G/LTE, sebagai pintu gerbang menuju implementasi 5G di Indonesia.

Telkomsel Tambah Investasi USD300 Juta di Gojek

Telkomsel melakukan investasi lanjutan di Gojek senilai USD300 juta, mengawali momentum baru yang mendorong integrasi ekosistem kedua pihak untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan mitra, sekaligus menghadirkan lebih banyak solusi untuk mengembangkan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan di Indonesia. Aksi korporasi Telkomsel ini sejalan dengan perannya sebagai *digital telco company* terdepan yang membuka lebih banyak peluang bagi semua untuk mendapatkan akses ke platform daring yang *customer-centric* dan berdampak positif bagi kehidupan.

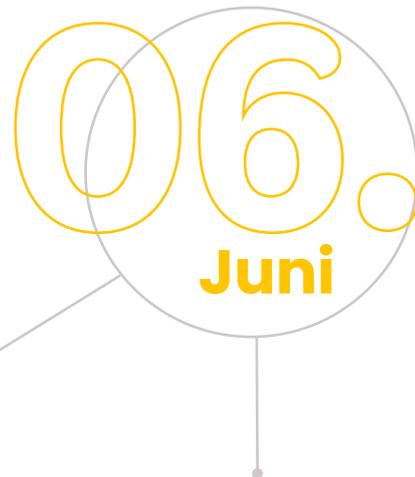


05.
Mei



Telkomsel Perkenalkan Identitas Baru sebagai Simbol Perubahan untuk #BukaSemuaPeluang

Telkomsel berkomitmen untuk terus beradaptasi dan relevan dalam menghadirkan perubahan yang dapat menjawab berbagai tantangan seiring berkembangnya zaman. Telkomsel meluncurkan identitas barunya dengan slogan #BukaSemuaPeluang, dengan memaksimalkan potensi masyarakat di segala aspek kehidupan melalui kemungkinan tanpa batas. Hadirnya nilai-nilai baru, yaitu *integrity*, *purposeful*, *empowering*, dan *exciting*, diaktualisasikan dalam integrasi produk dan layanan berbasis digital yang lebih komprehensif, serta pembaharuan identitas perusahaan hingga *brand visual* yang mempertegas komitmen Telkomsel sebagai simbol perubahan di masa mendatang.



Perayaan HUT Telkomsel ke-26

Perayaan HUT ke-26 di masa pandemi dimungkinkan dengan memadukan kecanggihan teknologi terkini dan kreativitas yang apik. Perayaan ini sekaligus mewujudkan akses gaya hidup digital selaras dengan *tagline* yang turut diluncurkan, yakni "We Are Digital – Unlocking the Possibility". Telkomsel berkomitmen untuk menghasilkan cipta dan karya terbaik yang melampaui ekspektasi pelanggan, menciptakan nilai bagi masyarakat luas, serta mendukung kemajuan bangsa di berbagai aspek kehidupan.



Telkomsel nGage Hadirkan Solusi Komunikasi Digital Bisnis Korporasi Berbasis *Communication Platform as a Service (CPaaS)*

Telkomsel melalui Telkomsel Enterprise, yang menyediakan solusi bisnis komprehensif untuk segmen perusahaan, pemerintahan, dan UMKM, meluncurkan Telkomsel nGage, *Communication Platform as a Service (CPaaS)* yang memungkinkan pelanggan korporat memaksimalkan komunikasi digital mereka dengan berbagai pihak. Telkomsel nGage memastikan fleksibilitas komunikasi dan keamanan data untuk meningkatkan pengalaman pengguna melalui beragam fitur, seperti Number Masking, Video API, dan Two-Factor Authentication. Sebagai mitra Telkomsel nGage, Gojek telah memanfaatkan fitur Number Masking untuk meningkatkan pengalaman dan keamanan bagi pengguna layanan Gojek.

06.
Juni



Kolaborasi dengan Schneider Electric Dorong Pemanfaatan 5G untuk Industri 4.0 di Indonesia

Setelah menjadi operator 5G pertama di Indonesia, Telkomsel terus bergerak maju dengan memperkuat kemitraan strategis untuk mempercepat transformasi digital dan Industri 4.0 di Indonesia melalui penandatanganan nota kesepahaman dengan Schneider Electric untuk *5G trial joint collaboration*, bersamaan dengan peluncuran layanan 5G di Kota Batam pada 7 Juni 2021. Sebagai bagian dari kolaborasi ini adalah fitur *live streaming virtual tour* pabrik pintar Schneider Electric di Batam; teknologi EcoStruxure™ Augmented Operator Advisor berupa penerapan *augmented reality* menggunakan gawai tablet yang terhubung ke jaringan 5G untuk membantu teknisi melakukan pemeliharaan jarak jauh; aplikasi sistem EcoStruxure™ Machine Advisor yang menghubungkan sensor dan *drive IoT* ke *online dashboard monitoring machine fleet management*, sehingga proses produksi terpantau *real time*.

TADEX, Tanah Air Digital Exchange untuk Kedaulatan Digital Indonesia

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) mendukung Dewan Pers dan industri pers nasional menerapkan inovasi teknologi terkini bagi industri media, khususnya periklanan, melalui peluncuran layanan digital TADEX (Tanah Air Digital Exchange). Sebagai *premium programmatic advertising* terbesar di Indonesia, TADEX merupakan solusi bagi pelaku di industri periklanan nasional, yang diwujudkan melalui kolaborasi dua anak perusahaan Telkom, yakni Telkomsel dan Metranet, bersama Dewan Pers, Task Force Media Sustainability, dan Asosiasi Periklanan.





TMI Mendominasi Investasi Pra-Seri A di Feedloop, Memperkuat Otomasi Digital Sektor Korporasi Indonesia

Telkomsel terus memberdayakan para *digitalpreneurs*, khususnya *startup* yang berpotensi tumbuh di Indonesia, dengan mengoptimalkan ekosistem, aset, dan kompetensi Telkomsel. Sebagai buktinya adalah investasi strategis TMI pada tahap Pra-Seri A di Feedloop, *startup* yang menyediakan *Software as a Service* (SaaS) dengan platform nirkode untuk membantu berbagai korporasi dan UKM mengakselerasi transformasi digital mereka di seluruh proses bisnis melalui *hyperautomation*.

Telkomsel Mitra Inovasi Berdayakan Ekosistem Startup Indonesia

Sebagai anak usaha Telkomsel di bidang permodalan ventura, Telkomsel Mitra Inovasi (TMI) mengakselerasi perkembangan *startup* tanah air dan global melalui pendanaan dan pemberdayaan dengan mengedepankan *synergy value*. TMI berfokus pada kemitraan jangka panjang dan pengembangan bisnis yang menjawab kebutuhan masyarakat. TMI merupakan inisiatif digital Telkomsel yang konsisten memberdayakan *digitalpreneurs*, terutama *startup* yang berpotensi berkembang di Indonesia, melalui investasi dan kolaborasi dengan mengoptimalkan ekosistem, aset, dan kompetensi Telkomsel. Melalui TMI, Telkomsel telah berinvestasi di berbagai *startup*, seperti Kredivo, PrivyID, Qlue, Halodoc, Tanihub, Tada, SiCepat, dan Inspigo.



Telkomsel Luncurkan Kunci, Platform Pengasah Kompetensi Kreatif

Komitmen Telkomsel untuk mengakselerasi pemberdayaan bangsa Indonesia melalui kepemimpinan teknologi mewujudkan dengan hadirnya Kunci, platform pembelajaran bagi talenta Indonesia. Kunci melibatkan 65 praktisi dan pakar dari berbagai bidang sebagai mentor bagi ribuan pengguna aktif setiap harinya.

07. Juli

08.
Agustus

Peluncuran IoT Envion, Solusi Berbasis AI untuk Otomasi dan Optimasi Sistem Manajemen Energi

Telkomsel mendorong daya saing industri dan membangun ekosistem Industri 4.0 Indonesia dengan terus menghadirkan solusi dan layanan digital inovatif untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi, sekaligus melengkapi mereka untuk mengadopsi teknologi masa depan. Komitmen ini terwujud melalui peluncuran layanan IoT Energy Visibility Solution (Envion), solusi berbasis AI yang mengotomasi dan mengoptimasi sistem manajemen energi korporasi. IoT Envion memiliki fungsi peringatan dan mitigasi, sehingga konsumsi energi dapat dioptimalkan saat terjadi kerusakan pada genset atau baterai. Peluncuran IoT Envion dibarengi dengan penandatanganan nota kesepahaman antara Telkomsel dengan Telkominfra, yang akan menggunakan IoT Envion untuk pusat data Telkominfra.



Teknologi NB-IoT untuk Solusi Smart Water Meter

Mengakselerasi transformasi digital berbasis teknologi IoT di berbagai industri, Telkomsel melalui unit bisnis Telkomsel IoT bekerja sama dengan PT Barindo Anggun Industri menerapkan teknologi Narrowband IoT (NB-IoT) pada alat ukur penggunaan air, menghasilkan solusi Smart Water Meter. Solusi ini meningkatkan efisiensi dan pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kepada pelanggannya, yang memungkinkan pembacaan data pemakaian air real time dan terintegrasi ke sistem Prabayar.

09. September



Telkomsel dan Mitratel Luncurkan Aksi Korporasi Lanjutan untuk Mengalihkan Kepemilikan 4.000 Menara Telekomunikasi

Telkomsel dan Mitratel melanjutkan komitmen mereka untuk memperkuat transformasi portofolio usaha dari masing-masing pihak, melalui pengalihan kepemilikan 4.000 menara telekomunikasi dari Telkomsel kepada Mitratel. Jumlah ini menambah 6.050 menara yang sebelumnya telah dialihkan kepemilikannya dari Telkomsel kepada Mitratel.

Telkomsel Orbit 5G Hadirkan Keuntungan Ekstra untuk Pengalaman Internet Rumahan Berteknologi Terdepan

Telkomsel sebagai operator 5G pertama di Indonesia terus mengakselerasi pembangunan dan pengembangan ekosistem 5G, salah satunya melalui layanan Telkomsel Orbit, fasilitas internet 5G rumah berteknologi terdepan bagi seluruh lapisan masyarakat. Langkah progresif ini menjadi bagian dari peta jalan perluasan jangkauan layanan Telkomsel 5G secara bertahap untuk memperkuat ekosistem digital nasional yang inklusif dan berkelanjutan.

10. Oktober

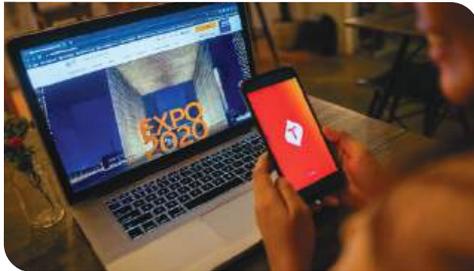
Telkomsel Menghadirkan Akses 5G Pertama di Papua

Telkomsel membuka lebih banyak peluang bagi rakyat Papua dengan menggelar jaringan 5G di Bumi Cendrawasih untuk pertama kalinya, sekaligus menghadirkan pengalaman digital teknologi terbaru dalam momentum Pekan Olahraga Nasional (PON) XX Papua 2021. Masyarakat menikmati pengalaman digital di jaringan 5G—antara lain *5G virtual reality (VR) live*, *5G VR based drone*, dan *5G VR tourism*—melalui gelaran Telkomsel 5G Experience Centre di kawasan Stadion Lukas Enembe, Papua.





10.
Oktober



Telkomsel Jadi Wakil Indonesia di Ajang Expo 2020 Dubai, #BukaSemuaPeluang Investasi Global untuk Kemajuan Bangsa

Telkomsel terus bergerak maju untuk #BukaSemuaPeluang menunjukkan potensi terbaik Indonesia kepada dunia melalui dukungan atas partisipasi Indonesia di Expo 2020 Dubai yang diselenggarakan di 2021–2022. Telkomsel menjadi salah satu perwakilan delegasi Indonesia dari sektor industri telekomunikasi yang konsisten mengakselerasi pertumbuhan ekosistem digital nasional melalui pemanfaatan teknologi terkini, sehingga Indonesia dapat menjadi salah satu negara yang paling menjanjikan untuk dikunjungi, berdagang, dan berinvestasi oleh masyarakat global. Telkomsel unjuk kapabilitas teknologi digital terkini serta ragam solusi digital inovatifnya di area Paviliun Indonesia pada Expo 2020 Dubai tersebut.



Telkomsel Siap Gelar 7.772 USO 4G/LTE Baru untuk Pemerataan Akses Broadband Wilayah 3T di seluruh Indonesia

Telkomsel menjalankan perannya sebagai *connectivity enabler* dengan terus mengupayakan pemerataan akses jaringan *broadband* di Indonesia, agar masyarakat di wilayah perkotaan, pedesaan, hingga wilayah 3T sekalipun berkesempatan untuk terhubung dan melakukan berbagai aktivitas digital. Telkomsel bersama BAKTI berkolaborasi kembali, membangun 7.772 BTS Universal Service Obligation (USO) 4G/LTE di wilayah 3T hingga Desember 2022.

Partisipasi Telkomsel dalam #GirlsTakeOver 2021 Akselerasi Pemberdayaan Perempuan di Industri Teknologi Indonesia

Memperingati Hari Anak Perempuan Internasional sekaligus mendukung pemberdayaan peran perempuan di industri teknologi, Telkomsel berpartisipasi dan mendukung kampanye #GirlsTakeOver 2021. Wujud partisipasinya adalah dengan membuka peluang bagi perempuan muda terpilih untuk menggantikan Hendri Mulya Syam selaku Direktur Utama Telkomsel selama satu hari. Partisipasi ini menunjukkan komitmen Telkomsel untuk mendukung kesetaraan karier dan kepemimpinan perempuan di industri teknologi, khususnya di lingkungan kerja Telkomsel.





Peluncuran Telkomsel IoT Sphere, Sistem Security IoT untuk Korporasi

Telkomsel IoT Sphere merupakan solusi layanan keamanan IoT untuk memberi perlindungan optimal pada jaringan pelanggan dari ancaman dan eksploitasi siber, sehingga menjaga kinerja dan produktivitas perusahaan. Beragam fitur unggulannya—meliputi Just on Click, Security and Threats Protection, Device Agnostic, serta Routing & Filtering—menjadikan Telkomsel IoT Sphere *smart security solution* yang cocok untuk beragam kebutuhan keamanan di berbagai sektor industri dan pemerintahan.



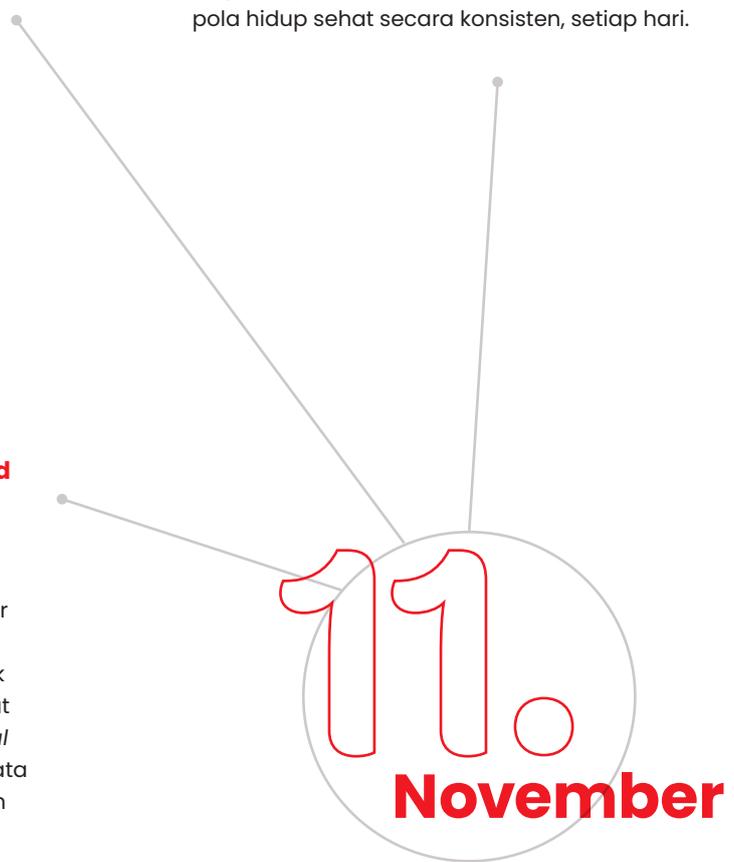
Dengan Fita, Telkomsel Dorong Masyarakat Bangun Pola Hidup Sehat

Telkomsel merambah bidang *health-tech* dengan platform digital Fita, aplikasi dengan konten kesehatan, kebugaran, dan nutrisi yang dikembangkan oleh para pakar. Fita bermanfaat bagi masyarakat Indonesia dalam membiasakan pola hidup sehat secara konsisten, setiap hari.



Telkomsel Perkuat Konektivitas Broadband 4G/LTE dan Bawa Pengalaman 5G ke Mandalika International Street Circuit

Telkomsel menyediakan konektivitas jaringan *mobile broadband 4G/LTE* serta menjadi operator telekomunikasi pertama yang mengoperasikan jaringan 5G bagi masyarakat Kabupaten Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat. Komitmen tersebut mewujudkan dukungan Telkomsel sebagai *digital telco partner* upaya digitalisasi Destinasi Pariwisata Super Prioritas yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, yakni kawasan Mandalika. Secara khusus, akses 5G tersedia di Mandalika International Street Circuit, lokasi rangkaian kegiatan olahraga otomotif tingkat dunia, World Superbike 2021 dan MotoGP 2022.



November

12. Desember



Telkomsel #TerusNyalakanSemangat Sambut Natal 2021 dan Bangkitkan Optimisme Bangsa di Tahun Baru 2022

Menyambut Hari Raya Natal 2021 dan Tahun Baru 2022 (NARU), Telkomsel menegaskan perannya sebagai *digital telco company* terdepan di Indonesia dengan mengajak seluruh masyarakat untuk #TerusNyalakanSemangat dan membangkitkan optimisme bangsa di tengah pandemi. Telkomsel melanjutkan beragam aktivitas dan program yang fokus pada pengamanan kapasitas dan kualitas jaringan *broadband*, jaminan ketersediaan produk dan layanan unggulan, program loyalitas pelanggan, serta berbagi untuk sesama melalui CSR.



Aplikasi Kunci dan Fita Raih Google Play Awards 2021

Dua aplikasi besutan Telkomsel—Kunci dan Fita—meraih penghargaan Google Play Awards 2021. Kunci yang fokus pada pengembangan potensi talenta di Indonesia melalui pembelajaran dan pengembangan keterampilan di berbagai bidang, menang di kategori Best for Personal Growth. Sedangkan Fita, aplikasi yang membantu masyarakat membangun kebiasaan baik dan gaya hidup sehat, dinobatkan sebagai Best Hidden Gems. Walau usianya belum genap setahun, kedua aplikasi tersebut telah disambut marak oleh para pengguna Android. Prestasi ini menunjukkan komitmen Telkomsel dalam mengembangkan dan memperluas portofolio bisnis digitalnya sebagai *digital telco company* terdepan.



Telkomsel Akselerasi Inklusi Keuangan Nasional pada Perhelatan Bulan Fintech Nasional & Indonesia Fintech Summit 2021

Telkomsel terus mendukung akselerasi inklusi keuangan nasional melalui pemanfaatan teknologi digital terkini, dengan ikut serta dalam Bulan Fintech Nasional (BFN) & Indonesia Fintech Summit (IFS) 2021 pada 11 November–12 Desember 2021. Telkomsel membuka peluang kolaborasi lebih luas di sektor keuangan dengan mendorong pemanfaatan *fintech* untuk mengakselerasi inklusi keuangan dan memperkuat pertumbuhan ekonomi digital Indonesia yang berkelanjutan. Sebagai *enabler*, Telkomsel menghadirkan berbagai inisiatif yang memperkuat ekosistem keuangan digital nasional melalui solusi-solusi digital terdepan dari Telkomsel Klop!



5G Experience Centre pada Peluncuran Pusat Industri Digital Indonesia 4.0

Telkomsel konsisten memperkuat ekosistem ekonomi digital nasional yang inklusif dan berkelanjutan dengan menerapkan teknologi terdepan bagi berbagai sektor industri di Indonesia. Telkomsel dan Kementerian Perindustrian RI mengembangkan sumber daya manusia berbasis industri dan teknologi melalui penandatanganan nota kesepahaman dan peluncuran Pusat Industri Digital Indonesia 4.0 (PIDI 4.0). Pada kesempatan tersebut, Telkomsel menghadirkan 5G Experience Centre dan beragam solusi teknologi telekomunikasi digital terdepan dari Telkomsel Enterprise dan Telkomsel IoT, dengan dukungan jaringan 5G untuk mendukung *roadmap* Making Indonesia 4.0 sebagai program prioritas nasional.

Penghargaan dan Pengakuan



Best Practices Award 2021 –
Frost & Sullivan



Smarties Award



PT Telkomsel Indonesia
Digital Trophy 2021



Outsystems Innovation
Award 2021

Berbagai pengakuan dari institusi baik domestik maupun internasional yang diberikan kepada Telkomsel **merupakan bukti dari komitmen Telkomsel dalam mencapai keunggulan di berbagai bidang**, termasuk pengalaman pelanggan, *corporate image*, inovasi, hubungan masyarakat, serta tanggung jawab lingkungan & sosial perusahaan.



Indonesia BUMN Awards
2021 – The Economics



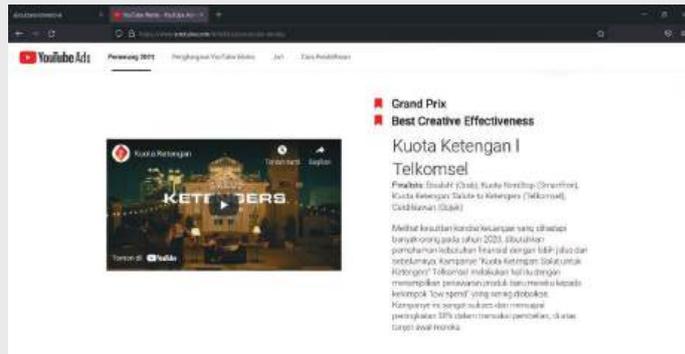
Indonesia SOE Subsidiaries
Leading Brand Awards
2021 – The Economics



Public Relations
Indonesia Awards 2021



Gatra Innovation Awards 2021



Youtube Awards 2021



Solo Best Brand & Innovation Award 2021 - Solopos



Gadget Squad Reviewer's Choice 2021



BISRA Award 2021 - Bisnis Indonesia



Iconomics Marketing Brand Awards 2021



HR Asia Best Companies to Work in Asia 2021 - HR Asia Media Singapore



IMACO - Warta Ekonomi



Indonesia Digital Popular Brand Award 2021 - Infobrand



Super Awards 2021 - Shopee



TJSL & CSR Award 2021 - BUMNTrack



Indonesia Millennial's Brand Choices Award 2021 - Warta Ekonomi



MOBY 2021 Certificate
TELKOMSEL ORBIT



MOBY 2021 Certificate
TELKOMSEL IoT

Corporate Image

Contact Center World Awards – Best in Customer Service (Gold Winner-Asia Pacific and Silver Winner-Global)

Outsystems Innovation Award 2021 – APAC Winner – Modernizes App Dev with OutSystems for Sixfold Agility Boost

Frost & Sullivan's Best Practices Award 2021 – Indonesia IoT Services Product Leadership Award – untuk Telkomsel IoT

HR Asia Media Indonesia Edition – HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2021



PR Award 2021 – Teropong Senayan



TOP CSR OF THE YEAR 2021 – Infobrand



SWA Magazine – HR Excellence Award 2021



SWA Magazine – Indonesia Customer Service Quality Award 2021

GSMA Asia Pacific Mobile 360 – Best Digital Nation Building Video Competition Awards – Most Favorite Digital Nation Building Video (Industry Choice)

IDC Future Enterprise Awards 2021 Indonesia – Best in Future of Intelligence

YouTube Works Awards 2021 (YouTube, Kantar, dan P3I) – Grand Prix dan Best Creative Effectiveness kategori – untuk kampanye Telkomsel’s Kuota Ketengan: Salute to Ketengers



Corporate Image

Humas Indonesia – Anugerah Humas Indonesia 2021 – Most Popular in Digital Media 2021 (kategori SOE Subsidiaries)

Direktorat Jenderal Pajak KPP Wajib Pajak Besar Empat – Apresiasi bagi Kontribusi Pajak Terbesar untuk Tahun Pajak 2020

Gadget Squad – Reviewers’ Choice Award 2021 – Operator of the Year 2021

The Economics – Indonesia BUMN Awards 2021 – The Best Brand Image (kategori Telecommunications), The Best Customer Satisfaction (kategori Telecommunications), dan The Best Annual Report (kategori IT & Telecommunication Group)

The Economics – Indonesia SOE Subsidiaries Leading Brand Awards 2021 dalam kategori IT & Telecommunications

SWA Magazine – HR Excellence Award 2021 – HR Digitization & People Analytics, Managing Transformation dan Learning & Development

SWA Magazine – Indonesia Customer Service Quality Award 2021 “Excellent” dalam kategori Cellular Operator Service Center untuk GraPARI, dan “Very Good” dalam kategori Cellular Operator Apps untuk MyTelkomsel

MarkPlus, Inc – BUMN Marketeers Awards 2021 –The Most Promising Company in Branding Campaign Gold dalam kategori Subsidiary

MarkPlus Insight Research – Indonesia WOW Brand Awards 2021 – Gold Winner untuk Telkomsel (Cellular Operator), dan Gold Winner untuk by U (Digital Operator)

Shopee Super Awards 2021 – Super Online ShopeePay Partner

Solo Pos – Solo Best Brand & Innovation (SBBI) Award 2021 – Best Brand in Solo untuk kategori GSM Prabayar

Tras n Co & Infobrand – Indonesia Digital Popular Brand Award 2021 – Building a Popular Brand Based on Search Engine, Social Media and Website dalam kategori Prepaid SIM Card

Warta Ekonomi – Indonesia Millennial’s Brand Choices Awards 2021 – Indonesia Best Millennial’s Brand Choice 2021 dalam kategori Cellular Telecommunication Provider

Warta Ekonomi – Indonesia Most Admired Companies Award 2021 – Indonesia Outstanding Admired Company 2021 dalam kategori Telecommunication

Warta Ekonomi – Indonesia Most Acclaimed Companies (IMACO) Awards 2021 – Indonesia Outstanding Acclaimed Company 2021 dalam kategori Telecommunication

| | |
|-------------------------------|---|
| Tanggung Jawab Sosial | Bisnis Indonesia & Habitat for Humanity Indonesia – Bisnis Indonesia Corporate Social Responsibility Award (BISRA) 2021 – Silver Champion in CSR program (kategori Private Company) |
| | BUMN Track – TJSI & CSR Award 2021 – untuk The NextDev dalam kategori Social Pillar, dan untuk IndonesiaNEXT dalam kategori Economic Pillar |
| | Gatra Media Group – Gatra Innovation Awards 2021 – Innovation Assistance for Startups to Become Competitive dalam kategori SOE CSR |
| | Merdeka Online Media – Merdeka Award 2021 – Social Awareness Program dalam kategori Helping the Impact of Covid-19 |
| | Teropong Senayan Media – Teropong CSR Award 2021 dalam kategori Care for MSME dan Digital E-Learning |
| | Tras n Co & Infobrand – Indonesia Top CSR of the Year 2021 – Achievement in Performing Social Responsibility Activities |
| Pengalaman Pelanggan | Indonesia Smarties – MMA Smarties Indonesia 2021 – Silver Winner for Seamless Consumer Experience with Seamless Technology Integration between GoBiz and Telkomsel MyAds to Empower SMEs in Indonesia |
| Hubungan Masyarakat | MIX-Marketing Communication – Indonesia PR Program of the Year 2021 dalam kategori Journalist Choice |
| | Public Relations Indonesia Awards 2021 – PR Campaign HUT RI 75 TAHUN Gold Winner dalam kategori Corporate Public Relations, dan Most Popular in Print Media |
| | Teropong Senayan Media – Teropong PR Award 2021 – PR of the Year |
| | Tras n Co – Indonesia Top Digital Public Relations Award 2021 dalam kategori Telecommunication Provider |
| Produk & Pemasaran | Google Play Awards 2021 – Best for Personal Growth untuk aplikasi Kunci, dan Best Hidden Gem untuk aplikasi Fita, yang keduanya dikembangkan oleh Telkomsel |
| | The Economics – Economics Marketing Brands Award 2021 in Media & Telecommunications category – untuk <i>simPATI</i> |
| | Marketeers OMNI Brands of the Year 2021 – Best Omni-Channel Campaign for B2B untuk Telkomsel IoT, and Outstanding Omni Performance for Home Internet untuk Telkomsel Orbit |
| Jaringan | Selular Media Network – Selular Award 2021 – Best 4 5G Services, Best Video Performance Experience, Best Gaming Operator, dan Best Initiate 5G Market |



Sertifikasi



76

GraPARI Telkomsel telah
menerima sertifikasi
ISO 9001:2015

- Banda Aceh
- Batam Center
- Belitung
- Bengkulu
- Binjai
- Dumai
- Grand Batam Mall
- Jambi
- Kisaran
- Lampung
- Lhokseumawe
- Lubuk Linggau
- SKA Pekanbaru
- Meulaboh
- Ring Road City Walks Medan
- Padang
- Padang Sidempuan
- Palembang Icon
- Pekanbaru
- Sibolga
- Tanjung Pinang
- Center Point Medan
- GMP Medan
- Central Park Jakarta Barat
- Cianjur
- Cibubur
- Cilegon
- Dago Bandung
- Wisma Alia
- Mall Kota Kasablanka Jakarta
- Bekasi Cyber Park
- Karawang
- Serang
- Sukabumi
- Terminal 3 Bandara Soetta
- Terminal Merak Sosoro
- Tasikmalaya
- Banyuwangi
- Denpasar

Kami berkomitmen untuk mewujudkan tingkat kepuasan pelanggan yang tertinggi, selaras dengan standar internasional ISO 9001:2015 untuk manajemen mutu, yang menunjukkan bahwa kami telah konsisten menyampaikan layanan berkualitas prima dan menjamin kepuasan pelanggan.

Di tahun 2021, kami mempertahankan sertifikasi ISO ini untuk 76 GraPARI, sehingga mencerminkan kualitas kami.

TEKNOLOGI INFORMASI

Telkomsel menerima sertifikasi ISO/IEC 27001:2013 dari BSI untuk pengelolaan keamanan informasi dalam aspek-aspek berikut: *Billing, Rating, and Charging, Mobile Financial Management (E-Wallet), Service Management, Order & Fulfillment 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. Semua ini selaras dengan Statement of Applicability ISMS/M01 Version 10.2 yang diterbitkan pada Mei 2020.*

- Gresik
- Jember
- Kediri
- Kudus
- Kupang
- Kuta
- Madiun
- Malang
- Mataram
- Pondok Jati
- Probolinggo
- Purwokerto
- Ciputra Semarang

- Semarang Pahlawan
- Solo
- Bukit Darmo Surabaya
- Surabaya Pemuda
- Tegal
- WTC Surabaya
- Yogyakarta
- Ambon
- Banjarmasin
- Bontang
- Gorontalo
- Jayapura
- Kendari

- Makassar
- Manado
- Manokwari
- Palangkaraya
- Palu
- Pare-Pare
- Pontianak
- Samarinda
- Sudirman Balikpapan
- Tarakan
- Timika

02

LAPORAN MANAJEMEN



Laporan Komisaris Utama

Para Pemegang Saham yang terhormat,

Dua tahun terakhir merupakan periode yang tak terlupakan bagi kita semua.

Sejak awal tahun 2020, dunia telah menghadapi Covid-19 dengan penuh keberanian dan kegigihan. Seluruh masyarakat cepat beradaptasi dengan mengadopsi cara hidup baru, menciptakan berbagai solusi untuk mengatasi tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Paket stimulus berskala besar dan program vaksinasi yang ekstensif di banyak negara mencerminkan upaya kolektif yang luar biasa dari sektor publik dan swasta. Sebagai hasilnya, PDB global berhasil bangkit dari kontraksi mendalam di tahun 2020, membukukan pertumbuhan tertinggi selama hampir empat dekade. Di Indonesia sendiri, pemulihan ekonomi ditopang oleh pasar komoditas yang bertumbuh pesat karena meningkatnya permintaan kembali ke kondisi pra-pandemi.

Pembatasan besar-besaran untuk meredam penyebaran virus corona dan variannya dalam dua tahun terakhir telah membatasi mobilitas dan aktivitas kita di ranah fisik. Walaupun begitu, aktivitas kita di ranah digital telah berkembang pesat. Didukung teknologi digital, kita telah belajar, dan akan segera menguasai, teknik-teknik baru untuk melakukan pekerjaan dengan sama produktifnya, baik di rumah maupun di tempat kerja. Kita telah menemukan cara-cara untuk mengisi waktu senggang dengan aktivitas yang seru di ekosistem digital, dan menjadikan hidup lebih bernilai dan bermakna dengan membina hubungan secara *online*.

Transformasi digital tanpa henti di berbagai sektor dan belahan dunia merupakan momen bersejarah bagi industri telekomunikasi.

Sebagai penghubung di masyarakat, industri telekomunikasi melayani kebutuhan publik yang semakin mendesak dan berkelanjutan akan layanan konektivitas, sehingga potensi pertumbuhannya semakin besar didorong oleh pandemi. Penerapan pembatasan jarak sosial telah mempercepat adopsi layanan digital berbasis konektivitas data *broadband*, sekaligus menjadi momentum bagi penyedia layanan untuk menghadirkan rangkaian solusi yang lebih luas pada jaringan mereka.

PENGAWASAN ATAS KINERJA TELKOMSEL DI TAHUN 2021

Oleh karena itu, adalah suatu kebanggaan bagi kami untuk menjadi saksi atas perjalanan yang telah dilalui Telkomsel yang sebagai perusahaan telekomunikasi digital dapat berkembang seiring dengan perilaku dan kebutuhan pelanggannya. Dengan tema korporat 2021, "Elevate the Core, Unleash Our Digital Power", kami menyongsong masa depan melalui perubahan inovatif yang mempertahankan reputasi Telkomsel sebagai penyedia layanan telekomunikasi digital terkemuka.

Identitas korporat Telkomsel yang baru ini menjadi sebuah dorongan untuk fokus pada hal yang esensial—kehadiran Layanan Data dan Digital. Pada tahun 2021, seiring kami mendiversifikasi penawaran digital dan melakukan perampingan pada produk-produk unggulan, kami juga memperkokoh posisi di ekosistem digital Indonesia dengan produk yang inovatif namun tetap terjangkau. Mulai dari *broadband* rumahan dan konten OTT yang menarik, hingga *super app* MyTelkomsel dan solusi korporat yang didukung oleh AI dan IoT.

Dengan tema korporat 2021, “Elevate the Core, Unleash Our Digital Power”, kami menyongsong masa depan melalui perubahan inovatif yang mempertahankan reputasi Telkomsel sebagai penyedia layanan telekomunikasi digital terkemuka.

Wishnutama Kusubandio
Komisaris Utama



Yang terpenting, Dewan Komisaris merasa puas dengan kemampuan manajemen dalam memimpin Telkomsel meraih pencapaian yang paling monumental di tahun 2021: menjadi operator seluler pertama di Indonesia yang menyediakan infrastruktur 5G di sembilan kota besar dan akan terus bertambah. Peran 5G sangat vital dalam mendukung kehidupan semua orang, mulai dari pelanggan ritel dan korporat kami, hingga lembaga pemerintah dan seluruh bangsa, menjangkau lebih luas ke ranah digital tanpa batas. Dengan fitur unggulan 5G, kami siap memimpin dan meraih berbagai peluang.

Langkah manajemen mencerminkan semangat “Opening a World of More” bagi semua orang di sekitar kita. Hal ini merupakan semangat yang kami yakini membedakan Telkomsel dari operator lainnya. Setelah mengawasi dengan cermat, kami mengapresiasi langkah manajemen untuk memperkuat peran Telkomsel dalam ekosistem digital Indonesia dengan membangun aliansi jangka panjang, dengan pelaku-pelaku terkemuka di bidangnya masing-masing serta dengan perusahaan rintisan yang menghadirkan ide-ide cemerlang tentang berbagai peluang di masa depan. Kami optimis bahwa investasi putaran kedua Telkomsel di Gojek, selain inkubasi perusahaan rintisan yang menjanjikan melalui perusahaan yang baru didirikan, INDICO, akan menciptakan mesin penggerak pertumbuhan masa depan untuk berjalan secara sinergis dengan bisnis inti kami.

Telkomsel telah berhasil mengambil langkah yang berani, sebagai bagian dari perjalanan transformatifnya keluar dari batasan telekomunikasi tradisional menuju dunia baru yang sarat peluang, mengandalkan kemampuan beradaptasi, kelincahan, dan keyakinan dari para T-Flyer—semua orang yang bekerja di Telkomsel. Karyawan kami telah menunjukkan kapabilitas luar biasa dalam menghadapi tantangan yang belum pernah terjadi sebelumnya di industri ini, dan dengan ketekunan dan kinerja tinggi telah

membuat Telkomsel lebih kuat dan tangguh. Hal ini tak hanya terlihat dalam pelaksanaan strategis dan operasional kami, tetapi juga dalam pencapaian keuangan kami di tahun 2021.

MASA DEPAN YANG LUAS MENANTI

Agar Telkomsel dapat tumbuh lebih cepat dari rata-rata industri, sangatlah penting untuk melanjutkan transformasi yang saat ini tengah berjalan. Persaingan di pasar layanan telekomunikasi secara historis sangatlah ketat. Intensitasnya semakin tinggi hingga saat ini, sehingga perubahan revolusioner di dalam industri telah memaksa penyedia layanan untuk berkonsolidasi agar dapat bertahan. Alasan kuat ini menjadi pendorong utama bagi Telkomsel untuk berubah dan mempertahankan keunggulannya dibandingkan yang lain: kami harus mampu mengantisipasi tren besar berikutnya dalam konektivitas, layanan, dan platform digital. Di sisi lain, strategi kami juga perlu menggabungkan unsur-unsur optimasi operasi, diversifikasi portofolio, dan kolaborasi lintas sektor, sehingga Telkomsel tetap siap merespons berbagai situasi dalam pasar yang selalu berubah, agar menciptakan nilai tambah.

Dengan mempertimbangkan ini semua, manajemen telah menyusun strategi besar, yakni “Optimising the Core and Accelerating INDICO Execution” untuk tahun 2022, sebagai kelanjutan dari evolusi Telkomsel menjadi *digital powerhouse* di kawasan ini. Dengan basis layanan *Broadband*, Telkomsel akan memanfaatkan reputasinya sebagai penyedia konektivitas seluler paling andal dengan menambahkan kemampuan 5G ke jaringan 4G LTE yang ada. Praktisnya, hal ini membuka peluang untuk berbagai fungsionalitas dan *use case* yang baru. Telkomsel juga berencana untuk meningkatkan kolaborasi dengan induk usahanya, TelkomGroup, untuk memanfaatkan basis pelanggannya yang luas dalam meluncurkan layanan digital yang diseleksi dengan cermat, sehingga menghadirkan lebih

banyak manfaat. Terakhir, Telkomsel terus memperkuat ekonomi digital Indonesia dengan memperkenalkan layanan yang menunjang kompetensi digital usaha mikro, kecil, dan menengah serta badan usaha milik negara dan anak-anak perusahaannya.

Kami telah menilai keseluruhan rencana ini dengan menilik risiko yang mungkin mengemuka akibat inflasi tak terkendali dan meningkatnya ketidakpastian global. Risiko tersebut dapat menekan daya beli dan menghambat tercapainya tujuan kami. Di tengah semua itu, Dewan Komisaris mewakili pemegang saham mendukung manajemen untuk mewujudkan rencana tersebut di tahun 2022. Kami meyakini bahwa kemampuan sumber daya manusia dan kapasitas infrastruktur Telkomsel dalam melaksanakan program-program ini dapat memberikan hasil nyata, sehingga Telkomsel dapat mendobrak batas-batas industri.

TATA KELOLA PERUSAHAAN

Sepanjang tahun 2021, kami senantiasa mengawasi penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik di semua aspek bisnis. Dewan Komisaris puas dengan cara Direksi dan manajemen dalam menjalankan seluruh kegiatan operasional Telkomsel. Direksi telah menyampaikan kepada kami setiap langkah dan perkembangan usaha Telkomsel, dan juga menerima saran dari kami melalui rapat gabungan rutin dan mekanisme lainnya.

Dalam melaksanakan tugas pengawasan dan pemberian nasihat, Dewan Komisaris berterima kasih atas bantuan dari tiga komite di bawahnya: Komite Audit, Komite Remunerasi, dan Komite Capex, Financing & Management Process. Pada tahun 2021, ketiga komite tersebut bekerja sesuai kewenangannya dan memastikan akuntabilitas bisnis Telkomsel serta menjaga keberlanjutannya.

Sebagai hasil dari praktik tata kelola perusahaan yang baik, pada tahun 2021 Telkomsel kembali mendapatkan opini Wajar Tanpa Pengecualian dari auditor atas laporan keuangan konsolidasiannya.

PERUBAHAN DEWAN KOMISARIS

Susunan Dewan Komisaris mengalami beberapa kali perubahan pada tahun 2021. Mulai Februari 2021, sebagaimana diungkapkan dalam Laporan Tahunan 2020, saya telah menggantikan Ririek Adriansyah sebagai Komisaris Utama, sedangkan Heri Supriadi menggantikan Sutrisno Saidi Tatetdagat sebagai Komisaris mewakili Telkom. Kemudian, efektif mulai Juni 2021, Paul Dominic O'Sullivan digantikan oleh Anna Yip sebagai Komisaris yang mewakili Singtel.

UCAPAN TERIMA KASIH

Atas nama seluruh anggota Dewan Komisaris, saya menyampaikan apresiasi kepada manajemen atas kepemimpinan mereka dalam mengarungi periode penuh gejolak ini, dan kepada seluruh karyawan kami yang telah memberikan yang terbaik bagi Telkomsel. Kami berterima kasih kepada para pemegang saham atas dukungan yang kuat, dan seluruh pemangku kepentingan, yang telah dan tengah bekerja sama dengan Telkomsel untuk mewujudkan masa depan yang cemerlang bagi Indonesia dan sekitarnya.

Hormat kami,



Wishnutama Kusubandio

Komisaris Utama

belakang:**Wishnutama Kusubandio**
Komisaris Utama**Yose Rizal**
Komisaris**Nanang Pamuji Mugasejati**
Komisaris**Yuen Kuan Moon**
Komisaris**depan:****Anna Yip**
Komisaris**Heri Supriadi**
Komisaris

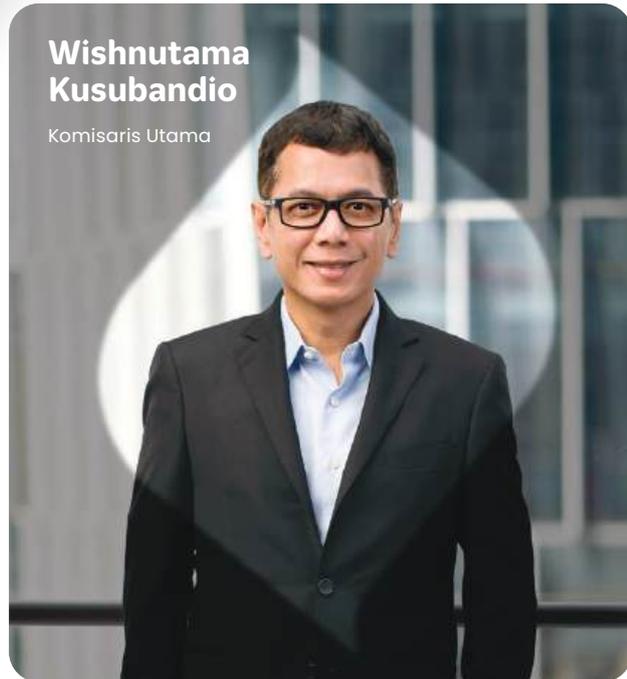
dewwan

komi



sariris

Profil Dewan Komisaris



Bapak Wishnutama Kusubandio menjabat sebagai Presiden Komisaris Telkomsel sejak Februari 2021. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2019–2020).

Karier Bapak Wishnutama mencakup berbagai posisi penting, terutama di industri media, digital, dan kreatif. Beliau pernah menjabat sebagai Direktur Utama di Trans 7, Direktur Utama di Trans TV, Direktur di Detik.com, Direktur Utama di NET TV, Komisaris di Kumparan, dan Komisaris di Tokopedia. Pada tahun 2018, beliau menjabat sebagai Direktur Kreatif Upacara Pembukaan dan Penutupan Asian Games.

Lulus dari Mount Ida College Massachusetts di bidang Komunikasi, Wishnutama juga sempat belajar di The Military College of Vermont, Norwich University, dan Emerson College tentang produksi program televisi. Beliau juga telah berpartisipasi dalam berbagai program pendidikan eksekutif, termasuk Harvard Kennedy School, Cambridge, Massachusetts, Harvard Business School, Boston, Massachusetts, dan GE Management Development Institute, Crotonville, New York.

Beliau telah menerima berbagai penghargaan atas prestasinya di industri, seperti Indonesia's Influential Person in the Creative Industry Award di IdeaFest 2017, Best Digital Talent – Digital Business Leader di Bubu Awards Indosat Ooredoo IDByte 2017, The Best Chief Strategy Execution Officer Across All Industries pada The Annual Strategy-Into-Performance Execution Excellence (SPEX2) Awards 2016 dari Tempo Media Group, The 500 Most Influential CEOs in The World menurut Richtopia UK 2015, Marketeer of the Year, Indonesia Marketing Champion 2015 dalam kategori Broadcast, TV, Media, serta The Best CEO dari Majalah SWA pada tahun 2010.

Bapak Heri Supriadi bergabung kembali dengan jajaran Komisaris Telkomsel pada Februari 2021. Pada saat bersamaan, beliau menjabat sebagai Direktur Keuangan dan Risiko di PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2020–sekarang) dan Komisaris Utama PT Graha Sarana Duta (2020–sekarang).

Heri sebelumnya menjabat beberapa posisi strategis, seperti Komisaris Utama PT Fintek Karya Nusantara (LinkAja) (2019–2020), Direktur Keuangan Telkomsel (2012–2020), Komisaris PT Telkomsel Mitra Inovasi (2019–2020), Direktur Utama PT Graha Sarana Duta (2010–2012), Komisaris PT Multimedia Nusantara (Metra) (2008–2011), serta *Vice President Subsidiary Performance* di PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (2007–2010).

Heri meraih gelar Sarjana Teknik dari Institut Teknologi Bandung (1991), dan MBA dari Saint Mary's University, Kanada (1997), juga gelar Doktor dalam Bisnis Manajemen dari Universitas Padjadjaran, Bandung (2013). Beliau telah mengikuti program eksekutif di Harvard Business School, Kellogg School of Management, Euro Money, dan University of Auckland Business School.

Heri Supriadi

Komisaris



Yose Rizal

Komisaris



Bapak Yose Rizal telah menjadi Komisaris Telkomsel sejak Mei 2017. Saat ini, beliau menjabat sebagai Chairman INDICO, Ketua dan Pendiri MediaWave Interactive, Pendiri dari PoliticaWave dan MediaWave Analytics, sekaligus anggota Tim Ahli dari Tim Transisi Pendukung Persiapan, Pembangunan, dan Pindahan Ibu Kota Indonesia.

Posisi sebelumnya termasuk Dosen Luar Biasa dan Mentor Bisnis untuk program *Master of Business Administration* di Sekolah Bisnis dan Manajemen - Institut Teknologi Bandung (2016–2018), Direktur Pengembangan Bisnis Snoop Mobile Media (2008–2010), Direktur Azka Megah Dirgantara (2003–2008), dan CEO Bandung Information Technology (2000–2004).

Beliau meraih gelar sarjana dalam bidang Tata Kota & Wilayah dari Institut Teknologi Bandung pada tahun 2003. Beliau merupakan seorang pembicara publik terkemuka di berbagai forum, media nasional termasuk TV, serta seminar-seminar nasional dan internasional.

Nanang Pamuji Mugasejati

Komisaris



Bapak Nanang Pamuji Mugasejati telah menjadi Komisaris Telkomsel sejak November 2019. Beliau diangkat sebagai Penasihat Khusus Staf Menteri Badan Usaha Milik Negara pada Oktober 2019.

Saat ini, beliau adalah Direktur Center for Digital Society (2015–sekarang) dan dosen program studi Hubungan Internasional di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik (2008–sekarang), keduanya di Universitas Gadjah Mada.

Karier beliau sebelumnya mencakup CEO Forbil Institute, Yogyakarta (2018), dan mantan anggota Dewan Komisaris Krakatau Steel (2017–2019).

Beliau memperoleh gelar PhD dalam Hubungan Internasional dari Universitas Gadjah Mada, disusul oleh gelar ganda (*stint*) dari Graduate School of International Development (GSID) di Nagoya University, Jepang.

Bapak Yuen Kuan Moon telah menjadi anggota Dewan Komisaris sejak September 2009. Beliau juga merangkap sebagai Group Chief Executive Officer Singtel (2021–sekarang).

Sejak bergabung dengan Singtel pada tahun 1993, Moon telah menjabat beberapa posisi kepemimpinan, termasuk Vice President of Regional Operations, Executive Vice President of Digital Consumer, Chief Executive Officer Consumer (2012–2020) serta Group Chief Digital Officer (2018–2020).

Pada tahun 2003, beliau menjabat di Telkomsel sebagai General Manager Product Development dan diangkat sebagai Direktur Commerce (2005–2007).

Beliau merupakan anggota dewan GSMA, SkillsFuture Singapore, dan juga Singapore Institute of Management. Beliau juga merupakan anggota Digital Readiness Council di Kementerian Komunikasi dan Informasi Singapura serta anggota Payments Council pada Otoritas Moneter Singapura.

Beliau merupakan lulusan teknik dengan gelar *First Class Honours* dari University of Western Australia, dan memegang gelar MSc di bidang Manajemen dari Stanford University, AS.

Yuen Kuan Moon

Komisaris





Ibu Anna Yip menjabat sebagai Komisaris Telkomsel sejak Juni 2021. Beliau merangkap sebagai CEO Consumer Singapore Singtel (April 2021–sekarang). Beliau memimpin *consumer business* Singtel di Singapura, mempersiapkannya untuk menjadi penyedia layanan digital terdepan seiring teknologi 5G semakin meluas. Beliau merupakan anggota Dewan Penasihat Institute of Service Excellence di Singapore Management University, dan merupakan Independent Non-Executive Director di BUPA (Asia) Limited. Beliau juga merupakan anggota Court di Hong Kong Metropolitan University.

Beliau bergabung dengan Singtel sebagai Deputy CEO, Consumer Singapore pada Desember 2020. Sebelum bergabung dengan Singtel, Anna adalah CEO dan Direktur Eksekutif Smartone Telecommunications, memimpin operasinya di Hong Kong dan Makau sejak 2016. Di bawah kepemimpinannya, Smartone dinobatkan sebagai Mobile Carrier Terbaik oleh Asosiasi Komunikasi Hong Kong pada 2019. Sebelum Smartone, Anna memimpin operasi Mastercard di Hong Kong dan Makau. Beliau sebelumnya merupakan partner McKinsey & Company di Greater China, di mana beliau menjadi pimpinan Financial Institutional Group and Payments Practice.

Beliau meraih gelar Doktor Filsafat dan Magister Filsafat di bidang *Management Studies* dari Oxford University dan gelar *First Class Honours* dalam Business Administration dari Chinese University of Hong Kong.

Laporan Direktur Utama

Pemegang Saham dan Pemangku Kepentingan yang Terhormat,

Dengan pandemi Covid-19 yang masih membayangi ekonomi global pada tahun 2021, industri telekomunikasi kembali membuktikan peran sentralnya sebagai pusat aktivitas masyarakat. Melalui serangkaian solusi yang ditawarkan, industri telekomunikasi menyediakan inovasi yang unik untuk membantu bisnis agar tetap produktif, terus berkembang, serta bertahan menghadapi tantangan. Dengan demikian, meskipun pemerintah telah lebih berhati-hati dalam menerapkan pembatasan sosial berskala besar, teknologi digital dan jarak jauh kini telah menjadi bagian dari gaya hidup pelanggan, yang menyebabkan peningkatan penggunaan *broadband* dan lalu lintas seluler.

Berbagai lembaga keuangan global memperkirakan PDB dunia tumbuh sebesar 5,5–5,9% pada tahun 2021, berbanding terbalik dengan situasi tahun 2020, didorong oleh kombinasi paket stimulus pemerintah dengan nilai besar yang belum pernah terjadi sebelumnya dan program vaksinasi Covid-19 yang berlangsung sangat cepat. Namun, pemulihan yang luar biasa ini diwarnai dengan tingkat inflasi yang tinggi dan krisis pada rantai pasokan global akibat pemulihan ekonomi yang tidak merata di seluruh dunia.

Di Indonesia, program percepatan vaksinasi berhasil memulihkan ekonomi, dengan mencatatkan pertumbuhan PDB *year-on-year* sebesar 3,69% setelah mengalami kontraksi selama empat kuartal secara berturut-turut, yang telah berakhir pada Q2/2021. Meskipun varian Delta dari Covid-19 menjadi hambatan signifikan bagi pemulihan Indonesia ketika

melanda pada pertengahan tahun 2021, berkat peningkatan konsumsi rumah tangga dan pelonggaran pembatasan mobilitas, Indonesia berhasil mengakhiri tahun dengan baik. Seiring kepercayaan publik berangsur-angsur kembali, investasi asing langsung meningkat dan transaksi berjalan negara mencatatkan surplus untuk pertama kalinya dalam satu dekade.

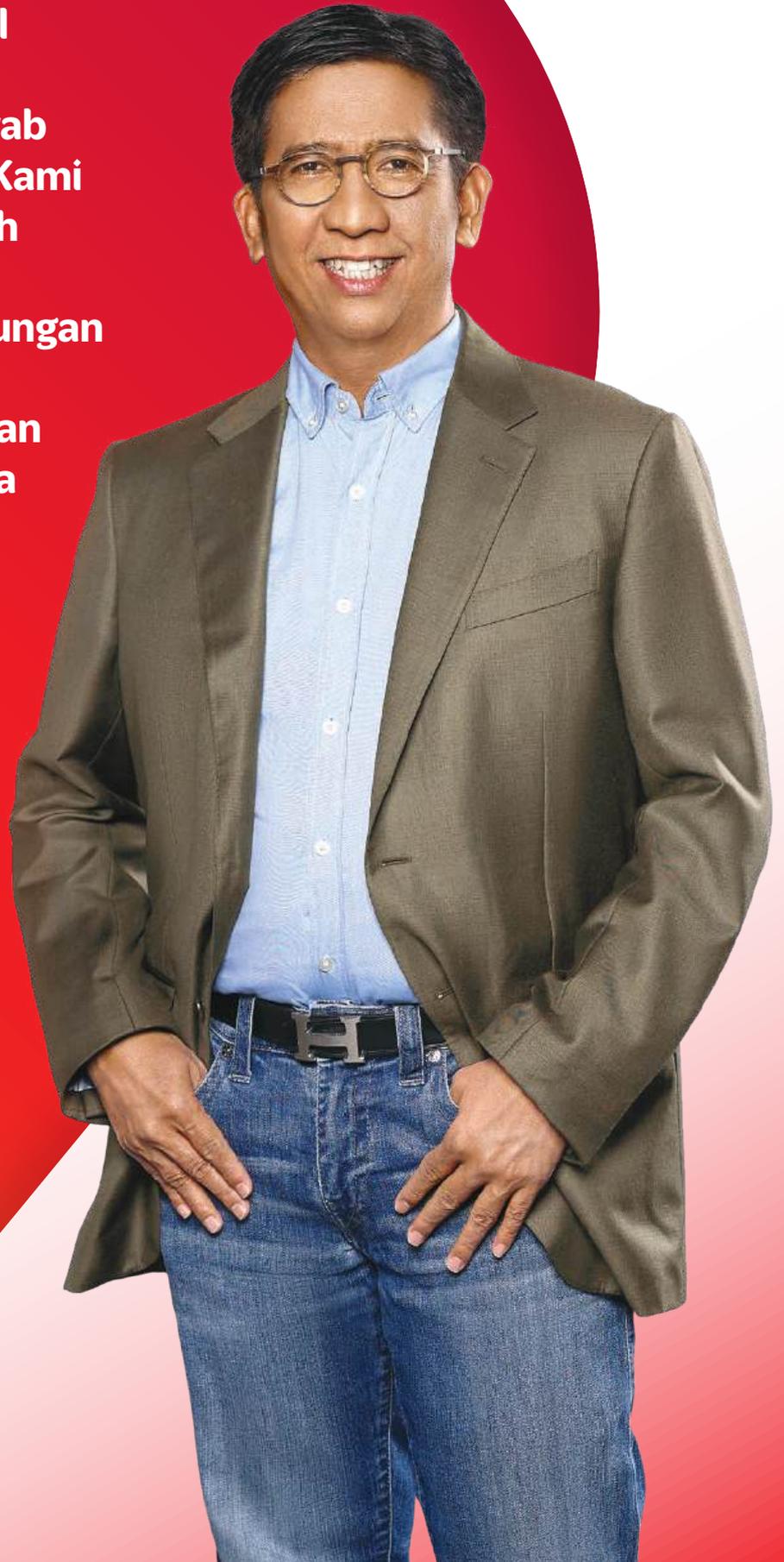
BANGKIT MENGHADAPI TANTANGAN

Walaupun industri telekomunikasi memegang peranan yang semakin penting bagi masyarakat pasca-pandemi, daya beli masyarakat tercatat masih lemah karena ketidakpastian dalam perkembangan ekonomi akibat munculnya varian baru pada akhir tahun. Situasi ini memperburuk persaingan pasar yang sejak awal sudah ketat, menciptakan hambatan besar bagi industri telekomunikasi untuk tumbuh lebih jauh lagi.

Telkomsel mengambil langkah cepat dan efektif untuk menjawab tantangan tersebut. Kami menerapkan sejumlah langkah taktis untuk memastikan kelangsungan bisnis, mulai dari simplifikasi produk dan optimasi harga hingga langkah-langkah efisiensi biaya untuk mempertahankan posisi sekaligus memastikan posisi keuangan yang sehat. Kami memperkuat konektivitas *broadband* inti untuk memperkaya pasar dengan lebih banyak penawaran digital baru yang menarik dan bermanfaat, dan memperluas portofolio layanan digital kami terutama melalui video dan *game*, sambil membuka peluang baru untuk tumbuh dengan meluncurkan inisiatif digital yang dirancang dengan cermat.

Telkomsel mengambil langkah cepat dan efektif untuk menjawab tantangan tersebut. Kami menerapkan sejumlah langkah taktis untuk memastikan kelangsungan bisnis, mulai dari simplifikasi produk dan optimasi harga hingga langkah-langkah efisiensi biaya untuk mempertahankan posisi sekaligus memastikan posisi keuangan yang sehat.

Hendri Mulya Syam
Direktur Utama



INISIATIF STRATEGIS

Untuk memanfaatkan secara optimal perubahan dinamis pada perilaku dan kebutuhan konsumen yang terbentuk akibat pandemi, Telkomsel telah merumuskan serangkaian inisiatif strategis untuk memperkuat dan meningkatkan posisi pasarnya. Tema perusahaan untuk tahun ini, “Elevate the Core, Unleash Our Digital Power”, mencerminkan semangat untuk bertahan melawan kesulitan dengan terus mengasah keunggulan. Tema dasar ini diintegrasikan ke dalam program utama di seluruh bisnis *legacy*, *broadband*, dan layanan digital Telkomsel, yang melayani baik segmen korporat maupun segmen konsumen.

Pada segmen korporat, kami sepenuhnya memanfaatkan *business intelligence* dengan dukungan AI untuk merumuskan model penetapan harga yang lebih menguntungkan untuk produk dan layanan *enterprise-to-enterprise* (E2E) kami. Kami juga berusaha untuk menjadi penyedia transformasi digital terbesar di segmen *business-to-business* (B2B) melalui aksi korporasi strategis yang menjadi landasan bagi Telkomsel untuk memperluas kemampuan digitalnya secara signifikan.

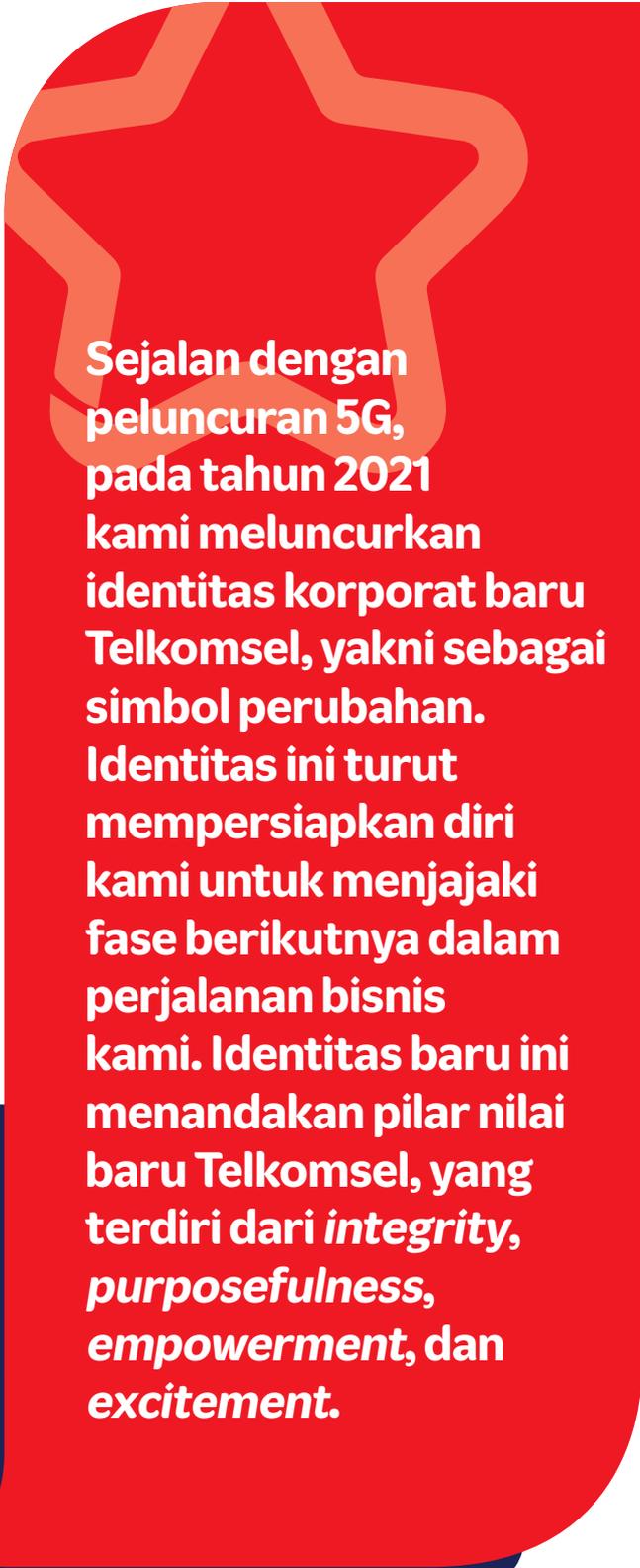
Untuk segmen konsumen, upaya tanpa henti untuk melayani pelanggan kami dengan lebih baik berujung pada transformasi MyTelkomsel menjadi aplikasi yang komprehensif dan terintegrasi yang menawarkan pengalaman tanpa batas kepada pelanggan dalam domain digital. Dengan menggunakan MyTelkomsel, pelanggan dapat mengakses layanan digital dalam portofolio kami sambil mereka menjelajahi ekosistem digital yang sarat makna dan nuansa. Selanjutnya, kami melangkah lebih jauh melampaui target pasar inti kami, yakni pengguna ponsel, dengan menyediakan layanan *broadband* rumahan: Telkomsel Orbit. Dengan langkah ini, kami menawarkan layanan bagi lebih banyak penduduk Indonesia untuk mengakses konektivitas Telkomsel yang kualitasnya telah diakui oleh industri.

Terlebih lagi, kami memanfaatkan aset telekomunikasi Telkomsel bersama para mitra bisnis untuk saling mempercepat pertumbuhan. Dengan sinergi yang terus diperkuat, kami bertekad untuk mengonsolidasikan bisnis inti dan memperluas layanan digital, seiring kami membuka semua peluang (“Open a World of More”) untuk mentransformasi bisnis secara jangka panjang. Bukti dari strategi ini adalah investasi putaran kedua Telkomsel di Gojek, setelah melakukan investasi awal pada tahun 2020. Dengan Gojek sebagai mitra strategis, kami mengintegrasikan dan meningkatkan layanan digital untuk memberikan solusi yang bermanfaat langsung kepada seluruh pelanggan.

MELANGKAH KE TAHAPAN BERIKUTNYA

Sebuah tonggak bersejarah di tahun ke-26 Telkomsel melayani pasar adalah peluncuran teknologi 5G. Hal ini sangatlah menunjang konektivitas dan akan membawa seluruh upaya digital kita semua melaju ke tahapan berikutnya. Diluncurkan pada Mei 2021, 5G Telkomsel merupakan layanan 5G pertama yang beroperasi secara komersial di Indonesia. Dengan ini, posisi kami sebagai perusahaan telekomunikasi digital terkemuka di Indonesia tak terbantahkan lagi. Dalam tahap awal, 5G tersedia di beberapa lokasi di Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Denpasar, Medan, Batam, Balikpapan, dan Makassar.

Sejalan dengan peluncuran 5G, pada tahun 2021 kami meluncurkan identitas korporat baru Telkomsel, yakni sebagai simbol perubahan. Identitas ini turut mempersiapkan diri kami untuk menjajaki fase berikutnya dalam perjalanan bisnis kami. Identitas baru ini menandakan pilar nilai baru Telkomsel, yang terdiri dari *integrity*, *purposefulness*, *empowerment*, dan *excitement*. Seiring upaya Telkomsel untuk tampil dengan identitas baru ini, upaya strategis kami akan turut dilengkapi dan diperkuat oleh “Digital Trifecta” Telkomsel, yakni konektivitas, layanan, dan



Sejalan dengan peluncuran 5G, pada tahun 2021 kami meluncurkan identitas korporat baru Telkomsel, yakni sebagai simbol perubahan. Identitas ini turut mempersiapkan diri kami untuk menjajaki fase berikutnya dalam perjalanan bisnis kami. Identitas baru ini menandakan pilar nilai baru Telkomsel, yang terdiri dari *integrity*, *purposefulness*, *empowerment*, dan *excitement*.

platform. Ketiga hal ini akan membantu kami mengembangkan bisnis di luar *core business*. Dengan pendekatan baru yang serba ramping ini, kami berusaha memberikan yang terbaik bagi semua pelanggan. Oleh karena itu, kami telah mengintegrasikan tiga merek prabayar Telkomsel, yakni *simPATI*, Kartu As, dan LOOP menjadi Telkomsel Prabayar. Sementara itu, layanan pascabayar kartuHalo yang menjadi andalan kami sejak lama kini telah berganti nama menjadi Telkomsel Halo.

PENCAPAIAN FINANSIAL DAN OPERASIONAL

Pada tahun 2021, Telkomsel mencatatkan pertumbuhan pada Pendapatan dan Laba Bersih. Dengan Pendapatan mencapai Rp87,5 triliun, kami berhasil membukukan Laba Bersih sebesar Rp26,2 triliun, meningkat 4,4% dari tahun sebelumnya sebesar Rp25,1 triliun, dengan margin EBITDA sebesar 57,2% atau sebesar Rp50,0 triliun.

Keberhasilan kami dalam mengelola tren profitabilitas yang kuat ini adalah berkat peningkatan kemampuan Bisnis Digital yang telah menghasilkan hasil luar biasa: tumbuh hampir 10% di tahun 2021. Bisnis Digital berhasil memberikan dukungan kuat bersamaan dengan upaya diversifikasi dari Bisnis *Legacy*, yang telah mengalami stagnasi selama pandemi akibat pergeseran ke digitalisasi.

Hal lain yang mendukung pencapaian keuangan kami adalah pertumbuhan jaringan BTS yang solid yang pada akhir 2021 telah memungkinkan sebagian besar penduduk Indonesia, termasuk yang berada di daerah terpencil, untuk menikmati banyak manfaat dari konektivitas 4G LTE. Selain itu, hingga Desember 2021, Telkomsel telah mengoperasikan lebih dari 100 unit BTS 5G dan 137 ribu unit BTS 4G, sehingga total BTS *on air* menjadi sekitar 250 ribu unit di seluruh Indonesia, meningkat 8,6% YoY. Sekitar 200 ribu di antaranya

adalah BTS 3G/4G/5G, tumbuh sebesar 11,0% YoY. Basis pelanggan Telkomsel juga tumbuh mencapai 176,0 juta pelanggan, dengan pertumbuhan yang kuat dalam aspek *Payload Data*, Pengguna Layanan Data, dan *Payload* per Pengguna Layanan Data.

TRANSFORMASI MENJADI AKSELERATOR EKONOMI DIGITAL

Pandemi semakin menegaskan betapa pentingnya kemampuan untuk berubah, karena masa depan kita akan bergantung pada kesiapan kita untuk menghadapi disrupsi dari perusahaan digital. Lanskap digital yang berkembang pesat saat ini menuntut Telkomsel untuk tumbuh ke luar dari bisnis konektivitas dan melakukan transformasi, mempercepat pengembangan bisnis melalui inovasi. Ini adalah semangat yang ingin kami tanamkan sebagai pencetus perubahan dan pemberdayaan bagi seluruh karyawan, proses, dan teknologi kami.

Ekonomi digital memegang kunci untuk membuka begitu banyak peluang baru yang akan menciptakan manfaat sosial jangka panjang. Berangkat dari pandangan ini, kami menjadikan inovasi sebagai bagian integral dari layanan dan solusi untuk mempercepat transformasi digital sektor publik dan swasta. Sebagai warga korporat yang ingin memberikan banyak teladan, Telkomsel berupaya untuk berkontribusi terhadap kesejahteraan bangsa, dan kami tetap berkomitmen untuk meraih tujuan ini dengan memperkuat peran kami sebagai agen perubahan dan *digital connectivity enabler* yang meningkatkan kualitas hidup.

Mengingat peran *Broadband* sebagai kontributor pendapatan utama, seiring Telkomsel melangkah maju, kemampuan dalam hal ini juga terus kami tingkatkan. Caranya, kami memperluas jangkauan 5G seraya membangun lebih banyak lagi *use case* B2B dan B2C, berkolaborasi dengan

induk perusahaan Telkom untuk memperluas pasar rumah tangga melalui akses *fixed wireless* 5G. Selain itu, inti dari transformasi masa depan kami untuk menjadi *digital powerhouse* adalah, PT Telkomsel Ekosistem Digital (INDICO), anak perusahaan yang didirikan di tahun 2021. Inisiatif penting ini merupakan inti dari percepatan ekspansi portofolio Telkomsel di domain digital dan perbankan didasarkan pada “Digital Trifecta” yang terdiri dari konektivitas, platform, dan layanan. Dengan memanfaatkan infrastruktur jaringan Telkomsel yang kuat, serta mengoptimalkan aset yang relevan dan kemampuan yang terus ditingkatkan, INDICO akan mengembangkan solusi digital lintas sektor dan dengan demikian, mendorong ekosistem digital yang berkelanjutan dan terus berkembang.

Untuk tahap awalnya, INDICO akan fokus pada tiga sektor industri digital yang berpotensi besar untuk membentuk ekonomi digital Indonesia: *edu-tech*, *health-tech*, dan *gaming*. Ke depan, INDICO akan meletakkan dasar bagi model operasi yang lebih solid dan berkelanjutan untuk Telkomsel, yang akan mengandalkan daya saing yang lincah dan struktur biaya yang efisien. Interaksi antara inisiatif INDICO dan pemanfaatan aset kunci Telkomsel akan menciptakan momentum yang akan mempercepat hadirnya era digital yang kaya makna dan manfaat bagi Indonesia.

TATA KELOLA PERUSAHAAN DAN MANAJEMEN RISIKO

Telkomsel secara disiplin menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (GCG) di semua kegiatan bisnis, konsisten dengan peraturan di wilayah kami beroperasi. Penerapan GCG di Telkomsel diawasi setiap saat oleh Dewan Komisaris, yang kami laporkan secara berkala mengenai perkembangan kami dan memberikan berbagai panduan bagi langkah kami selanjutnya.

Untuk meningkatkan peran manajemen risiko dalam kegiatan operasional kami, pada tahun 2021 kami mengganti nama Direktorat Keuangan menjadi Direktorat Keuangan dan Manajemen Risiko. Perubahan nama ini menekankan peran manajemen risiko sebagai aspek penting untuk mengantisipasi berbagai perubahan dan memitigasi risiko di industri, khususnya yang berkaitan dengan digitalisasi, yang telah membawa perubahan sangat besar dan mengubah lanskap industri secara permanen. Oleh karena itu, kami mengelola risiko umum seperti yang dijelaskan dalam dokumentasi Risiko Perusahaan 2021 melalui tiga langkah utama, yaitu mempertahankan kepemimpinan pasar dengan meningkatkan pengalaman pelanggan, mengasah kemampuan digital kami untuk mengubah lanskap bisnis digital, dan terakhir, dengan berkomitmen pada GCG untuk meraih berbagai peluang baru.

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Selain komitmen teguh kami terhadap aspek tata kelola, kami juga senantiasa melayani bangsa. Dirancang di atas visi untuk menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup digital seluler kelas dunia dan terpercaya, filosofi inisiatif CSR kami adalah untuk memberdayakan masyarakat melalui aset dan teknologi kami.

Sepanjang tahun 2021, inisiatif CSR Telkomsel mencakup empat bidang utama: Pendidikan, Kewarganegaraan Digital, Pemberdayaan & Kesejahteraan Masyarakat, dan Filantropi. Kami gembira untuk melaporkan bahwa program CSR Masterpiece kami telah diterima dengan baik oleh masyarakat luas. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya penerima manfaat dan pesertanya. Kami telah melihat beberapa pencapaian penting. The NextDev telah berkontribusi melalui inkubasi *startup* digital. Kursus pengembangan kompetensi digital IndonesiaNEXT telah menarik minat 10.504 anak muda di musim keenamnya.

Solusi digital cerdas Baktiku Negeriku telah diterapkan untuk mengatasi sejumlah masalah lingkungan. Dan TERRA Disaster Relief terus memberikan bantuan kepada masyarakat yang terdampak bencana alam di Indonesia.

PERUBAHAN KOMPOSISI DIREKSI

Sepanjang tahun 2021 telah terjadi perubahan susunan Direksi Telkomsel. Pada Mei 2021, Setyanto Hantoro dan Leonardus WW Mihardjo diberhentikan dengan hormat dari jabatannya masing-masing sebagai Direktur Utama dan Direktur Keuangan. Sejak itu, saya menjabat sebagai Direktur Utama, sementara Adiwinahyu Basuki Sigit diangkat sebagai Direktur Sales, dan Mohamad Ramzy sebagai Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko. Pada November 2021, Goh Hui Min (Rachel Goh) digantikan oleh Heng Tze Meng Derrick sebagai Direktur Marketing.

UCAPAN TERIMA KASIH

Saya mewakili Direksi menyampaikan terima kasih kepada pelanggan dan mitra bisnis kami atas loyalitas dan kerja samanya. Apresiasi juga kami sampaikan kepada Dewan Komisaris dan seluruh pemegang saham atas bimbingan dan dukungannya; dan terakhir, kepada seluruh karyawan atas tekadnya dalam memajukan usaha Telkomsel.

Hormat kami,



Hendri Mulya Syam

Direktur Utama

Direksi



**R Muharam
Perbawamukti**

Direktur Human Capital
Management

**Hendri
Mulya Syam**

Direktur Utama

**Mohamad
Ramzy**

Direktur Keuangan &
Manajemen Risiko

**Derrick
Heng**

Direktur Marketing

muapeluang



**Wong
Soon Nam**
Direktur Perencanaan &
Transformasi



**Adiwinahyu
Basuki Sigit**
Direktur Sales



**Bharat
Alva**
Direktur TI



Nugroho
Direktur Network

Profil Direksi



Hendri Mulya Syam

Direktur Utama

Bapak Hendri Mulya Syam menjabat sebagai Direktur Utama Telkomsel sejak Mei 2021. Sebelumnya beliau menjabat sebagai Direktur Sales pada Februari 2021 dan Direktur Network pada Juni 2020.

Hendri pernah menjabat Chief Sales & Distribution Officer di Indosat Ooredoo (2018–2020). Sebelum bergabung dengan Indosat Ooredoo, ia memulai karier profesionalnya di Telkomsel pada tahun 1995, di mana beliau menjabat banyak peran strategis, termasuk Senior Vice President Program Management Office dan Executive Vice President Sales Area.

Hendri memiliki pengalaman kepemimpinan yang luas di industri telekomunikasi, khususnya dalam Strategi Jaringan, Layanan Jaringan dan Manajemen Kualitas, Perencanaan Perusahaan, Produk dan Data Seluler, Pemasaran, Layanan Pelanggan, dan Operasi TI.

Beliau bergelar Sarjana Teknik Telekomunikasi Elektro dari Institut Teknologi Indonesia (ITI).



Mohamad Ramzy

Direktur Keuangan & Manajemen Risiko

Bapak Mohamad Ramzy diangkat sebagai Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko pada Mei 2021. Beliau memiliki pengalaman profesional lebih dari 20 tahun di industri telekomunikasi dan teknologi.

Sebelum diangkat sebagai Direktur, Ramzy adalah Senior Vice President Financial Planning Analysis & Business Partner di Telkomsel (2020). Peran strategis yang sebelumnya pernah dijabat di Direktorat Wholesale dan International Service PT Telkom Indonesia antara lain adalah Vice President Wholesale International Development (2015–2020), Assistant Vice President Performance Development (2013–2015), dan Assistant Vice President Business Performance and Planning (2012–2013).

Ramzy meraih gelar Sarjana Teknik Elektro dari Telkom University (1997) dan gelar Magister Manajemen Telekomunikasi dari Universitas Indonesia (2005). Beliau pernah mengikuti program pelatihan eksekutif internasional INSEAD. Beliau mendapatkan penghargaan Satyalancana Wira Karya dari Presiden Republik Indonesia pada tahun 2019.



Adiwinahyu Basuki Sigit

Direktur Sales

Bapak Adiwinahyu Basuki Sigit diangkat sebagai Direktur Sales pada Mei 2021.

Seorang profesional dengan pengalaman 20 tahun di industri telekomunikasi dan teknologi, Sigit sebelumnya menduduki posisi strategis di Telkomsel yang meliputi Senior Vice President Consumers Marketing (2021), Executive Vice President East Area Sales (2020–2021), Senior Vice President Transformation Management Office (2018–2020), Vice President Strategic Investment (2018), Vice President Strategic Procurement (2017–2018), dan Vice President Financial Planning Analysis (2016–2017).

Sigit meraih gelar Sarjana Teknik Telekomunikasi dari Telkom University, dan gelar magister di bidang Teknik Telekomunikasi dari Royal Melbourne Institute of Technology. Beliau pernah mengikuti beberapa program pelatihan eksekutif internasional yang diselenggarakan oleh INSEAD dan Harvard Business School Executive Education. Sigit berhasil memimpin timnya meraih Procurement Award untuk Kategori Cross-Functional di CIPS Asia Awards.



Nugroho

Direktur Network

Bapak Nugroho diangkat sebagai Direktur Network pada Februari 2021.

Sebelum pengangkatannya, Nugroho adalah Senior Vice President Business IT Delivery Telkomsel. Beliau telah menjabat berbagai peran strategis di Telkomsel, termasuk Vice President IT Delivery (2019–2021), Vice President IT Customer Care and Charging Group (2017–2019), dan Vice President IT Customer Care and Billing Solution and Management Group (2014–2017).

Nugroho memperoleh gelar Sarjana Teknik Elektro dari Institut Teknologi Bandung, dan gelar dalam Pengembangan Sistem Informasi dari University of Hertfordshire, Inggris.



R Muharam Perbawamukti

Direktur Human Capital Management

Bapak R. Muharam Perbawamukti atau akrab disapa Endi menjabat sebagai Direktur Human Capital Management sejak Juni 2020. Sebelumnya menjabat sebagai Senior Vice President Corporate Secretary Telkomsel (2017–2020).

Endi berpengalaman memimpin beberapa peran strategis di Telkomsel, termasuk sebagai Vice President Corporate Counsel (2014–2017), Vice President Regulatory Management (2012–2014), dan Vice President Interconnect & Regulatory Affairs (2011–2012).

Beliau meraih gelar sarjana dari Universitas Padjadjaran, Bandung. Pada tahun 2019, beliau menerima medali Satyalancana Pembangunan dari Pemerintah Republik Indonesia.



Wong Soon Nam

Direktur Perencanaan & Transformasi

Bapak Wong Soon Nam menjabat sebagai Direktur Perencanaan dan Transformasi sejak Agustus 2020. Beliau memiliki pengalaman kepemimpinan yang luas di industri telekomunikasi dan teknologi selama lebih dari 25 tahun. Beberapa posisi penting dalam kariernya mencakup Vice President of Consumer Products di Singtel (2015–2020), Vice President of Smart and Safe City di NCS Group (2012–2015), Vice President (Communication Engineering) di NCS Group (2009–2012), Vice President of Consumer Marketing di Singtel (2007–2009), Vice President of Corporate Business Marketing di Singtel (2005–2007), dan Vice President of Account Management di Singtel (2003–2005).

Soon Nam juga pernah menjabat beberapa posisi penting di berbagai organisasi dan institusi, seperti Board Member of Bridge Alliance (2016–sekarang), Board Member of VA Dynamics (2014–sekarang), Chairman of Kai Square (2014–2015), dan Council Member of the Singapore Infocomm Technology Federation (2005–2008).

Soon Nam adalah lulusan Nanyang Technological University dan meraih gelar *Master of Science* dari National University of Singapore.



Bharat Alva

Direktur TI

Bapak Bharat Alva menjabat sebagai Direktur Teknologi Informasi sejak Mei 2019. Selama ini beliau aktif mendorong proses Transformasi Digital untuk Telkomsel dan bertanggung jawab atas semua aspek TI. Visinya sebagai Direktur TI di Telkomsel untuk mengangkat TI menjadi aset strategis untuk memperkuat semua program kerja Perusahaan.

Beliau memiliki lebih dari 30 tahun pengalaman dengan penyedia solusi/layanan teknologi TIK global terkemuka di Australia, Hong Kong, Thailand, India, dan Amerika Serikat. Dalam berbagai peran kepemimpinan seniornya, beliau berfokus pada strategi, inovasi, transformasi, dan mencari hasil yang mencerminkan pertumbuhan bisnis. Banyak produk dan layanan yang dikembangkan di bawah kepemimpinannya telah diberikan penghargaan atas inovasi dan solusi seluler.

Beliau sebelumnya menjabat sebagai CIO di Optus, di mana beliau bertanggung jawab atas semua layanan TI di Australia. Beliau memegang berbagai peran senior regional dalam Grup Singtel termasuk VP for Online and Enterprise Technologies, Head of Wireless Services, dan GM Advertising and Finance. Beliau bertanggung jawab untuk memimpin program transformasi strategis di bidang Digitalisasi, Sistem Pendukung Bisnis, Intelijen Bisnis, Analisis, Otomasi, dan Layanan Nilai Tambah.

Beliau meraih gelar Teknik di bidang Teknologi Komputer dari Pune University, dan telah mengikuti program manajemen eksekutif global.



Derrick Heng

Direktur Marketing

Bapak Derrick Heng diangkat sebagai Direktur Marketing pada November 2021. Dengan karier profesional lebih dari 20 tahun, beliau memiliki pengalaman yang luas di bidang strategi, digital, pemasaran, dan penjualan, terutama untuk sektor industri telekomunikasi dan teknologi.

Sebelum menjabat sebagai Direktur Pemasaran, Derrick menduduki berbagai posisi strategis selama 23 tahun bersama Singtel Group. 15 tahun pertamanya bersama Consumer Singapore in Marketing and Segment meraih pencapaian penting, seperti mempercepat pangsa pasar segmen dan mendorong kepemimpinan merek. Selanjutnya, dalam 8 tahun terakhir, beliau mengemban tanggung jawab regional di Telkomsel dan Globe Telecom Filipina. Dalam peran terakhirnya, beliau menyelesaikan masa jabatan 5 tahun di Globe sebagai Senior Advisor, Small & Medium Business Group di mana beliau memimpin transformasi solusi digital di luar konektivitas inti, memelopori inisiatif ekosistem Pendidikan dan Pariwisata, serta meraih banyak penghargaan untuk berbagai kampanye dan proyek digital.

Derrick pernah menjabat beberapa posisi penting di berbagai organisasi dan institusi, seperti External Examiner di Ngee Ann Polytechnic Singapore (2009–2013), Council Member and Honorary Treasurer di Institute of Advertising Singapore (2010–2013), dan Board Member di Third Pillar Business Applications, Inc. (2020–2021).

Beliau memperoleh gelar *Master of Management* dari Macquarie Graduate School of Management, Australia, setelah menyelesaikan gelar *Bachelor of Arts and Social Sciences* dari National University of Singapore. Derrick juga telah menyelesaikan Executive Development Programme dari INSEAD – Globe Telecom Executive Course, serta Game for Global Growth Program – Singtel Executive Course.

03

TENTANG TELKOMSEL



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.

Sekilas Telkomsel



Telkomsel merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (kepemilikan 65%) dan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd (kepemilikan 35%). Perusahaan merupakan operator telekomunikasi seluler digital terkemuka dengan jangkauan jaringannya yang terluas di Indonesia. Perkiraan cakupan populasi 2G Telkomsel hampir mencapai 100%, sementara cakupan populasi 3G-nya adalah 88%, dan cakupan populasi 4G-nya mencapai 96%. Perusahaan mengoperasikan lebih dari 251.000 BTS yang melayani sekitar 176 juta pelanggan, jumlah yang terbanyak di industri. Mereka tersebar di wilayah negara terdalam, pulau-pulau terluar, dan wilayah perbatasan.

Dengan derasnya arus perubahan yang menggeser bisnis ke arah Layanan Data dan Digital, Bisnis Digital Telkomsel telah menjadi pilar pertumbuhannya yang terutama, dengan kontribusi terhadap pendapatan di tahun 2021 sebesar 78% dari total. Telkomsel selalu bergerak lebih maju seiring visinya untuk mengangkat harkat hidup bangsa Indonesia melalui konektivitas yang tersedia pada infrastruktur yang tangguh dan andal. Dengan momentum yang kuat untuk terus bergerak maju, Telkomsel di tahun 2021 telah melakukan transformasi secara masif dan berkelanjutan untuk dapat membuka semua peluang (“Open a World of More”) bagi para pelanggannya dan bagi bangsa Indonesia secara keseluruhan.

Cakupan transformasi Telkomsel—mulai dari peremajaan identitas perusahaan hingga peluncuran teknologi terobosan—di tahun 2021 terjadi di tengah begitu banyaknya perubahan penting dalam industri telekomunikasi, yang turut disertai dengan berbagai tantangan baru yang bermunculan. Masih berlanjutnya dampak negatif dari pandemi Covid-19 yang berkepanjangan, yang kemudian diperparah dengan ketidakpastian ekonomi global yang melemahkan daya beli di masyarakat, membuat persaingan di pasar semakin keras dan ketat. Menembus ini semua, suatu gelombang besar tengah melanda, yakni digitalisasi. Gelombang digitalisasi mempercepat pergeseran yang terjadi di masyarakat, dari layanan telekomunikasi konvensional (*legacy*) menuju layanan yang berorientasi data. Seiring rakyat Indonesia beradaptasi di era kebiasaan baru, dengan maraknya vaksinasi dan relaksasi pembatasan mobilitas, ekonomi bangsa juga mulai pulih didukung oleh digitalisasi. Semua ini menghasilkan sinyal yang positif bagi penguatan industri telekomunikasi.

Tindakan Telkomsel yang taktis untuk memastikan keberlanjutan usaha meliputi simplifikasi portofolio produk, optimasi struktur harga, penguatan platform dan infrastruktur TI,


karyawan
5.535

176,0
juta pelanggan

BTS beroperasi di seluruh Indonesia
251.116

Riwayat 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) mengakuisisi 17,3% dan 5% saham di Telkomsel.

peningkatan kualitas pengalaman pelanggan baik di ranah konvensional maupun digital, serta efisiensi biaya. Semua ini dilakukan untuk memperkuat reputasi Telkomsel sebagai perusahaan digital terkemuka yang mengembangkan sayapnya sehingga tak hanya mendominasi industri telekomunikasi. Perusahaan telah memperkuat layanan konektivitas *broadband*-nya dengan penawaran digital yang kaya, menarik, dan bermanfaat, khususnya di bidang video dan *gaming*. Telkomsel juga terus mengasah inovasi untuk memotivasi berbagai inisiatif digitalnya.

Konsisten dengan identitas barunya yang berani, yakni sebagai simbol perubahan, Telkomsel telah meramu kembali layanan prabayarnya, yang sebelumnya dipasarkan dengan merk *simPATI*, Kartu As, dan Loop. Kini, semua itu tergabung menjadi satu: Telkomsel PraBayar. Sementara itu, layanan KartuHalo yang telah lama dikenal di pasar, kini hadir dengan nama Telkomsel Halo. Akan tetapi transformasi yang paling monumental di tahun 2021 muncul dalam bentuk peluncuran layanan 5G di banyak titik di 9 kota besar, yang menjadikan Telkomsel operator telekomunikasi seluler pertama di Indonesia yang menyediakan 5G. Per akhir tahun 2021, lebih dari 137.000 BTS Telkomsel telah dilengkapi dengan fitur-fitur 4G LTE, sementara 100 telah siap untuk 5G. Dengan kemunculan 5G yang historis ini,

Telkomsel akan mentransformasi pengalaman digital masyarakat dan mencetak pertumbuhan digital yang didukung oleh “Digital Trifecta” Telkomsel, meliputi Konektivitas, Platform, dan Layanan.

Langkah strategis ini diperkuat dengan pembentukan PT Telkomsel Ekosistem Digital (INDICO), yang bertujuan untuk memperluas cakupan bisnis digital Telkomsel dengan mengembangkan portofolio bisnis dan menumbuhkan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan. Melalui keterlibatan INDICO yang intens di dalam ekosistem tempat berbagai solusi masa depan yang melibatkan IoT, AI, dan komputasi awan akan diluncurkan, Telkomsel membantu mewujudkan bangsa Indonesia yang makmur dan sejahtera. INDICO akan menjadi pusat inovasi digital yang berorientasi pengguna dengan menjadi perusahaan induk (*holding*) yang menggalang sinergi dari seluruh bisnis vertikal baru Telkomsel di berbagai bidang dengan asetnya yang unggul.

Dengan sinergi yang strategis dari aset, inisiatif, dan inovasinya, Telkomsel akan memanfaatkan setiap kesempatan untuk melaju ke masa depan, dan menghadirkan layanan telekomunikasi digital yang terdepan, paling berkualitas, dan terdiferensiasi untuk meningkatkan produktivitas dan kualitas hidup seluruh bangsa Indonesia.

2001

Telkom mengakuisisi saham milik Indosat di Telkomsel, sehingga porsi kepemilikannya meningkat menjadi 77,7%. Saham yang dimiliki KPN dan Setdco diakuisisi oleh Singtel Mobile yang berbasis di Singapura.

2002

Singtel Mobile menambah porsi kepemilikan sahamnya sebesar 12,7%, sehingga total kepemilikan sahamnya di **Telkomsel meningkat menjadi 35%, sementara sisanya sebanyak 65% dimiliki oleh Telkom sebagai pemegang saham mayoritas.**

Jejak Langkah

1995

- Telkom dan PT Indosat mendirikan Telkomsel.
- Peluncuran layanan pascabayar kartuHalo.

1997

- Peluncuran layanan telekomunikasi seluler ke 27 provinsi.
- Peluncuran *simPATI* Nusantara sebagai layanan prabayar pertama di Asia.

2002

- Peluncuran resmi layanan mobile data, termasuk WAP melalui GPRS (*General Packet Radio Services*), MMS (*Multimedia Messaging Services*), dan layanan konten.

2003

- Peluncuran layanan *roaming* internasional komersial pertama bagi pengguna layanan prabayar di Indonesia.

2004

- Peluncuran sistem transfer pulsa prabayar yang aman.
- Bergabung dengan aliansi operator telekomunikasi seluler di kawasan regional (Bridge Alliance) untuk meningkatkan manfaat bagi pelanggan.
- Peluncuran layanan prabayar Kartu As.

2016

- Peluncuran 3 Program Masterpiece: 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.

2015

- Peluncuran 3 Program Masterpiece: Digital World, Great Payment Experience dan TrueBEX (True Broadband Experience).
- Penyelesaian pengaturan kembali spektrum frekuensi 1800 MHz, dan peluncuran jaringan LTE di 14 kota dengan 2,2 juta pengguna LTE.
- Mencapai lebih dari 100.000 BTS dan 150 juta pelanggan.
- Realisasi 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 keempat tahun 2015.

2014

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

2017

- Fokus pada penciptaan pengalaman pelanggan (CX) yang unggul secara konsisten, 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, 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 menjangkau 490 kota kabupaten di seluruh Indonesia.

2018

- Perluasan posisi ekosistem video dengan peluncuran MAXstream, portal video *one-stop* yang menggabungkan aplikasi video OTT, saluran linear, dan konten VOD.
- Peluncuran 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 di mana saja.
- Peluncuran perdana seri orisinal Brata dalam bahasa Indonesia, yang dapat dinikmati di MAXstream.
- Peluncuran *game e-sport* perdana bertajuk Shellfire yang bertujuan membidik komunitas *gamer*.

2019

- LinkAja resmi diluncurkan di bawah PT Fintek Karya Nusantara, LinkAja, kolaborasi BUMN "From and For Indonesia".
- Peluncuran *online role-playing game* Lord of Estera oleh Dunia Games.
- Peluncuran by.U, layanan seluler prabayar digital pertama di Indonesia yang memberikan pengalaman digital end-to-end untuk seluruh kebutuhan telekomunikasi.
- Uji coba jaringan 5G dengan melakukan panggilan video pertama pada jaringan 5G serta uji kecepatan 5G di Batam.

2005

- Call Center Telkomsel meraih sertifikasi ISO 9001:2000.
- Peluncuran layanan *Mobile Banking* ATM.

2006

- Peluncuran komersial pertama layanan jaringan 3G di seluruh Indonesia.

2007

- Peluncuran layanan *push email*.
- Penggelaran layanan HSDPA (*High Speed Downlink Packet Access*) dan Telkomsel Flash.
- Peluncuran layanan TCASH untuk melayani transaksi keuangan berbasis seluler.

2008

- Menjadi pelopor dalam pembangunan BTS yang berbasis energi terbarukan di Asia.
- Peluncuran layanan suara dan data seluler pertama di Indonesia bagi armada PELNI di laut lepas.

2009

- Peluncuran layanan berbasis jaringan pita lebar HSUPA (*High Speed Uplink Packet Access*).
- Peresmian Program Desa Dering yang menyediakan akses telekomunikasi bagi lebih dari 25.000 desa.

2013

- Peluncuran Program Masterpiece, yang di dalamnya termasuk penyediaan 268 unit *mobile GraPARI*, pendirian 268 kota *broadband*, 68 aplikasi dari para pengembang lokal untuk mendukung pengembangan industri digital kreatif.
- Peluncuran 450 unit Compact Mobile Base Station (COMBAT).
- Keberhasilan uji coba penerapan LTE selama APEC 2013.

2012

- 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.

2011

- Melampaui target 100 juta pelanggan yang menjadikan Telkomsel operator telekomunikasi terbesar ketujuh di dunia dalam aspek jumlah pelanggan.
- Peresmian Fasilitas Riset dan Pengembangan pertama di Indonesia untuk teknologi seluler.
- Peluncuran Tap Izy yang merupakan sistem pembayaran berbasis seluler pertama di Indonesia yang mengubah telepon seluler layaknya dompet elektronik.

2010

- Menjadi operator pertama yang melakukan uji coba atas penerapan teknologi jaringan *Long Term Evolution* (LTE) di Indonesia.
- Peluncuran layanan *Mobile Newspaper* pertama di Indonesia.

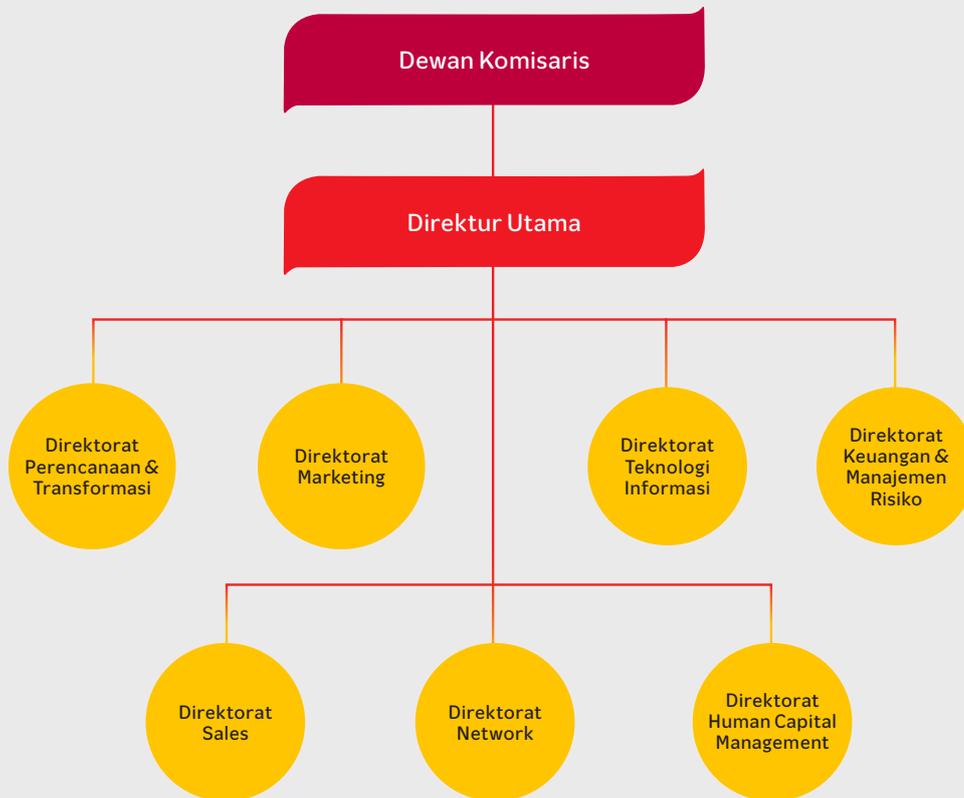
2020

- Pengenalan Telkomsel Orbit ke pasar, sebagai sarana konektivitas nirkabel rumahan yang premium, berbasis jaringan 4G LTE.
- Penjualan 6.050 menara telekomunikasi ke Mitratel, sehingga Telkomsel kini fokus pada penyediaan layanan konektivitas digital. Transfer kepemilikan dilakukan dalam dua tahap, mulai dari 1.911 menara di tahun 2020 dan 4.139 menara di tahun 2021.
- Investasi di Gojek, platform *on-demand* dan pembayaran terkemuka di Asia Tenggara, sehingga mempercepat transformasi digital Indonesia.
- Peluncuran Telkomsel Program Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ), untuk memberdayakan pelanggan agar terus produktif di sepanjang periode pembatasan jarak fisik selama pandemi.
- Peluncuran 3 *game* baru—Rise of Nowlin, Kolak Express 3, dan Three Kingdoms: Quest of Infinity—oleh Dunia Games, sehingga memperkuat kepemimpinannya di bidang penerbitan aplikasi *gaming*.

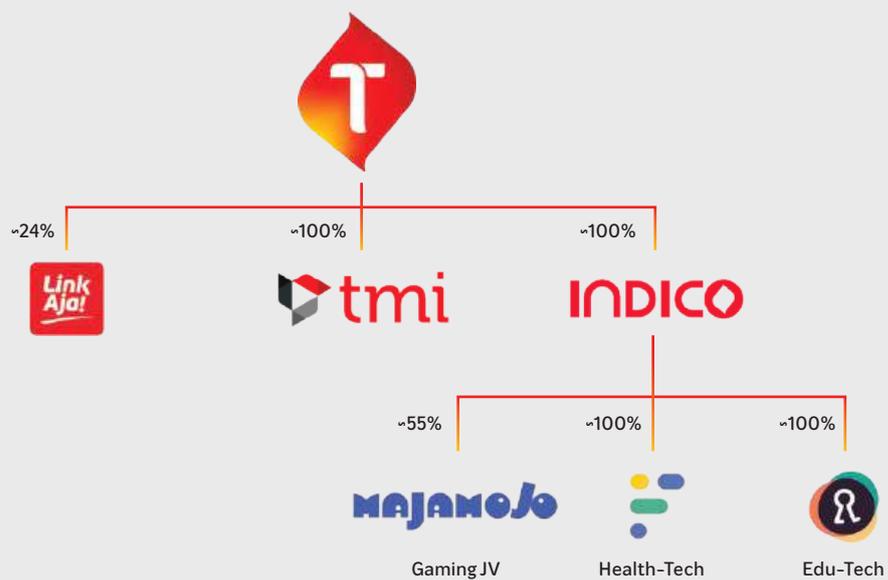
2021

- Peluncuran penuh layanan 5G, menjadikan Telkomsel operator telekomunikasi seluler pertama di Indonesia yang menawarkan 5G, yang pada tahap awalnya dikomersialisasikan di berbagai titik di 9 kota besar: Jakarta, Bandung, Solo, Surabaya, Bali, Batam, Medan, Balikpapan, dan Makassar.
- Peluncuran identitas baru Telkomsel, sebagai simbol perubahan.
- Pengemasan ulang layanan Prabayar (*simPATI*, Kartu As, dan Loop) sebagai Telkomsel Prabayar, serta layanan pascabayar kartuHalo sebagai Telkomsel Halo.
- Peluncuran Kunci, platform pembelajaran untuk talenta Indonesia, yang menyoroti komitmen Telkomsel untuk akselerasi pemberdayaan dan kapabilitas teknologi masyarakat Indonesia. Melalui Kunci, para praktisi dan pakar di berbagai bidang dapat menjadi mentor untuk ribuan pengguna aktif hariannya.
- Penetrasi ke bidang health-tech melalui Fita, aplikasi sarat konten di bidang kesehatan, kebugaran, dan nutrisi, yang dikembangkan oleh para pakar untuk mendorong gaya hidup sehat di masyarakat.
- Pendirian PT Telkomsel Ekosistem Digital (INDICO), yang mewujudkan aspirasi Telkomsel untuk memperluas cakupan bisnis digitalnya dan membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan, dengan mengandalkan "Digital Trifecta" Telkomsel, yakni Konektivitas Digital, Platform Digital, dan Layanan Digital.

Struktur Organisasi



Struktur Korporasi



Produk & Layanan Utama

Telkomsel Halo

Telkomsel Halo telah lama menjadi layanan komunikasi seluler pilihan kaum profesional dan pelanggan korporat di Indonesia, termasuk pelanggan *high-end* yang telah dilayani oleh Telkomsel selama lebih dari dua dekade. Sebelumnya dikenal dengan nama kartuHalo, di tahun 2021 Telkomsel mengubah namanya menjadi Telkomsel Halo, dengan penawaran layanan dan kualitas telekomunikasi seluler yang prima, serta berbagai kemudahan dan keunggulan bagi pelanggannya. Telkomsel Halo kini telah memperluas sasaran pasarnya hingga ke kaum profesional muda, dengan menempatkan diri sebagai layanan pascabayar yang paling asyik. Dengan proposisi nilai yang terbaik untuk segmen menengah atas, Telkomsel Halo membuka semua peluang yang menakjubkan di keseharian mereka.

Telkomsel PraBayar

Sebagai integrasi dari tiga merek ternama untuk layanan prabayar dari Telkomsel—*simPATI*, Kartu As, dan Loop—Telkomsel PraBayar kini menghadirkan kemudahan dan kenyamanan di ujung jari semua pelanggannya. Hadir dengan kemasan dan nama baru, Telkomsel PraBayar siap menghadirkan berbagai pengalaman pelanggan yang kaya nuansa, melalui beragam pakatnya yang ditawarkan dengan beragam skema harga. Telkomsel PraBayar mengukir cakrawala yang sarat peluang dalam hal produktivitas, hiburan, dan aktualisasi diri, dengan didukung oleh jaringan *broadband* Telkomsel yang prima dan andal.

by.U

Sebagai pelopor layanan seluler prabayar digital di Indonesia, by.U menghadirkan pengalaman digital yang sepenuhnya dapat disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan dari pelanggan, untuk seluruh kebutuhan telekomunikasi mereka. Dengan sasaran utama dari kalangan *Gen Z*, yang harus terus terhubung ke internet, by.U membuat aktivitas sehari-hari mereka lebih seru dan menyenangkan lewat layanannya yang terintegrasi dan aplikasinya yang penuh ragam.

Telkomsel Orbit

Telkomsel Orbit menawarkan layanan internet *broadband* rumahan dengan modem Wi-Fi yang terhubung ke infrastruktur 4G dan 5G Telkomsel yang terbentang di seluruh Indonesia. Untuk menikmati Orbit, pengguna tidak perlu berlangganan. Sangat fleksibel bagi mereka untuk terhubung ke internet, cukup dengan membeli paket data.

04

TINJAUAN BISNIS

A young man with dark hair, wearing a green jacket and a red backpack, is smiling and talking on a red mobile phone. He is standing in a lush green mountainous area. The background is a gradient of red and orange. The text 'by.U' is written in white, stylized font on the right side of the image.

by.U

Telkomsel
Halo

Telkomsel
PraBayar

Strategi Perusahaan

Pandemi telah mengubah perilaku dan kebutuhan konsumen Indonesia, sehingga mendorong kami untuk membuat serangkaian inisiatif terobosan yang tercermin dari tema Perusahaan untuk tahun 2021: “Elevate the Core, Unleash Our Digital Power”.

Dengan pengalaman selama 26 tahun melayani pasar telekomunikasi Indonesia, Telkomsel terus melakukan lompatan dalam berinovasi dan mengembangkan bisnis yang lebih baik di segala bidang, terlepas dari tantangan Covid-19.

Pandemi telah mengubah perilaku dan kebutuhan konsumen Indonesia, sehingga mendorong kami untuk membuat serangkaian inisiatif terobosan yang tercermin dari tema Perusahaan untuk tahun 2021: “Elevate the Core, Unleash Our Digital Power”.

Tema korporasi ini telah dijalankan dalam beberapa program utama yang menopang bisnis inti kami di ranah digital. Program tersebut termasuk ekspansi *smart aggression* untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar dalam pengguna data, mengintegrasikan business intelligence kami menjadi *enterprise-to-enterprise (E2E) pricing model*, menumbuhkan segmen *business-to-business (B2B)* untuk menjadi Perusahaan fasilitator transformasi digital terbesar, melakukan aksi korporasi untuk memperluas layanan digital kami, meningkatkan MyTelkomsel sebagai *super app* di ekosistem digital Indonesia, dan meningkatkan basis pengguna layanan internet rumahan kami.

Selain itu, kami juga memperluas kemitraan strategis untuk memperkuat bisnis inti kami, membuka peluang menuju transformasi bisnis yang lebih luas, dan menciptakan nilai yang langgeng melalui aset telekomunikasi kami. Hasilnya, jumlah Pendapatan tumbuh 0,5% YoY didorong oleh pertumbuhan Layanan Data sebesar 6,9% dan peningkatan tajam dari Layanan Digital sebesar 28,1% YoY pada tahun 2021.

BERTUMBUH LEBIH KUAT DARI SEBELUMNYA

Sebagai Perusahaan telekomunikasi digital terkemuka, Telkomsel menciptakan identitas baru yang melambangkan karakter kami: *integrity*, *purposeful*, *empowering*, dan *exciting*. Kami melakukan peningkatan merek melalui “Digital Trifecta”: konektivitas, layanan, dan platform—yang sejalan dengan upaya untuk mengadaptasi berbagai penawarannya agar tetap relevan bagi pelanggan.

Komitmen Telkomsel untuk memberikan layanan terbaik bagi pelanggan mewujud dalam produk-produk yang dirancang secara *customer-centric*. Kami ingin meningkatkan pengalaman gaya hidup digital pelanggan melalui pengembangan jaringan yang berkelanjutan, serta melalui kolaborasi kuat kami dengan perusahaan teknologi terkemuka dan mitra strategis terkait di Indonesia. Divestasi 4.000 menara Telkomsel kepada PT Dayamitra Telekomunikasi (Mitratel), yang merupakan anak perusahaan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk pada tahun 2021, menyusul pengalihan menara sebanyak 6.050 unit pada tahun 2020 (yang dilakukan dalam dua tahap, dimulai dari 1.911 menara pada tahun 2020 dan 4.139 menara pada tahun 2021), menunjukkan fokus kami yang lebih tajam dalam mewujudkan kepemimpinan di bidang telekomunikasi digital.

PELOPOR LAYANAN 5G UNTUK BANGSA

Untuk memperkuat keunggulan dalam memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, Telkomsel telah menjadi operator seluler pertama yang meluncurkan layanan 5G di Indonesia. Sejak Mei 2021, layanan 5G Telkomsel kini telah tersedia bagi pelanggan, membuka dunia penuh warna dengan hiburan yang menyenangkan dan fungsionalitas baru lainnya di beberapa titik di Jakarta, Bandung, Surabaya, Solo, Denpasar, Medan, Batam, Balikpapan, dan Makassar. Inisiatif penting ini telah menjadikan Telkomsel sebagai yang terdepan di area teknologi, terutama pada saat ini saat kami bertransformasi menjadi perusahaan telekomunikasi digital yang terkemuka.

Kami mengantisipasi layanan 5G kami untuk mendorong perkembangan ekosistem digital Indonesia melalui *interlinking* dari konektivitas, platform, dan layanan yang lebih intensif di ranah digital. Selanjutnya, 5G juga akan mempercepat pengembangan solusi teknologi di masa depan di luar kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), komputasi awan, dan *Internet of Things (IoT)* saat ini.

MEMBANGUN INISIATIF BISNIS DIGITAL

Era digital membawa tantangannya tersendiri, terutama dari sisi bisnis. Untuk menjawab tantangan tersebut, Telkomsel dengan beberapa anak perusahaan barunya membentuk struktur "INDICO" untuk mendorong pemenuhan dalam ekonomi digital Indonesia. Kami mendirikan PT Telkomsel Ekosistem Digital untuk menumbuhkan inovasi digital dan menyediakan produk dan layanan yang berorientasi pengguna, selain dari layanan konektivitas.

PT Telkomsel Ekosistem Digital adalah ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan yang dimandatkan untuk mewujudkan "Digital Trifecta": konektivitas, layanan, dan platform. Sebagai perusahaan induk untuk bisnis vertikal Telkomsel yang berfokus pada gaya hidup digital, PT Telkomsel Ekosistem Digital menyediakan dukungan melalui inovasi teknologi dan optimasi aset. Tujuan jangka panjang PT Telkomsel Ekosistem Digital adalah untuk mewujudkan potensi Indonesia sebagai kekuatan ekonomi digital dunia.

MENINGKATKAN INVESTASI DIGITAL

Kami terus memperkuat fundamental kami melalui beberapa investasi di perusahaan digital untuk meningkatkan bisnis inti. Setelah investasi awal sebesar USD 150 juta di Gojek terlaksana, pada Mei 2021, kami menambah USD 300 juta untuk memberdayakan Gojek dalam membuka lebih banyak peluang untuk melayani pelanggan, mitra, saluran bisnis, dan pemangku kepentingan kami di sepanjang rantai nilai bisnis kami.

Anak perusahaan kami, LinkAja, juga meningkatkan investasi digitalnya dengan mengakuisisi iGrow, perusahaan *fintech peer-to-peer (P2P) lending*. Hal ini menandai ekspansi LinkAja ke ranah pembiayaan *online* dan akan mendukung target jangka panjang kami untuk meningkatkan kesejahteraan bangsa melalui teknologi keuangan.

Perjalanan Transformasi: “Open a World of More”

Melalui dukungan transformasi ini, kami telah menjangkau dan menempa fundamental bisnis melalui sinergi bersama para pemangku kepentingan eksternal kami dengan senantiasa bergerak maju dalam jalur *customer experience*, infrastruktur jaringan, bisnis digital, dan dukungan bisnis, seiring kami membuka dunia sarat peluang (“Open a World of More”) bagi semua kalangan.

Bisnis Perusahaan terus berkembang dan kami turut menghadirkan peluang yang banyak, kebahagiaan yang tanpa batas, pemberdayaan yang luar biasa, dan seterusnya. Transformasi telah menjadi semangat yang kami tanamkan secara internal dalam diri karyawan, proses, dan teknologi kami. Melalui dukungan transformasi ini, kami telah menjangkau dan menempa fundamental bisnis melalui sinergi bersama para pemangku kepentingan eksternal kami dengan senantiasa bergerak maju dalam jalur *customer experience*, infrastruktur jaringan, bisnis digital, dan dukungan bisnis, seiring kami membuka dunia sarat peluang (“Open a World of More”) bagi semua kalangan.

KARYAWAN

Perjalanan transformasi kami dimulai dari karyawan kami. Mereka berada di jantung identitas baru Perusahaan, di mana benih dari semua transformasi digital berikutnya dipupuk. Di Telkomsel, kami percaya bahwa perubahan harus dipimpin oleh insan karyawannya sehingga identitas baru kami akan tetap bersinar melalui budaya dan kehidupan kerja kami yang hingga pada akhirnya akan menjadi cerminan yang jelas bagi para pelanggan. Kami telah merencanakan beberapa inovasi untuk meningkatkan kemampuan talenta karyawan saat kami memulai era digitalisasi yang lebih luas.

DigiPro dan SIMPLE Squad adalah *agile program* berkelanjutan yang dimulai pada tahun 2020 untuk mengintegrasikan layanan dan aplikasi kami. Kampanye GirlsTakeOver Perusahaan bekerja sama dengan Yayasan Plan International Indonesia, Kementerian BUMN, Srikandi BUMN, dan melibatkan perwakilan BUMN dan anak perusahaannya, telah berandil dalam memperluas kesempatan bagi para karyawan perempuan untuk menjadi pemimpin di tempat kerja yang pada akhirnya telah membawa dampak

positif yang besar bagi bisnis kami. Seiring dengan inisiatif IndonesiaNEXT, Telkomsel telah membuka peluang baru bagi mahasiswa untuk mengembangkan bakatnya dalam menjadi pemimpin masa depan di era digital.

Upaya kami mendapatkan pengakuan dari Majalah SWA. Telkomsel menerima peringkat AAA (Excellent) untuk aspek *Learning & Development*, *Managing Transformation*, dan *HR Digitization & People Analytics*. Ini membuktikan komitmen kami untuk memberdayakan talenta yang kami kelola. Kami juga berkolaborasi dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan menyelenggarakan program Magang Kampus Merdeka di Telkomsel, sehingga talenta yang tengah berkembang dapat terlibat dalam sejumlah proyek kami.

Inisiatif CSR kami, TheNextDev, menginkubasi dan mendorong pertumbuhan perusahaan rintisan di Indonesia. Kami membangun kemampuan dan ketangkasan sekaligus membuka pemikiran mereka agar menjadi yang terdepan dalam bidang kewirausahaan digital. Kami juga meluncurkan program pelatihan dan inkubasi dalam dua tahap bagi para inovator di korporasi, dengan nama Tinc Polaris.

PROSES

Produk dan layanan kami selalu terus bertransformasi untuk mengatasi tantangan di era digital ini. Kami memulai perjalanan kami untuk menjadi lebih gesit melalui Automation Centre of Excellence (CoE), di mana kami meluncurkan lebih banyak aplikasi *robotic process automation* (RPA) dan mengembangkan kemampuan *intelligent automation* (IA) untuk mengurangi risiko kesalahan dan meningkatkan efisiensi dalam proses-proses kami.

Pada tahun 2021, kami meluncurkan *Site-as-Factory Analytics* (SIFA) yang berfungsi sebagai sistem yang membantu proses pengambilan

keputusan dalam analisis investasi, memastikan kinerja jaringan berkualitas tinggi, dan memberikan rekomendasi untuk intervensi program pasar mikro. Kami juga terus melakukan penyederhanaan produk untuk meningkatkan pengalaman yang ramah pengguna bagi pelanggan.

TEKNOLOGI

Untuk menjaga Telkomsel sebagai pelopor dan perusahaan teknologi terkemuka “*beyond telco*”, kami menginisiasi beberapa produk untuk meningkatkan kinerja operasional secara internal dan memberikan nilai kepada pelanggan. Kami mengembangkan beberapa pasar potensial di bidang *health-tech*, *edu-tech*, *gaming publishing*, *digital food ecosystem* (DFE), dan *digital surveying* (T-Survey) yang diharapkan dapat menempatkan merek Telkomsel sebagai pusat ekosistem digital.

Dalam hal pengalaman pelanggan, kami menawarkan berbagai solusi B2B seperti IoT dan *Enterprise Mobility* selain model B2C kami yang telah ada sebelumnya. Kami telah terlibat dalam sejumlah gelaran, seperti persiapan G-20 dan MotoGP Mandalika 2022, PON XX, dan Dubai Expo, untuk membantu menggali kepercayaan global di Indonesia dan khususnya di sektor teknologinya.

Untuk memastikan kampanye “Open a World of More” sukses besar, kami membawa transformasi ini kepada para pemangku kepentingan eksternal kami pula. Tujuan utamanya adalah untuk meningkatkan bisnis kami dengan membangun sinergi yang membantu menciptakan bisnis inti yang kuat dan ekosistem digital yang solid bersama semua pemain kunci di berbagai bidang yang relevan.

PEMANGKU KEPENTINGAN

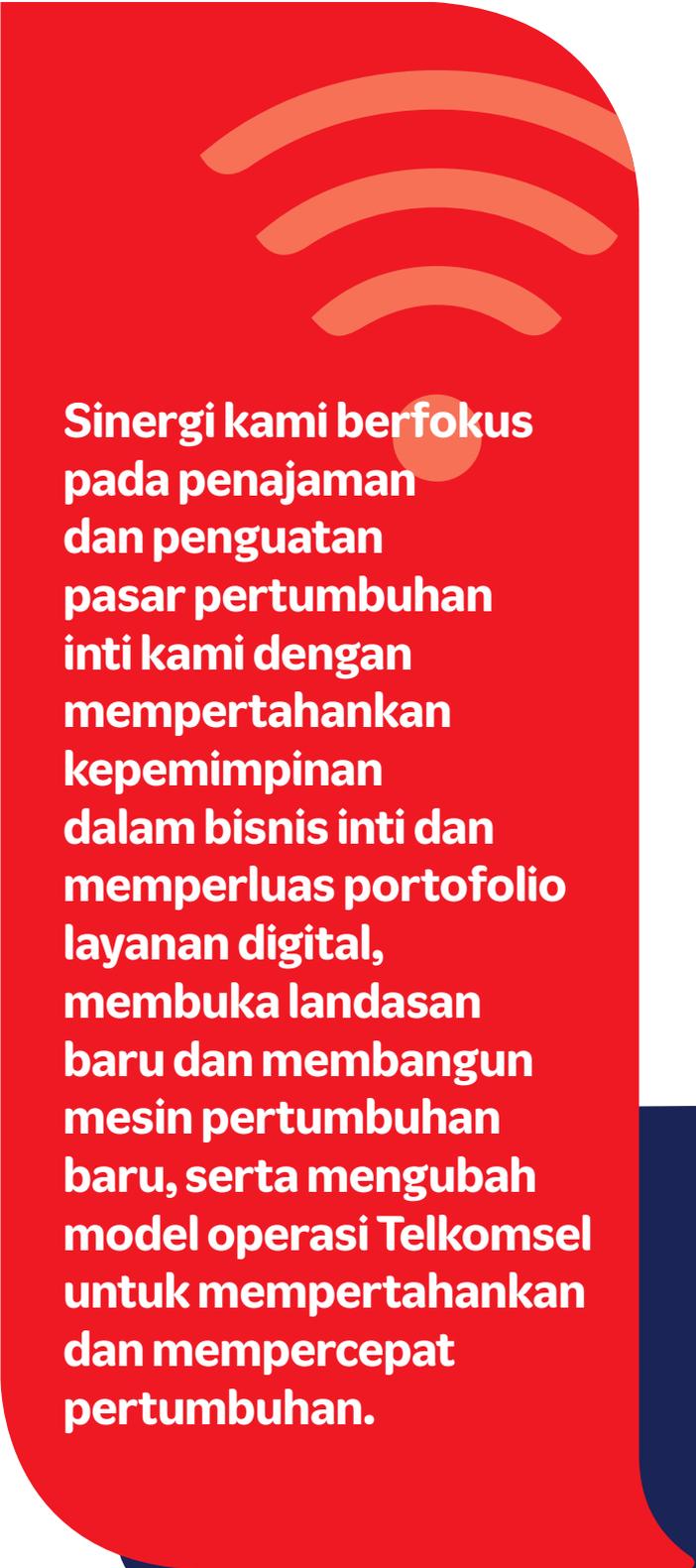
Telkom Group dan Singtel, sebagai induk perusahaan kami, terus berkomitmen untuk mengembangkan konektivitas digital, platform digital, dan layanan digital. Hal ini akan membantu Telkomsel dalam mengintegrasikan “Digital Trifecta” kami ke dalam ekosistem digital yang lebih besar untuk melayani semua jenis kebutuhan yang ada.

Secara keseluruhan, kami memfokuskan sinergi pada penajaman dan penguatan pasar pertumbuhan inti Perusahaan. Kami melakukan ini dengan mempertahankan kepemimpinan dalam bisnis inti dan memperluas portofolio layanan digital yang dilakukan demi mengerahkan kekuatan digital kami untuk tumbuh sesuai ekspektasi pasar. Kami membuka landasan baru dan membangun mesin pertumbuhan baru untuk melampaui tingkat pertumbuhan rata-rata pasar di Indonesia. Ketika kami mengubah model operasi Telkomsel demi mempertahankan dan mempercepat pertumbuhan, kami mengambil langkah-langkah untuk memastikan pola pikir yang ramping dan gesit serta menerapkan efisiensi biaya.

PENGALAMAN PELANGGAN

Di segmen *Family/Home*, Telkomsel dan Telkom Group berkolaborasi untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dengan mengintegrasikan jaringan tetap dan seluler melalui proyek *Fixed Mobile Convergence* (FMC). FMC memberikan pengalaman konektivitas digital yang total bagi pelanggan yang bergantung pada telepon seluler dan *fixed-line* untuk aktivitas mereka. Peluncuran SMOOA dan Telkomsel Orbit untuk pasar *Family/Home* akan semakin memperkuat bisnis *broadband* ke depannya.

Di segmen B2B, Telkomsel dan Telkom Enterprise menawarkan Solusi *Corporate Business* untuk mendorong akuisisi pelanggan baru



Sinergi kami berfokus pada penajaman dan penguatan pasar pertumbuhan inti kami dengan mempertahankan kepemimpinan dalam bisnis inti dan memperluas portofolio layanan digital, membuka landasan baru dan membangun mesin pertumbuhan baru, serta mengubah model operasi Telkomsel untuk mempertahankan dan mempercepat pertumbuhan.

dan menghasilkan lebih banyak pendapatan dari korporasi, pemerintah, BUMN, dan UMKM. Kemitraan Telkom Bundling Product, antara perusahaan induk dengan solusi B2B kami, akan meningkatkan nilai tambah produk dan layanan TelkomGroup.

Telkomsel dan TelkomGroup berkomitmen untuk melanjutkan program Kemitraan Telin Taiwan As 2in1 Card untuk memberikan layanan terbaik di luar negeri, terutama di mana Telkom International (Telin) beroperasi.

INFRASTRUKTUR JARINGAN

Sinergi infrastruktur jaringan terutama difokuskan pada pemanfaatan infrastruktur Telkom untuk mendorong efisiensi biaya melalui skala ekonomi, sekaligus meningkatkan pendapatan, kualitas, dan mempersiapkan infrastruktur Telkomsel untuk Bisnis Digital. Telkomsel dan TelkomGroup mengelola elemen-elemen jaringan melalui program Enhanced Network Operation Model, program Full Maintenance Contract, dan Telkom Infra Project selama tahun 2021, terutama untuk musim perayaan.

Untuk memastikan pengalaman terbaik bagi para pengguna *end-to-end gaming*, kami telah meningkatkan latensi, dan untuk memanfaatkan penawaran paling inovatif TelkomGroup, yakni layanan 5G. Kami memprakarsai 5G Joint Innovation Program dengan mengimplementasikan *Minilab 5G use case Kickstart* di DMobX Lab.

BISNIS DIGITAL

Pada tahun 2021, Telkomsel memanfaatkan sinergi dengan Telkom Group dan pemangku kepentingan lainnya untuk mendorong pertumbuhan Bisnis Digital. LinkAja telah kami kembangkan untuk digunakan sebagai metode pembayaran di gedung-gedung Telkom, UMKM, Simpledesa, mitra lainnya seperti DigiTiket. Kami merancang program untuk mengonversi poin penjualan IndiHome ke dalam poin LinkAja.

Selaras dengan perkembangan sektor *edu-tech* di Indonesia, kami mengembangkan platform pembelajaran bersama dan ekosistem pendidikan bekerja sama dengan Pijar Mahir dan Ilmupedia. Selanjutnya, sebagai inisiatif CSR kami, kami mengembangkan kampus digital bersama dengan Telkom University, dalam bentuk Telecom Infra Project.

Melalui sinergi tersebut, kami turut mendukung industri hiburan nasional. Telkomsel ambil bagian dalam keterlibatan induk perusahaan dalam program *bundling* Komersial Netflix dan bekerja sama dengan Perusahaan Film Negara (PFN) untuk mengusung film-film nasional melalui MAXStream.

DUKUNGAN BISNIS

Untuk meningkatkan perkembangan Bisnis Digital, Perusahaan melaksanakan program Sinergi Untuk Negeri yang diilhami oleh semangat berkreasi bersama Telkomsel sebagai *enabler* untuk mendongkrak nilai BUMN dengan mempercepat transformasi digitalnya. Kami juga meningkatkan nilai UMKM dengan platform digital 99% Usahaku, mendekati UMKM dengan pelanggan dan calon pelanggan mereka. Sinergi Untuk Negeri pada tahun 2021 dilaksanakan dalam tiga kegiatan, yaitu *Virtual Exhibition*, *Virtual Sales*, dan Webinar.

Telkomsel dan Telkom berkolaborasi dalam memberikan pengalaman telekomunikasi terbaik di lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP), yaitu Danau Toba, Labuan Bajo, Borobudur, Mandalika, dan Likupang. Pada acara Bangga Buatan Indonesia, Road to Kilau Digital Permata Flobamora yang diinisiasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika dan Pemerintah Daerah NTT, Telkomsel memberikan pelatihan penggunaan 99% Usahaku kepada UMKM, dan penyampaian jaringan 5G selama acara di kawasan Puncak Waringin dan sekitarnya.

Legacy



**Telkomsel telah
bersiap untuk
memperkuat inisiatif
diversifikasinya, dengan
upaya menyeluruh
sebagai perusahaan
telekomunikasi digital
yang utuh dalam
membuka kemungkinan
masa depan dan
membawanya ke
genggaman pelanggan.**

Bisnis *Legacy* Telkomsel menghadapi rintangan besar pada tahun 2021, tahun kedua di dalam era kebiasaan baru, karena permintaan layanan *Legacy* terus berkurang di masa pandemi. Contoh nyatanya adalah penurunan dramatis dalam pendapatan *roaming* karena pembatasan perjalanan yang ketat di seluruh dunia untuk menekan penyebaran Covid-19.

Menanggapi tren yang terus berlanjut ini, Telkomsel telah bersiap untuk memperkuat inisiatif diversifikasinya, dengan dorongan menyeluruh sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang utuh untuk membuka kemungkinan masa depan dan membawanya ke genggaman pelanggan. Dua mesin utama diversifikasi kami di luar bisnis *Legacy* adalah *Broadband* dan Layanan Digital. Keduanya diuraikan dalam bagiannya masing-masing.

Di bisnis *Legacy* sendiri, strategi segmen ritel Telkomsel untuk memperlambat penurunan dan mempertahankan bisnis di tahun 2021 ada tiga. Ketiga komponen inti ini—yakni peralihan skema *Voice pay-as-you-use* (PAYU) ke paket yang lebih personal; penajaman segmentasi pasar pelanggan; dan promosi SMS *application-to-person* (A2P) internasional—dibahas di bawah ini.

PEMASARAN

Tujuan keseluruhan dari pemasaran *Legacy* Telkomsel pada tahun 2021 adalah untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan di semua saluran. Dampaknya, ini membantu kami mengelola tingkat perputaran pelanggan saat kami maju dalam transisi menuju perusahaan “*beyond telco*”.

Kami mewujudkannya melalui pembenahan identitas korporat dan menyederhanakan skema produk dan harga kami. Merek-merek prabayar kami sebelumnya (*simPATI*, *Kartu As*, dan *Loop*) dikemas ulang sebagai Telkomsel PraBayar, sedangkan *kartuHalo* yang menjadi andalan kami telah berganti nama menjadi Telkomsel Halo. Kedua merek tersebut



menjadi ujung tombak kampanye “Open a World of More” sepanjang tahun 2021 melalui berbagai proposisi menarik yang melibatkan *point reward*, keunggulan layanan, *games*, dan hiburan.

Sebagai bagian dari strategi keseluruhan Bisnis *Legacy* Perusahaan, kami mulai mengalihkan pengguna *Voice pay-as-you-use* (PAYU) kami ke Paket *Voice* yang lebih personal. Akibatnya, kami berhasil meningkatkan pangsa pengguna Paket *Voice* kami menjadi lebih dari setengah dari pendapatan suara rata-rata harian kami selama tahun 2021.

Karena industri perjalanan terus terhambat oleh pandemi, pada tahun 2021 kami berfokus pada pembenahan produk *roaming* kami (RoMAX) dan meningkatkan penyerapannya melalui kemitraan. Memperluas bisnis SMS *application-to-person* (A2P) internasional kami, Telkomsel menjalin kesepakatan selama tiga tahun dengan Meta (Facebook) yang membantu kami meredam penurunan pendapatan *Legacy*.

Kami juga menggiatkan inisiatif pemasaran selama bulan-bulan tertentu dan di wilayah tertentu, dan meluncurkan dua program *bundling* gawai yang strategis: Smartphone Internet Merdeka (ditujukan untuk pelanggan kelas bawah) dan Migrasi Perangkat 4G (untuk mereka yang bermigrasi ke gawai 4G).

Inisiatif pemasaran untuk produk pascabayar kami pada tahun 2021 melibatkan berbagai penawaran promosi dalam hal *bundling* produk yang menarik dan harga yang kompetitif, bekerja sama dengan para mitra utama. Dimana termasuk sejumlah aplikasi pembelajaran, aplikasi hiburan, platform *marketplace*, dan *principal* untuk produk gawai.

Untuk menjaga loyalitas pelanggan, kami menjalankan beberapa program di tahun 2021, di antaranya Undi-Undi Heki, undian berhadiah utama (motor, *smartphone*, mobil). Sebanyak 49 undian yang telah diadakan melalui Telkomsel Loyalty Program pada tahun 2021 sukses mendatangkan 230 juta transaksi dan 7 juta pelanggan baru. Kami juga mengadakan Festival Poin selama musim perayaan Natal – Tahun Baru, dan program hadiah bulanan Kejutan Poin di aplikasi MyTelkomsel sepanjang tahun.

Keberhasilan seluruh inisiatif tersebut memungkinkan Bisnis *Legacy* Telkomsel mencatatkan nilai terbesar, baik dalam nilai mutlak maupun persentase dari total pendapatan, di antara para pemain di industri telekomunikasi Indonesia. Sejalan dengan mudarnya bisnis *legacy* di seluruh industri, Telkomsel mengintensifkan programnya untuk memfasilitasi peralihan pelanggan yang

lebih tradisional ke Layanan *Broadband* dan Digital. Selain itu, kami juga akan menerapkan serangkaian inisiatif yang mencakup peningkatan *roaming* internasional, manajemen interkoneksi melalui SMS A2P, dan *bundling* gawai & program loyalitas, untuk menjaga penawaran kami tetap menarik bagi para pelanggan.

PENJUALAN

Seusai melakukan peremajaan identitas pada tahun 2021, Telkomsel menanamkan nilai-nilai kunci baru (*purposeful, integrity, empowering, and exciting*) ke dalam operasi sehari-hari dari titik kontak penjualan dan layanan. Hal ini paling jelas terlihat di gerai-gerai GraPARI yang telah direnovasi dan tersebar di seluruh Indonesia. Tujuan jangka panjang kami adalah menjadikan GraPARI sebagai “rumah” bagi pelanggan, baik dari segi kehadiran fisik maupun kualitas keramahan yang ditawarkan kepada mereka.

Menjangkau lebih dalam ke lapisan titik kontak pelanggan, kami berupaya untuk memperluas kehadiran Telkomsel di seluruh tanah air dengan menginisiasi program “One Village One Outlet”, yang bertujuan untuk mendirikan gerai di desa-desa di daerah terpencil. Kami juga menerapkan aplikasi *Site as Factory* (SIFA) untuk menghadirkan banyak inisiatif penjualan kami, yang sekarang berbentuk digital, langsung kepada jaringan *customer engagement* kami. Dengan SIFA, tim penjualan dan jaringan kami di setiap lokasi siap memberikan solusi dan tindakan yang tepat berdasarkan hasil analitik terperinci terkait aspek pembelian pelanggan dan berbagai isu yang kerap dijumpai.

Untuk meningkatkan penjualan di semua segmen pelanggan, kami melatih para *sales warriors* untuk mendapatkan data perilaku konsumen dari kampanye pemasaran lokal, dan belajar dari sana untuk merancang strategi *Customer Value Management* (CVM) yang paling efektif untuk

menanggapi kekhasan target pasar masing-masing. Untuk meningkatkan keterjangkauan produk, kami telah mengeluarkan paket perdana denominasi rendah, sambil memastikan bahwa voucher fisik kami tersedia di seluruh outlet kami.

Selanjutnya, kami selalu antusias dalam mendengar masukan apapun dari pelanggan, karena hal ini sangat penting bagi kemajuan Perusahaan yang berkelanjutan. Kami telah menggunakan mekanisme *Voice of Customers*, yang terus kami sempurnakan selama bertahun-tahun, untuk mendapatkan umpan balik pelanggan tentang bagaimana cara menjadikan layanan kami lebih berorientasi pelanggan di masa depan.

ENTERPRISE

Untuk mempertahankan serapan *Legacy* di segmen enterprise, baik untuk perusahaan besar maupun kecil-menengah, Telkomsel telah mengalihkan fokus untuk melayani pelanggan korporasi dan menyediakan solusi baru yang dapat diakses melalui MyEnterprise (untuk pelanggan baru) dan MyEnterprise Care (pelanggan lama).

Platform MyEnterprise memungkinkan perusahaan baru untuk melakukan pendaftaran layanan mandiri, membuat pesanan, dan langsung memicu aktivasi layanan tanpa bantuan dari *Account Manager* (AM). Sementara itu, melalui MyEnterprise Care, para pelanggan korporasi lama dapat mengelola langganannya mereka secara langsung, tanpa bantuan AM. Mereka dapat memantau penggunaan paket seluler, melakukan aktivasi mandiri, mengunduh faktur, dan lainnya.

Saluran *Self-service* ini membantu kami meningkatkan keterlibatan kami dengan pelanggan korporasi, dan mereka telah diterima dengan baik oleh pelanggan, seperti yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah interaksi sepanjang tahun 2021.

Broadband

Seiring kami membuka semua peluang (“Open a World of More”) yang ada di pasar, kami berhasil merampingkan portofolio secara substansial untuk memberikan pengalaman pelanggan yang jauh lebih relevan melalui layanan yang menawarkan banyak manfaat tambahan namun tetap terjangkau.

Di usianya yang ke-26 berkiprah di industri, Telkomsel telah memperluas proposisinya dari yang awalnya berperan sebagai pelopor telekomunikasi di Indonesia menjadi perusahaan yang menjajaki peluang lebih jauh “*beyond telco*”, yang mendorong kemajuan ekonomi digital Indonesia, sekaligus berusaha untuk menjadi mitra gaya hidup digital yang paling menarik bagi masyarakat.

Seiring kami membuka semua peluang (“Open a World of More”) yang ada di pasar, kami berhasil merampingkan portofolio secara substansial untuk memberikan pengalaman pelanggan yang jauh lebih relevan melalui layanan yang menawarkan banyak manfaat tambahan namun tetap terjangkau.

Sejalan dengan transformasi identitas Telkomsel, kami memperkenalkan Telkomsel PraBayar, yang menggabungkan semua penawaran prabayar yang sebelumnya dipasarkan dengan merek *simPATI*, Kartu As, dan Loop. Sementara itu, merek pascabayar kami yang unggulan, yaitu *kartuHalo*, bertransformasi menjadi Telkomsel Halo. Baik PraBayar maupun Halo, keduanya sama-sama menopang konektivitas jaringan Telkomsel yang terdepan dan kualitas *broadband* yang unggul.

PEMASARAN

Dalam upaya untuk memimpin di pasar telekomunikasi digital, Telkomsel berupaya untuk meningkatkan konektivitas *broadband* dan memperluas layanan *broadband* agar dapat melayani segmen pasar yang lebih luas. Namun, upaya kami di bidang ini selama tahun 2021 sangat terhambat oleh pandemi Covid-19, yang tak hanya menurunkan daya beli dan mobilitas masyarakat, tetapi juga keterjangkauan produk. Menanggapi hal ini, kami memfokuskan inisiatif pemasaran kami di segmen *Broadband* untuk



mengalihkan layanan konvensional kami ke *Wi-Fi/Fixed Broadband*, meningkatkan pangsa pengguna 4G, dan meningkatkan pendapatan *Broadband* dari inisiatif migrasi 4G.

Langkah-langkah kami ini membuahkan hasil pada tahun 2021 karena pangsa pasar Telkomsel dan pendapatan *Broadband* kemudian mendominasi pasar, menyusul pertumbuhan tajam dalam penggunaan data. Pencapaian ini dihasilkan dari tiga program utama yang menjadi dasar bagi strategi Layanan *Broadband* kami, sebagaimana dijelaskan di bawah ini.

Dengan melakukan peremajaan merek, kami melengkapi Telkomsel PraBayar dan Telkomsel Halo model baru dengan inisiatif *smart aggression* yang telah disempurnakan. Kami menghentikan paket *unlimited* dan mengubahnya menjadi paket Combo SAKTI, Halo Unlimited, dan Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ) untuk meningkatkan pengalaman dan kepuasan pelanggan. Kami menyadari sepenuhnya bahwa penawaran Telkomsel merupakan yang terdepan di bidangnya. Hal ini berandil dalam meningkatkan nilai transaksi bulanan, dan pada akhirnya, pendapatan Perusahaan.

Perkembangan penting dalam strategi *Broadband* pada tahun 2021 adalah peluncuran layanan 5G di Indonesia, yang sejalan dengan gerak maju Perusahaan menuju dunia yang lebih terhubung secara universal. Kami menawarkan 5G untuk *broadband* seluler dan rumah bagi konsumen, dan mulai membina ekosistem yang

menguntungkan baik bagi Telkomsel maupun pelanggannya. Pada akhir tahun 2021, Telkomsel telah meluncurkan 5G di 9 kota secara nasional, dengan rencana untuk memperluasnya di tahun 2022.

Menunjukkan orientasi kami yang berpusat pada pelanggan, kami meningkatkan CVM secara lebih lanjut dengan mempersonalisasi penawaran khusus dan mengidentifikasi pelanggan potensial dengan memanfaatkan kemampuan analitik canggih dan pembelajaran mesin berdasarkan penggunaan dan perilaku pelanggan pada tahun 2021. Dalam rangka memperkaya paket yang ditawarkan melalui by.U, layanan seluler prabayar digital pertama di Indonesia, Telkomsel menyoal kebutuhan anak muda dan Gen-Z di perkotaan agar tetap terkoneksi. Kehadiran Gen-Z yang dominan di masyarakat Indonesia, lebih dari 27% dari seluruh populasi, menghasilkan potensi besar untuk pertumbuhan pendapatan dari segmen ini.

Kami berhasil melakukan *Customer Lifecycle Treatments* untuk pelanggan Telkomsel Halo, melalui proses akuisisi, stimulasi, dan mempertahankan pengguna layanan *Broadband*. Hal ini dibarengi dengan penyediaan voucher fisik untuk melayani segmen *low-end*.

Dari inisiatif tersebut, Telkomsel berhasil mencapai hasil yang sangat baik. Dalam stimulasi ARPU *Broadband*, kami berhasil membuat rekor rata-rata bulanan perjalanan pelanggan tunggal. Kami berhasil melakukan akuisisi melalui migrasi pengguna prabayar menjadi pascabayar dan CVM, serta juga diuntungkan dari upaya pencegahan *churn*.

Pada tahun 2021, sebagai bagian dari kampanye pemasaran *Broadband* kami, Telkomsel menyelenggarakan program peningkatan Ekstra Kuota Data dan Halo Unlimited. Selain itu, kami mengelola aset media dan iklan berbayar secara strategis.

Dalam konteks migrasi 4G, kami telah memperbaharui spektrum layanan *Broadband* di lebih dari 500 kota sejak awal tahun 2021, sesuai dengan posisi kami sebagai operator telekomunikasi pertama yang menawarkan 5G di Indonesia. Kami secara strategis memperluas penawaran *Broadband* unggulan kami dengan berkolaborasi bersama penyedia konten OTT untuk memperkuat dan memperkaya ekosistem digital Indonesia. Ke depannya, kami akan memperkuat kepemimpinan Telkomsel dalam telekomunikasi digital di pasar Asia Tenggara melalui semangat "Open a World of More".

PENJUALAN

Telkomsel telah beralih dari bisnis *Legacy* ke *Broadband* dan Layanan Digital, sehingga strategi penjualannya juga disesuaikan dengan perkembangan zaman. Kami sekarang lebih berfokus untuk memberikan pengalaman *omnichannel* yang mulus dan terdepan di pasar. Kemampuan *omnichannel* memungkinkan fleksibilitas yang lebih besar bagi pelanggan kami dalam memperoleh produk terlaris kami, di luar saluran tradisional toko fisik dan *e-commerce*. Selain itu, produk *hero* ini dapat disesuaikan dengan preferensi mereka yang menjadikannya lebih relevan dengan kebutuhan pasar yang berbeda-beda. Dengan skema penawaran yang lebih menarik, pada tahun 2021 kami berhasil mendongkrak nilai transaksi pelanggan melalui *omnichannel*.

Sejalan dengan itu, saluran penjualan dan layanan "bantuan" kami yang lebih konvensional, seperti GraPARI, Call Centre, dan eCare, juga telah mengalami pembenahan dan perampingan secara besar-besaran, sementara saluran "non-bantuan" kami (*Virtual Assistant* dan

MyGraPARI) telah semakin ditingkatkan. Semua ini tetap dapat diakses dan mampu melayani secara menyeluruh kepada pelanggan di era *new normal* akibat Covid-19 yang mengharuskan pembatasan kontak fisik. *Virtual Assistant* kami telah membantu pelanggan lama untuk menjadi promotor untuk menarik pengguna baru. *Virtual Assistant* kini tersedia di Facebook Messenger, LINE, Telegram, WhatsApp, aplikasi MyTelkomsel, dan Telkomsel.com.

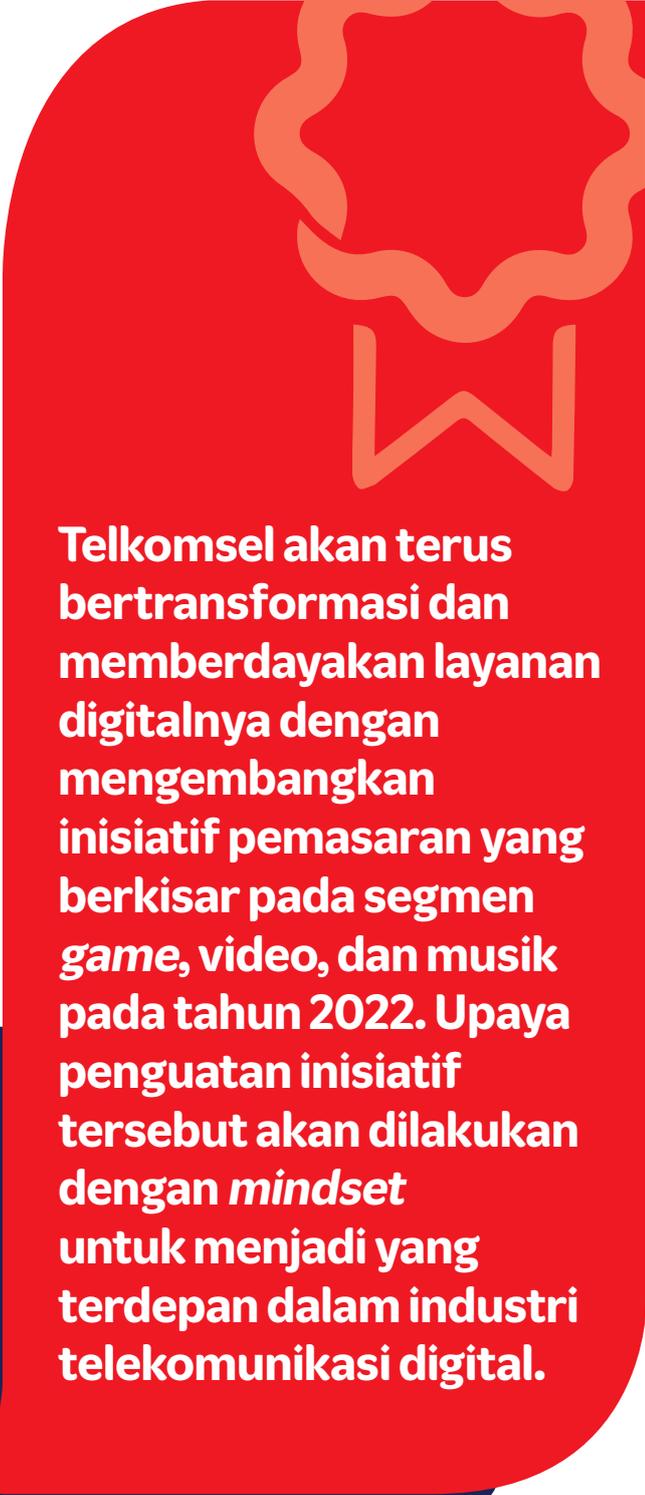
ENTERPRISE

Broadband tetap menjadi kontributor terbesar kami untuk pendapatan segmen Perusahaan. Pada tahun 2021, kami terus mendukung kegiatan *Work From Home* (WFH) dan *Learn From Home* (LFH) dengan menyediakan paket internet khusus, seperti paket untuk mendukung sektor pendidikan, *e-commerce*, dan kesehatan; penawaran paket massal untuk tujuan pendidikan; dan penyediaan internet gratis bagi pelajar, guru, dan dosen melalui paket Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ) untuk mendukung program pemerintah.

Selain itu, kami mendukung perusahaan-perusahaan dengan menyediakan paket *broadband* khusus bagi para karyawannya, seperti paket "ojol" (ojek online). Memahami perilaku pelanggan dan tren peralihan ke saluran online dan proses aktivasi yang dipercepat, Perusahaan mendorong *pelanggan enterprise* untuk memanfaatkan saluran digital dengan meluncurkan paket Enterprise+. Dengan ini, pelanggan *enterprise* baru dapat mendaftar dan membeli paket yang mereka inginkan melalui MyEnterprise.

Kami juga menyediakan produk dan solusi khusus yang dikembangkan khusus untuk pelanggan B2B dan pemerintah. Produk-produk ini disesuaikan dengan anggaran masing-masing pelanggan, dan mencakup program MBJJ, *Bulk Education*, *Society Packages*, *Community Packages*, dan *Ride Hailing Packages*.

Layanan Digital



Telkomsel akan terus bertransformasi dan memberdayakan layanan digitalnya dengan mengembangkan inisiatif pemasaran yang berkisar pada segmen *game*, *video*, dan musik pada tahun 2022. Upaya penguatan inisiatif tersebut akan dilakukan dengan *mindset* untuk menjadi yang terdepan dalam industri telekomunikasi digital.

Gaya Hidup dan Layanan Digital merupakan penawaran terdepan Telkomsel. Keduanya telah tumbuh kuat selama bertahun-tahun, membuktikan komitmen Telkomsel untuk bertransformasi dari perusahaan telekomunikasi konvensional menuju perusahaan telekomunikasi digital sepenuhnya.

Terlepas dari pandemi Covid-19 yang terus berlanjut dan dibarengi dengan munculnya varian virus baru telah menyebabkan gejolak ekonomi yang lebih lanjut sepanjang tahun 2021, Telkomsel meraih prestasi baru dengan mengembangkan platform digital baru dan mendirikan anak perusahaan digital untuk meningkatkan upaya-upaya digitalnya.

Komitmen Telkomsel untuk membuka semua peluang (“Open a World of More”) memandu penciptaan berbagai peluang utama untuk membantu pelanggan, instansi pemerintah, dan badan usaha dalam menavigasi ketidakpastian pada tahun 2021 dengan menawarkan layanan digital yang lengkap dan menyeluruh.

Portofolio Layanan Digital kami terdiri dari Gaya Hidup Digital, Periklanan Digital, Perbankan Digital, Solusi Data, *Internet of Things*, dan Orbit. Masing-masing, sebagaimana dibahas di bagian-bagian selanjutnya, telah menunjukkan pertumbuhan yang meyakinkan, didukung oleh melonjaknya permintaan akan layanan tersebut dalam era kebiasaan baru akibat pandemi Covid-19. Serangkaian investasi terkait digital dan aktivitas anorganik ini juga memungkinkan Telkomsel untuk memberikan layanan yang khas dan mensinergikan inisiatif ini untuk mengatasi tantangan secara efektif.

DIGITAL LIFESTYLE

Inovasi adalah kunci dalam memberikan layanan digital yang baik kepada pelanggan dan mengatasi tantangan bisnis. Terinspirasi oleh pemahaman ini, inisiatif pemasaran Telkomsel untuk Layanan Digital difokuskan pada integrasi *super app* MyTelkomsel pada tahun 2021. Inisiatif ini berupaya untuk memberikan konten menarik yang dipersonalisasi kepada pelanggan dengan mengintegrasikan tiga segmen bisnis digital utama kami—*game*, *video*, dan

musik—dengan cuplikan atau konten yang dipilih dari MAXStream yang juga melengkapi kampanye-kampanye sebelumnya.

Hasilnya, pendapatan dari *Digital Lifestyle Services* (DLS) secara keseluruhan melampaui pencapaian tahun sebelumnya, dengan *game* dan *video* sebagai kontributor utamanya. Peran mereka dalam memperkuat pertumbuhan Telkomsel sangat penting. *Games* sendiri telah berkontribusi besar terhadap total pendapatan Layanan Digital.

Kolaborasi menjadi tema utama kami dalam menciptakan dan meningkatkan konten digital Telkomsel yang sangat menarik. *Game* kasual telah dikurasi melalui *by.U* dan dapat diakses oleh pelanggan kami langsung dari *super app* MyTelkomsel. Untuk hiburan *video* tanpa batas waktu, kami telah berkolaborasi antara lain dengan Disney+, Amazon, Viu, dan Lionsgate, untuk menghadirkan judul populer ke layar pelanggan kami. Kami juga melengkapi penawaran kami dengan serial original eksklusif kami di MAXStream. Sementara itu pada segmen musik, kami memperkuat kemampuan Langit Musik untuk menyediakan daftar putar lagu yang disesuaikan dengan preferensi masing-masing pelanggan.

Kami melibatkan semua saluran yang tersedia untuk menawarkan sejumlah besar layanan digital termasuk program loyalitas kepada pelanggan kami. Program loyalitas Telkomsel telah sukses meningkatkan kepuasan pelanggan dengan banyaknya pilihan layanan dan pengalaman digital yang tersedia bagi mereka. Program penukaran POIN memungkinkan Telkomsel Poin untuk dikonversi dan digunakan untuk keperluan berlangganan OTT dan layanan Video. Pada tahun 2021, Telkomsel menuai keuntungan signifikan dari program *loyalty* yang dijalankan bekerja sama dengan platform *e-commerce* yang menawarkan paket isi ulang dan kuota internet.

Telkomsel akan terus bertransformasi dan memberdayakan layanan digitalnya dengan mengembangkan inisiatif pemasaran yang berkisar pada segmen *game*, *video*, dan musik pada tahun 2022. Upaya penguatan inisiatif tersebut

akan dilakukan dengan *mindset* untuk menjadi yang terdepan dalam industri telekomunikasi digital.

Khususnya di segmen *game*, kami berusaha untuk terus meningkatkan pengalaman bermain *game* bagi pelanggan kami, dengan terus memperbarui *game* kami dan memperkaya katalog kami melalui kemitraan. Kami juga akan menjadikan Dunia Games lebih menarik lagi bagi pelanggan kami dengan menawarkan diskon dan bonus. Kami akan mengejar strategi pengayaan konten ini dalam mengembangkan segmen *video* dan musik, dengan bekerja sama dengan lebih banyak OTT dan penyedia konten langsung, memperoleh film dan serial potensial dari rumah produksi lokal dan asing, dan menghadirkan platform musik yang menyeluruh dan kuat melalui perluasan Langit Musik. Kami juga bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi pelanggan untuk tetap dapat menikmati layanan digital melalui paket *autorenewal* yang sedang dikembangkan.

Inisiatif penjualan di Layanan Digital pada tahun 2021 adalah memperkaya dan meningkatkan penawaran DigiPOS, seperti peningkatan UI/UX, program yang lebih relevan, insentif yang lebih kontekstual, personalisasi yang lebih dalam, dan juga proses orientasi yang jelas dan mudah. Program akhir tahun penukaran Digistar, yang hadiah utamanya ditujukan khusus untuk gerai-gerai berkinerja terbaik, berhasil meningkatkan keterlibatan antara gerai dan *reseller* dengan DigiPOS. Hasilnya, peringkat DigiPOS di Google PlayStore pada akhir tahun mencapai bintang 4,5. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi tersebut diterima dengan baik oleh pasar.

Kami telah mempertajam dasar-dasar eksekusi penjualan dalam aspek *Digital Lifestyle Services* (DLS) lainnya yang memiliki potensi besar untuk pertumbuhan di masa depan. Oleh karena itu, kami akan memanfaatkannya secara tepat. Hal ini kami lakukan dengan mengintensifkan *community engagement* dan juga dengan secara rutin mengadakan kompetisi *game*, baik secara *online* maupun *offline* di Games Room yang telah kami dirikan di setiap cabang GraPARI.



PERIKLANAN DIGITAL: MENINGKATKAN NILAI DALAM POSISI PEMASARAN

Telkomsel DigiAds menghadirkan iklan lintas platform yang ditargetkan, seperti *messaging*, *video*, *contextual*, *location-based*, *reward*, dan *mobile coupon* berlapis dengan *insight* unik yang diperoleh dari analitik data canggih atas lebih dari 170 juta pelanggan Telkomsel. DigiAds juga menawarkan layanan otentikasi seluler pertama di Indonesia, Telkomsel PNV, yang memberikan lapisan keamanan tambahan bagi pelaku usaha dalam menyediakan layanan berbasis seluler.

Pada tahun 2021, bersama TelkomGroup dan Dewan Pers Indonesia, Telkomsel DigiAds mengembangkan platform *programmatic advertising* premium terbesar di Indonesia—TADEX, atau Tanah Air Digital Exchange. Kami juga meluncurkan integrasi platform MyAds x GoBiz, bekerja sama dengan Gojek, untuk membawa



MyAds x GoBiz

banyak manfaat bagi mitra UMKM Gojek, terutama *merchant* GoFood, yang saat ini terdiri atas 28.000 partisipan. Inisiatif ini mendapatkan pengakuan dari MMA Smarties dengan anugerah Silver Winner untuk kategori Seamless Consumer Experience pada Smarties Indonesia 2021 Awards. Bekerja sama dengan Telkomsel Innovation Center (Tinc) dan Daily Social, DigiAds juga



MMA Smarties – Silver Winner for Seamless Consumer Experience

memprakarsai DigiHackAction, sebuah *hackathon* yang menghasilkan ratusan ide *adtech* untuk dikembangkan di masa depan.



PERBANKAN DIGITAL: PENGALAMAN PERBANKAN YANG MULUS BAGI SEMUA KALANGAN

Telkomsel bekerja sama dengan 90 lembaga keuangan di Indonesia untuk mengembangkan Telkomsel redi, layanan *mobile banking* yang tersedia di saluran aplikasi seluler, SMS, dan USSD. Diluncurkan pada pertengahan 2021, layanan ini memberikan suatu pengalaman perbankan digital yang mulus dan kuat, mulai dari manajemen pengeluaran yang dipersonalisasi hingga ke fitur beberapa akun pengguna. Melalui kemitraannya dengan blu by BCA Digital, bank digital terkemuka di Indonesia, redi terus memperkuat sistem dan memperkaya fitur-fiturnya bagi para pengguna. Lebih dari 2.000 akun blu kini telah ditautkan ke redi hingga saat ini.



redi x blu

Telkomsel MSIGHT

SOLUSI DATA: AKSELERATOR BISNIS DATA-DRIVEN

Masuknya Telkomsel ke dalam arena *Big Data* telah diperdalam pada tahun 2021 melalui Telkomsel MSIGHT, yang sekarang telah membuka kesempatan bagi lebih dari 54 klien untuk mengubah bisnis mereka dengan memanfaatkan platform berbasis data ini. Kami terus melahirkan inovasi baru di bidang ini, yang paling utama pada tahun 2021 adalah T-Score (skor kelayakan kredit internal) dan Status Ekonomi Sosial (*insight-rich API* untuk pengambilan keputusan strategis). Pasar API kami yang sedang berkembang, DIGIHUB, telah melayani hingga 19 juta *hit API* pada akhir tahun 2021, dengan hampir separuh klien berasal dari sektor keuangan & perbankan.

Dengan memanfaatkan *Big Data*, kami juga dapat memberikan layanan paket pinjaman seluler untuk membantu pelanggan mengatasi masalah keuangan mereka, dengan memastikan bahwa mereka tetap terhubung dengan ekosistemnya. Pertumbuhan di segmen ini telah menunjukkan perkembangan yang menggembirakan, dan kami berusaha untuk menggalang momentum melalui peluncuran platform pinjaman khusus baru, Pegasus. Elemen yang turut mendukung inisiatif ini adalah Telkomsel klop!, sebuah platform *loan aggregator* yang melibatkan berbagai penyedia layanan keuangan di Indonesia. Diluncurkan secara komersial di penghujung 2021, hingga akhir tahun klop! telah tersebar di lebih dari 30 kota di seluruh negeri.

Telkomsel Orbit

HOME LTE: KONEKTIVITAS TAK TERTANDINGI DARI RUMAH

Telkomsel Orbit menghadirkan kualitas koneksi tak tertandingi, yang ditawarkan oleh jaringan 4G dan 5G yang luas di seluruh negeri, langsung ke rumah pelanggan. Telkomsel Orbit kini telah digunakan oleh ratusan ribu rumah tangga dan UMKM dan terus



OMNI Brands of the Year 2021 – Outstanding Omni Performance for Home Internet (Telkomsel Orbit)

bertambah dalam melayani kebutuhan *bandwidth* tinggi dengan harga terjangkau. Pelanggan baru sejak Agustus 2021 dapat menikmati paket data FantaSix 150 GB selama enam bulan. Dengan peluncuran awal 5G Telkomsel pada Mei 2021, Telkomsel Orbit menjadi produk *broadband* rumah 5G komersial pertama di Indonesia yang diluncurkan di 6 wilayah di Jakarta. Konektivitas Orbit yang luar biasa cepat telah diakui oleh Marketeers pada OMNI Brands of the Year 2021 Award dalam kategori Home Internet Provider.

Telkomsel ENTERPRISE

SOLUSI DIGITAL ENTERPRISE

Tujuan utama kami di segmen *Enterprise* adalah menjadikan Telkomsel sebagai penyedia mobilitas *Digital Transformation (DX)* terbesar di Indonesia pada tahun 2025. Untuk mencapai strategi ini, kami membangun *flywheel* dan tahun 2021 menandai langkah kami untuk menetapkan fondasi dengan mengubah kapabilitas utama dari produk ke bisnis platform *enterprise*, sehingga memungkinkan layanan baru dan menghasilkan lebih banyak *revenue*.

Dengan transformasi digital yang kini menjadi fokus banyak perusahaan di seluruh dunia, kami membantu mereka mempercepat perjalanan transformasi digital dengan meluncurkan beberapa layanan dan platform digital yang relevan bagi pelaku bisnis skala *enterprise*. Dengan layanan dan

platform tersebut, mereka dapat untuk mendirikan kantor digital agar tetap produktif selama pandemi, meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan, dan mendigitalisasi proses bisnis seperti rantai pasokan dan manufaktur. Kami mengembangkan dan mengatur teknologi, melayani pelanggan *enterprise* dengan penawaran *basic connectivity*, *advanced connectivity*, *cloud*, *security*, *analytics*, dan *Internet of Things (IoT)*.

Produk-produk unggulan Telkomsel untuk Digitalisasi Perkantoran antara lain:



Pada tahun 2021, kami meningkatkan fitur pertemuan CloudX dengan berkolaborasi bersama Zoom Video Communications Inc (Zoom), untuk meningkatkan pengalaman konferensi video korporasi yang lebih komprehensif dan menambahkan fitur baru, seperti perekaman tanpa batas pada *cloud*, *branding* korporasi, dan kapasitas jumlah peserta yang banyak (hingga 500). Layanan *meeting* CloudX kami yang baru diubah dan ditingkatkan memiliki daya tarik fitur yang sangat baik dan telah mendapat sambutan yang positif dari pasar *enterprise*.



Memberikan perlindungan *in-app* yang komprehensif untuk aplikasi seluler melalui SDK ringan untuk Android dan iOS. Setelah SDK disematkan, *app* dapat memanfaatkan kekuatan dari *dataset threat* (ancaman siber) yang besar dari Lookout Security Cloud untuk melindungi individu dan organisasi dari ancaman peretasan data saat melakukan transaksi.



Solusi *cloud* yang dirancang untuk melindungi perangkat seluler baik untuk bekerja maupun menikmati hidup. Didukung dengan *dataset threat* terbesar di dunia, Mobile Endpoint Protection memanfaatkan aplikasi ringan di perangkat setiap karyawan untuk memberikan *real-time visibility*, mitigasi risiko, dan *threat remediation* di seluruh perangkat seluler.

Produk-produk yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan pelanggan antara lain:



Telkomsel nGage adalah *Communication Platform as a Service (CPaaS)* berbasis *cloud* yang memungkinkan pelanggan *enterprise* untuk mengoptimalkan komunikasi dan interaksi melalui API yang efisien. Layanan ini terdiri dari suara, SMS, dan obrolan yang dapat diprogram, penyembunyian nomor telepon, dan layanan otentikasi seluler.



Platform *intelligent customer engagement* yang menyediakan kemampuan untuk memungkinkan pengambilan peristiwa dan tahapan pelanggan yang berbeda, kemudian menggunakan dan memformulasikannya menjadi tindakan yang dipersonalisasi, sehingga mengoptimalkan keterlibatan pelanggan di setiap tahap perjalanan mulai dari perolehan prospek, konversi penjualan, dan retensi proaktif melalui penawaran yang dipersonalisasi. Pada tahun 2021, Telkomsel berhasil menghadirkan platform ini kepada klien besar yang menjadi bagian dari transformasi pelaku usaha dalam perjalanan *customer experience*.



D'Frontrunner Award

Sebagai wujud komitmen Telkomsel untuk mengakselerasi para pelaku usaha di Indonesia melalui transformasi digital, kami mengadakan D'Frontrunner Award bekerja sama dengan Frost & Sullivan untuk memberikan apresiasi kepada beberapa akun enterprise yang menunjukkan tingkat kesiapan dan kematangan digital tertinggi serta menerapkan digitalisasi inovatif di perusahaan-perusahaan tersebut. Penghargaan diberikan kepada 5 industri vertikal, yaitu perbankan, sumber daya alam, manufaktur, pertanian, dan ritel.

Kami juga memperkuat ekosistem digital B2B kami melalui kolaborasi dan menghasilkan lebih banyak *use case*. Untuk melayani lebih dari 38.000 pelanggan *enterprise*, kami mendukung penyedia teknologi terkemuka yang tepercaya. Pada saat yang sama, kami berusaha untuk meningkatkan kemampuan internal dan keunggulan solusi kami, untuk membuat kami siap menjadi penyedia solusi digital satu atap yang memberikan layanan luar biasa bagi para pelanggan *enterprise*.

Selaras dengan peluncuran 5G dan upaya Telkomsel untuk mengembangkan ekosistem 5G, kami mengumumkan kerja sama uji coba dengan Schneider Electric untuk mempercepat adopsi 5G di sektor industri, sekaligus menginspirasi pelaku industri lainnya untuk dapat menerapkan 5G dan teknologi terkini dalam berbagai kegiatan operasional. Kami mendorong kolaborasi di antara para pemangku kepentingan untuk mengembangkan solusi digital di atas jaringan 5G berkecepatan tinggi dan latensi rendah untuk mempercepat transformasi digital pada skala *enterprise*.



Kolaborasi Uji Coba 5G dengan Schneider Electric

Pada tahun 2021, kami berhasil mengembangkan ekosistem digital B2B lebih lanjut dengan menghadirkan platform digital baru bekerja sama dengan mitra strategis, seperti Bridge on nGage, dan Zoom on CloudX Meeting 2.0. CloudX 2.0 kami yang baru diperbarui dan ditingkatkan memiliki daya tarik yang sangat baik dan mendapat sambutan positif dari pasar. Selain itu, setelah meningkatkan kemampuan internal analitik data kami, kami juga berhasil memasang *intelligent customer engagement platform* pada satu klien utama.

Telkomsel
IoT

INTERNET OF THINGS: ACTIONABLE INSIGHTS UNTUK HASIL OPTIMAL

Telkomsel telah meningkatkan perannya di sektor digital melalui Telkomsel IoT, yang secara garis besar dibagi menjadi tiga segmen: *smart connectivity*, *fleet management*, dan *industrial*. Dengan inovasi baru yang diperkenalkan di bidang ini dan untuk meningkatkan kemudahan dan keandalan bisnis dalam melacak dan memantau aset, Telkomsel IoT telah menjadi penyedia IoT terkemuka di tanah air, dengan lebih dari 600 pelanggan dan 1,5 juta perangkat terhubung pada akhir tahun 2021.



Frost & Sullivan's Best Practices Award 2021 – Indonesia IoT Services Product Leadership Award (Telkomsel IoT)



OMNI BRANDS of the Year 2021 – Best Omni-Channel Campaign for B2B (Telkomsel IoT)

Alat pelacak armada Telkomsel, FleetSight, turut menyukseskan penyelenggaraan pekan olahraga nasional PON XX di Papua, sedangkan IoT Industri kami berpartisipasi dalam Pameran PIDI yang diadakan oleh Kementerian Perindustrian RI pada tahun 2021. Wawasan yang disampaikan melalui *data analytics* terbaik kami, disandingkan dengan solusi IoT skala *enterprise* kami, membuat Telkomsel dianugerahi penghargaan dari Frost dan Sullivan (Indonesia IoT Services Product Leadership Award), MarkPlus Inc. (Omni Channel Award), dan GSMA Mobile 360 Asia Pacific (Most Favorite Digital Nation Video), semuanya pada tahun 2021.

Portofolio produk Telkomsel di ranah IoT meliputi:

Telkomsel
IoT Control Center

Solusi berbasis *cloud* untuk otomatisasi pada skala *enterprise* dari perangkat terhubung, memberikan visibilitas aset, keamanan, optimasi penggunaan, dan prediktabilitas biaya.

Telkomsel
IoT Managed Service Connectivity

Solusi konektivitas untuk beberapa kartu SIM dalam satu router untuk meningkatkan kinerja melalui bandwidth yang lebih besar dan mengurangi perlambatan jaringan (*network congestion*).

Telkomsel
IoT Managed SD-WAN

Solusi hemat biaya bagi bisnis untuk mengelola WAN perusahaan secara bersamaan di semua lokasi secara nirsentuh.

Telkomsel
IoT Managed CCTV

Solusi *intelligent monitoring* untuk melindungi bisnis. Mudah digunakan, aman, dan sangat andal.

Telkomsel
IoT Sphere

Solusi keamanan jaringan bisnis yang mampu mengamankan jaringan global dari ancaman dan eksploit yang masuk, sehingga meningkatkan produktivitas dan kinerja.

Telkomsel
IoT FleetSight

Solusi *end-to-end fleet management* dengan wawasan yang kaya dan layanan profesional yang kuat untuk pelaku bisnis *enterprise*, dengan fokus pada telematika kendaraan dengan sensor tertanam dan platform yang mudah digunakan. Kini hadir dengan fitur-fitur baru untuk mendorong keselamatan berkendara yang lebih baik.

Telkomsel
IoT FleetSense

Telematika berbasis AI dan solusi *fleet management* yang didukung dengan pemantauan visual yang cerdas, memungkinkan pemilik armada untuk senantiasa memantau kendaraan, meningkatkan keselamatan, dan keamanan secara keseluruhan.

Telkomsel
IoT TOMS

Sistem *order management* untuk mendukung *enterprise fleet management*, memungkinkan pelacakan dan pengelolaan *operational fleet* untuk meningkatkan efisiensi dan mengurangi waktu henti.

Telkomsel
IoT Control Tower

Solusi *order dispatch* dan *fleet management* yang memanfaatkan AI dan mesin geo-lokasi canggih untuk menghadirkan platform manajemen rantai pasokan yang cerdas untuk meningkatkan kinerja.

Telkomsel
IoT INTANK

Sistem *intelligent tank monitoring* untuk pelacakan *end-to-end* dan pemantauan persediaan cairan (minyak, bahan kimia, air), memberikan kemampuan pantau yang lebih baik dan meningkatkan efisiensi operasional dalam proyek komersial.

Telkomsel
IoT Asset Performance Management

Solusi pemantauan aset bisnis untuk pemantauan kualitas, ketersediaan, dan keamanan aset *enterprise* yang tanpa batas, baik di dalam maupun di luar ruangan, dengan pelaporan dan analisis mendalam yang disampaikan secara *real-time*.

Telkomsel
IoT Envion

Solusi pemantauan energi cerdas yang memungkinkan pemantauan *real-time*, *profiling* penggunaan energi, dan sistem mitigasi peringatan dan kegagalan bagi bisnis untuk mendapatkan keuntungan melalui optimasi energi.

Telkomsel
IoT Smart Manufacturing

Sistem kolaboratif yang terintegrasi sepenuhnya secara *real-time* dan mudah disesuaikan dengan perubahan kondisi di lokasi manufaktur dengan penilaian otomatis canggih yang dapat ditindaklanjuti untuk efektivitas peralatan secara keseluruhan dalam sistem eksekusi manufaktur yang disempurnakan secara digital.

TEROBOSAN DI 2021

Untuk memperkuat nilai dan memperluas jangkauan layanan digital Telkomsel yang menarik dan selalu berkembang, pada tahun 2021 kami mendirikan INDICO yang berfungsi sebagai *flywheel* untuk memanfaatkan aset utama kami dan mempercepat perjalanan kami dalam menciptakan ekosistem digital yang kaya untuk bangsa. INDICO didukung oleh tiga pilar vertikal: PT Kunci Pintar Nusantara yang bergerak di bidang *edu-tech*, PT Fita Sehat Nusantara di bidang *health-tech*, dan PT Games Karya Nusantara di bidang *games* (bermitra dengan anak perusahaan GoTo).

Telkomsel bertujuan untuk membawa inovasi yang sebelumnya hanya ada di ranah imajinasi ke dalam dunia nyata. Untuk itu, kami mendirikan Tinc Polaris, yang berperan internal sebagai kunci katalis digital dalam penciptaan nilai yang optimal. *Talent pool* Tinc Polaris untuk *entrepreneurial ideation* dan *incubation* saat ini bekerja sama dengan INDICO untuk memelihara inovasi internal, dalam rangka mempercepat bisnis digital kami secara integratif.

Kami mengintensifkan kolaborasi sinergis dengan GoTo untuk menghadirkan rangkaian pengalaman dan solusi gaya hidup digital yang komprehensif bagi semua penduduk Indonesia. Seiring Telkomsel menambah investasinya di GoTo sebesar USD 300 juta pada Mei 2021, keterlibatan dengan GoTo juga diperdalam dengan berbagai cara strategis. Cara-cara tersebut termasuk saling meningkatkan basis pengguna Telkomsel dan GoTo di ekosistem masing-masing pihak, menyediakan akses mudah melalui GoShop ke gerai dan *reseller*

Telkomsel, dan meningkatkan pengalaman pengguna melalui solusi baru untuk pengemudi dan *merchant* Gojek.

Anak perusahaan modal ventura kami, Telkomsel Mitra Inovasi (TMI), yang didirikan pada tahun 2019, telah berperan penting dalam mendorong penemuan dan pengembangan bisnis dan teknologi baru menjanjikan yang mampu mengatasi tantangan teknologi paling signifikan saat ini. Pada akhir tahun 2021, portofolio TMI telah dilengkapi dengan 8 tambahan baru, masing-masing melalui solusi jenius untuk mengatasi tantangan di bidangnya masing-masing. Bersama dengan Telkomsel, mereka membuka semua pintu kemungkinan di masa depan.

Portofolio layanan digital kami juga berada di jalur untuk perluasan eksponensial, dengan keberhasilan Telkomsel mendapatkan spektrum 2300 MHz untuk memberikan kapasitas tambahan kepada infrastruktur 4G dan 5G kami yang ada. Telkomsel adalah perusahaan telekomunikasi pertama di Indonesia yang meluncurkan 5G secara komersial, dan saat ini layanan tersebut telah tersedia di 9 kota. Dengan kemajuan yang monumental ini, kami tetap berada di garda terdepan dalam industri.

Terakhir, sebagai bukti tekad kami menjadi perusahaan telekomunikasi digital, pada tahun 2021 Telkomsel mengalihkan kepemilikan aset menaranya melalui penjualan kepada perusahaan afiliasi, Mitratel. Setelah membuka nilai aset pasif kami, kami dapat lebih mempertajam fokus pada bisnis inti Telkomsel sembari terus maju melangkah.

Teknologi Informasi dan Jaringan



Sebagai tulang punggung dari semua inisiatif strategis, teknologi informasi, jaringan, dan infrastruktur kami telah berperan penting dalam memastikan keberhasilan setiap upaya kami.

Melalui strategi “Open a World of More”, Telkomsel berupaya untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang melimpah melalui penawaran layanan *Legacy*, *Broadband*, dan *Digital* yang baik, selain juga manfaat yang mengutamakan pelanggan. Sebagai tulang punggung dari semua inisiatif strategis, teknologi informasi, jaringan, dan infrastruktur kami telah berperan penting dalam memastikan keberhasilan setiap upaya kami.

Untuk tahun 2021, Telkomsel telah menciptakan pengalaman digital yang imersif bagi para pelanggannya dengan menerapkan peningkatan terhadap sistem berkinerja tinggi kami, sehingga mendorong pertumbuhan bisnis seraya menjaga biaya agar tetap efektif. Seiring merebaknya pandemi, pada tahun 2021 Telkomsel berhasil menerbitkan 25% lebih banyak rilis dibandingkan pada tahun 2020, mempertahankan setidaknya 99% SLA untuk kualitas layanan penanganan pengaduan, memblokir hampir semua ancaman siber dan *malware* di seluruh infrastruktur TI secara ekstensif, dan mewujudkan *cost leadership* berkat budaya sadar biaya.

Pendekatan peningkatan berkelanjutan kami terhadap TI diakui oleh pihak eksternal pada tahun 2021 melalui IDC Future of Intelligence Award, *super app* MyTelkomsel mendapatkan ICSQ Award, dan Dunia Games juga dinobatkan sebagai The Most Favorite Gaming Media of the Year di IGA.

MEMBERIKAN LAYANAN KEMAMPUAN TI YANG LENGKAP

Kami memperluas manfaat layanan dan solusi digital bagi para pelanggan sesuai dengan kebutuhan mereka. Hal ini dilakukan untuk memastikan bahwa kami terus menjadi yang terdepan dalam persaingan melayani pelanggan ritel dan *enterprise*, sambil

membuka pasar baru dalam ekosistem digital. Kami terus berupaya untuk memberikan pengalaman terbaik bagi segmen konsumen dan ritel.

Karena mobilitas yang terbatas selama masa pandemi, Telkomsel menawarkan layanan pengiriman kartu SIM secara swalayan, reaktivasi prabayar, dan *starter kit*, sehingga pelanggan tidak perlu lagi untuk mengunjungi GraPARI atau gerai layanan apabila ingin memperbaiki kartu SIM mereka. Pendekatan yang mengutamakan pelanggan ini meningkatkan 52% *payload* dari *reactivated users* dan sangat mengurangi interaksi kontak fisik. Kami meningkatkan pendapatan dengan menawarkan produk baru dan personal melalui pembayaran *omnichannel*, dan menerapkan peningkatan di DigiPOS, Telkomsel Orbit, dan platform pembayaran *e-wallet* ELISA.

Untuk memastikan pertumbuhan di segmen *enterprise* yang berkelanjutan, pada tahun 2021 Telkomsel merilis CloudX2.0 yang telah ditingkatkan, yaitu sebuah *embedded solution* bagi pelanggan *enterprise* untuk menjalankan rapat virtual. Kami terus menjadi mitra strategis pemerintah dalam mendukung pendidikan nasional, dengan program Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ).

Kami memberdayakan ekosistem digital Indonesia dengan menerapkan T-Survey sebagai platform survei digital *Do-It-Yourself* dengan fokus untuk menciptakan model bisnis baru yang *scalable* untuk memaksimalkan monetisasi *Data Insight*, dan mengembangkan MyAds-Gobiz untuk memfasilitasi berbagai klien Gojek dalam mengirim pesan promosi atau pemberitahuan

kepada pelanggan melalui saluran pengiriman pesan yang terintegrasi. Didukung oleh infrastruktur kami, pada akhir tahun 2021, MyAds melayani 40 perusahaan nasional dan lebih dari 23.000 UMKM. Dan dengan IoT Sphere, yaitu sebuah solusi *add-on comprehensive and cost-effective security*, kami telah melindungi lebih dari 1,1 juta pelanggan IoT dari ancaman siber.

MENTRANSFORMASI DUNIA KORPORASI SECARA KOMPREHENSIF

Secara internal, TI kami membuat proses internal lebih gesit dan menghilangkan redundansi di seluruh operasi Perusahaan. Manajemen aset TI kami telah disempurnakan dengan adanya *Software Asset Management* (SAM). SAM telah membantu kami melacak aset TI di seluruh infrastruktur Telkomsel, memberikan tampilan yang terperinci dari setiap perangkat lunak untuk pemeriksaan audit dan kepatuhan, serta memberikan informasi yang kaya mengenai penggunaannya. Dengan SAM, kami dapat mempertahankan postur anggaran yang efektif untuk pengembangan dan kontrak perangkat lunak selama bertahun-tahun.

Dengan menerapkan *Robotic Process Automation* (RPA) pada awal tahun 2021, yang sekarang telah diperluas ke seluruh direktorat, kami berhasil meningkatkan *enterprise productivity* dan *cost leadership*. Pada akhir tahun 2021, kami telah menerapkan 74 bot di lingkungan produksi kami, sehingga Perusahaan saat ini menjadi implementer RPA teratas di industri.

Pada tahun 2020, Telkomsel membangun *Revenue Assurance and Fraud Management System* (RAFM). Memasuki fase kedua, saat ini RAFM tidak hanya dapat mendeteksi penipuan

secara otomatis, tetapi juga mencakup 26 kasus penggunaan tambahan dengan umpan data yang lebih besar pada *back-end* kami.

Kami mengembangkan *Consent Management System central repository* untuk preferensi pelanggan terkait dengan penggunaan data pribadi mereka, sesuai dengan undang-undang tentang informasi elektronik. Dengan sistem ini, Telkomsel mengumpulkan informasi secara transparan dari pelanggan, yang sepenuhnya memegang kendali atas data pribadi mereka. Selanjutnya, dengan mematuhi peraturan tentang *personal identifiable information*, kami menerapkan Solusi Tokenisasi Data untuk mengenkripsi data sensitif, sehingga mampu menghindari risiko pencurian data. Dengan demikian, pelanggan kami dapat selalu merasa aman dengan data mereka yang tersimpan dalam sistem kami.

Untuk membantu karyawan melakukan pekerjaan sehari-hari, kami melanjutkan evolusi MOANA, yaitu aplikasi terpusat layanan mandiri karyawan satu atap. MOANA telah diadaptasi untuk memfasilitasi tugas karyawan selama *Work from Home (WFH)* dan skema kerja *hybrid*. Sejumlah fitur baru yang ditambahkan pada tahun 2021 membantu memberikan pengalaman yang lebih baik kepada karyawan dalam menggunakan perangkat pribadi, sehingga meningkatkan efisiensi dan produktivitas kerja mereka.

Untuk meningkatkan keamanan seputar kata sandi pribadi—yang seringkali menjadi titik paling rentan dalam rantai operasi siber—kami menggunakan Telkomsel PASSPORT, aplikasi otentikasi seluler dengan *Single Sign-On (SSO)* dan *Multi-Factor Authentication (MFA)* yang

berjalan pada kerangka kerja *Zero-Trust*, untuk memfasilitasi proses login karyawan dan para pemasok kami.

Dalam mengembangkan aplikasi dan sistem baru, Telkomsel menerapkan pendekatan *low-code*, karena hal ini mendorong kolaborasi yang efektif antara Bisnis dan Direktorat TI. *Low-code development platform (LCDP)* mampu mengurangi waktu untuk membangun dan dengan cepat memberikan *minimum viable products (MVP)*, sehingga dapat mempercepat transformasi digital. Sejauh ini setidaknya terdapat 22 aplikasi yang telah dibangun menggunakan LCDP.

“CUT THE FAT, BUILD THE MUSCLE”: STRATEGI UNTUK JARINGAN YANG RAMPING NAMUN EFEKTIF

Pendekatan hemat biaya juga digunakan dalam memelihara dan mengembangkan tulang punggung utama lainnya dari aspek operasi kami, yakni Jaringan.

Menanggapi era kebiasaan baru, kami meluncurkan program “Cut the Fat” untuk merampingkan operasional kami dengan memusatkan perhatian pada sumber utama pengeluaran jaringan dan menerapkan keunggulan biaya pada sumber-sumber ini. Aspek ini melibatkan negosiasi ulang kontrak, optimasi lalu lintas antar-regional untuk mengurangi biaya transmisi, dan optimasi *bandwidth* layanan untuk menurunkan biaya frekuensi radio. Kami juga menggunakan otomatisasi dan analitik lanjutan yang dibantu dengan *machine learning* untuk

Kami adalah yang terdepan dalam *network experience* di lebih dari 80% kota di Indonesia, setelah meluncurkan sekitar

BTS LTE baru
±30.000



Menurut data *crowdsourcing* eksternal, Telkomsel telah memimpin dalam aspek *Video Experience* selama enam tahun berturut-turut dan berada di depan para pesaing lainnya dalam hal *broadband throughput*.

mengembangkan model biaya BTS. Model ini mengidentifikasi titik BTS dengan kebutuhan biaya yang di luar rata-rata, dan membantu mengoptimalkan pengeluaran setiap titik.

Inisiatif di atas kemudian dilengkapi dengan program “Build the Muscle” yang bertujuan untuk meningkatkan layanan kami kepada para pelanggan. Empat sub-program tersebut terdiri dari: “Coverage Enhancement”, “Smart Expansion”, “Unlocking Digital Capability”, dan “Strengthen the Technology”.

Telkomsel membanggakan cakupan 4G terbesarnya di negara ini, berdasarkan data *crowdsourcing* yang dikumpulkan dan dikonfirmasi oleh pihak ketiga independen. Hingga akhir tahun 2021, layanan 4G Telkomsel telah menjangkau lebih dari 96% dari total populasi Indonesia, meningkat dari tahun 2020. Telkomsel saat ini memiliki sekitar 8.000 menara, dan melanjutkan ekspansi di daerah pedesaan dan terpencil melalui inisiatif “Desa Non 3T”. Kami berkomitmen untuk mendukung pemerintah dalam menyediakan layanan *broadband* untuk membuka peluang bagi masyarakat pedesaan, dan membawa cakupan 4G ke ratusan desa pada tahun 2021, dengan lebih dari seribu lainnya yang dijadwalkan untuk menikmati 4G dalam waktu dekat. Secara total, kami telah menyediakan layanan 4G ke 89% dari semua desa secara nasional pada akhir tahun 2021.

Untuk menguasai pangsa pasar di wilayah perkotaan, Telkomsel meningkatkan *customer experience* pada tahun 2021 dengan menghadirkan “Smart Expansion” yang meningkatkan kualitas jaringan dan *video experience*. Kami adalah yang terdepan dalam *network experience* di lebih dari 80% kota di Indonesia, setelah meluncurkan sekitar ±30.000



Area jangkauan 5G Telkomsel & lokasi hotspot

BTS LTE baru. Menurut data *crowdsourcing* eksternal, Telkomsel memimpin dalam aspek *Video Experience* selama enam tahun berturut-turut dan berada di depan para pesaing lainnya dalam hal *broadband throughput*.

Melalui sub program “Unlocking Digital Capability”, kami menerapkan diferensiasi kualitas layanan yang disebut QCI-3 dan QCI-7 (*quality of service class identifiers*) secara nasional, dan memberikan latensi terbaik untuk pengalaman bermain *game*. Langkah ini berpotensi tinggi untuk dimanfaatkan oleh para *serious gamer* di negara ini, dan dengan demikian diharapkan mereka mampu meningkatkan pendapatan *broadband* kami.

INISIATIF PUNCAK: MEMPERKENALKAN ERA 5G

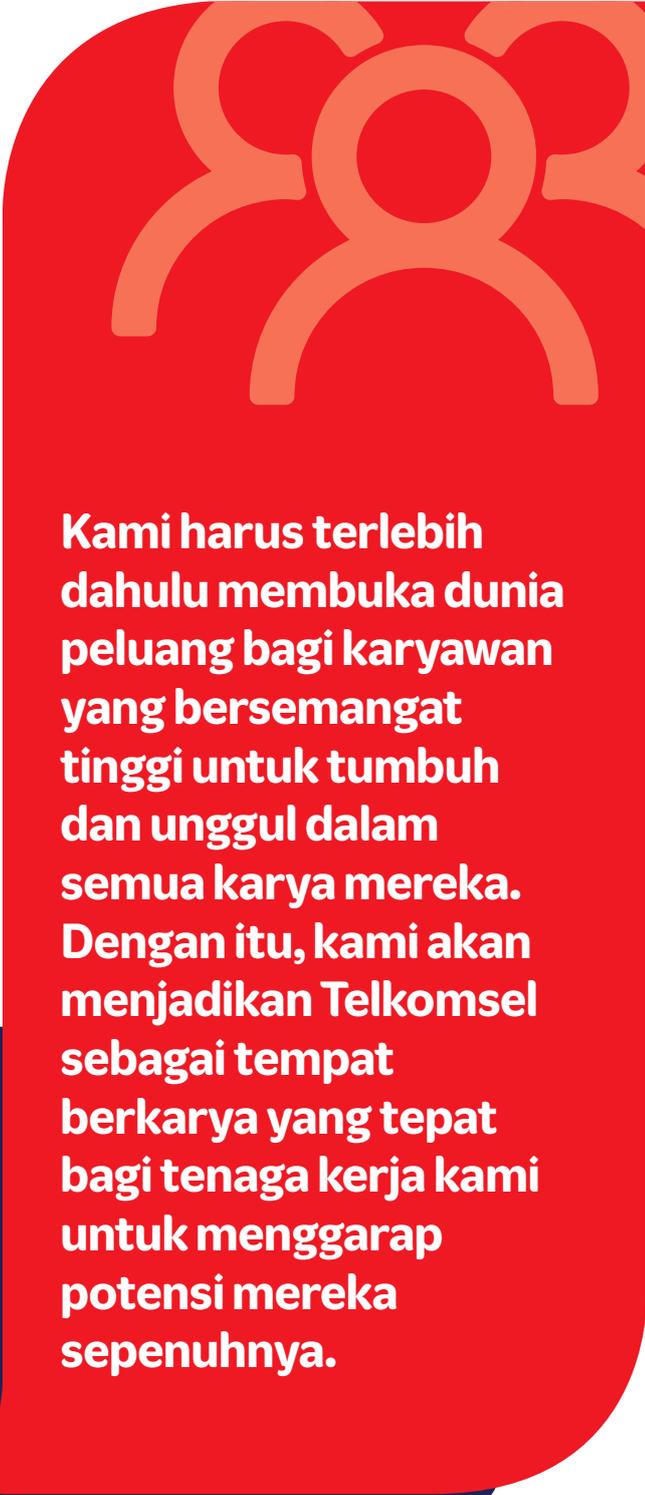
Dalam hal kemampuan jaringan, kami mengerahkan kekuatan terbesar kami pada tahun 2021 saat Telkomsel menjadi operator seluler pertama di Indonesia yang menawarkan 5G. Setelah peluncuran jaringan 5G, kami saat ini berfokus untuk membangun ekosistem pendukung di 9 kota besar dan ke depannya akan terus bertambah, melalui sub-program “Strengthen the Technology”.

Kemunculan 5G telah melahirkan sejumlah peluang baru dan menarik untuk menawarkan solusi canggih yang dapat menguntungkan baik untuk pasar massal maupun segmen *enterprise*. Solusi tertentu hanya dimungkinkan oleh konektivitas 5G, dan potensi *use case* yang hampir tanpa batas.

Dengan memastikan kesiapan 5G dalam seluruh jaringan kami, dan juga mengembangkan ekosistem dengan sistem dan aplikasi pendukung yang diperlukan, Telkomsel di tahun-tahun mendatang berencana untuk meningkatkan cakupan 5G ini. Kami akan melakukannya dengan melakukan penataan ulang (*re-farming*) spektrum 3G kami dan mengakuisisi pita frekuensi baru untuk kapasitas ekstra, untuk mendukung berbagai aplikasi dalam konektivitas dan hal-hal lainnya, terutama untuk B2B dan B2B2C.

Kemunculan 5G kami berharap dapat menciptakan banyak aliran pendapatan baru, yang akan memastikan bisnis berkelanjutan kami sebagai perusahaan telekomunikasi digital terkemuka yang memprioritaskan pengalaman pelanggan dan optimis menghadirkan visi “A World of More” menjadi kenyataan.

Sumber Daya Manusia



Kami harus terlebih dahulu membuka dunia peluang bagi karyawan yang bersemangat tinggi untuk tumbuh dan unggul dalam semua karya mereka. Dengan itu, kami akan menjadikan Telkomsel sebagai tempat berkarya yang tepat bagi tenaga kerja kami untuk menggarap potensi mereka sepenuhnya.

Kami telah mengerahkan berbagai upaya untuk mewujudkan inklusivitas yang lebih besar bagi masyarakat untuk menikmati limpahan manfaat dari ekosistem digital yang telah dibangun oleh Telkomsel bersama dengan para pemangku kepentingan yang lebih luas. Untuk dapat mewujudkannya, kami harus terlebih dahulu membuka dunia peluang bagi karyawan yang bersemangat tinggi untuk tumbuh dan unggul dalam semua karya mereka. Dengan itu, kami akan menjadikan Telkomsel sebagai tempat berkarya yang tepat bagi tenaga kerja kami untuk menggarap potensi mereka sepenuhnya.

Filosofi ini telah diwujudkan dalam cara kami memperlakukan karyawan, yakni dengan dan memenuhi kebutuhan dan menyambut aspirasi mereka. Kami memberi mereka remunerasi yang kompetitif dan terdepan di industri, ruang untuk tumbuh, budaya dan lingkungan kerja yang sehat, serta ruang yang aman untuk berbicara dan berinovasi. Dengan semua dukungan ini, kami ingin menekankan bagaimana pekerjaan karyawan Telkomsel berdampak dalam membangun Indonesia, karena Telkomsel memberdayakan masyarakat melalui teknologi.

STRATEGI UTAMA

Di era di mana teknologi menjadi pusat dari banyak bidang kehidupan, persaingan untuk memenangkan talenta terbaik di bidang teknologi semakin sengit dari hari ke hari. Direktorat Human Capital Management (HCMD) Telkomsel telah merumuskan *Grand Strategy Human Capital* untuk memenangkan persaingan. Dengan tujuan utama untuk “menjadi pusat keunggulan kelas dunia dalam menyediakan talenta digital untuk pertumbuhan Indonesia”, pada tahun 2021 HCMD mengembangkan program di lima bidang yang fundamental bagi upaya kami di masa depan.

Kelima bidang fokus tersebut, sebagaimana dirinci lebih lanjut di bawah ini, adalah:

1. Organisasi yang melengkapi sistem *performance-based salary*,
2. Perubahan budaya dan pengembangan kepemimpinan,

3. *Employer branding* dan pengalaman kerja yang prima,
4. Pemberdayaan peran HC Business Partner, dan
5. Penguatan pengembangan kompetensi.

Kelima bidang tersebut juga akan menjadi tempat untuk menanamkan nilai-nilai inti kami, yaitu “AKHLAK” (Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif) sebagaimana didefinisikan oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Indonesia agar diimplementasikan di seluruh BUMN, termasuk Telkomsel.

Merujuk pada nilai AKHLAK, kami telah menata budaya kerja yang secara bertahap dan terperinci nantinya akan memperkenalkan perubahan yang kami anggap penting bagi seluruh organisasi. Perjalanan ini melibatkan tiga tahap. Tahap pertama adalah perumusan “ACTION” sebagai perwujudan dari prinsip baru bekerja di Telkomsel: *Agility, Customer Centricity, Innovation, Open Mindset, dan Networking*. Pada tahap kedua, kami mendorong budaya transformasi organisasi melalui komunikasi skala luas dan multi-platform di semua jajaran di dalam Telkomsel. Pada tahap ketiga dan terakhir, kami menanamkan perubahan dalam ekosistem yang mendukung dan berkelanjutan, dengan konteks yang memadai untuk menggapai tujuan-tujuan kami.

MEMPERTAHANKAN TENAGA KERJA YANG SIAP UNTUK MENGEMBANGKAN KAPASITAS KEPEMIMPINAN YANG MENYELURUH

Untuk tetap menjadi yang terdepan di arena digital yang saat ini terus berkembang pesat, Telkomsel mempertahankan dan mengembangkan talenta-talenta yang memiliki keahlian teknis luas. Dengan memanfaatkan keterampilan mereka, Telkomsel mengamankan kemampuannya untuk terus memberikan pengalaman menarik kepada pelanggan melalui aplikasi, konten, dan platform selulernya.

Kumpulan talenta *Digital Prodigy* Telkomsel telah dididik untuk menjawab tantangan ini. Di kumpulan ini, ilmuwan data, spesialis UI/UX, pengembang perangkat lunak, dan pakar teknologi lainnya berkolaborasi dalam proyek dan tugas digital yang *time-specific*.

Bersamaan dengan itu, Telkomsel dengan penuh semangat juga mendorong talenta-talentanya untuk membuat aplikasi yang bermakna dan berdampak melalui ide dan keterampilan mereka. Salah satu inisiatif yang saat ini dilakukan adalah Program Talent Mobility dari anak perusahaan untuk bisnis digital, INDICO.

Selama bertahun-tahun Telkomsel telah menyelenggarakan Inno[X]tion Award sebagai wadah bagi karyawan untuk berinovasi dan menyampaikan ide-ide inovatif untuk dieksekusi menjadi produk yang layak. Pada ajang penghargaan Inno[X]tion pada tahun 2021 terkumpul 398 ide, 33 di antaranya dipilih oleh juri dan 10 dipilih sebagai pemenang akhirnya. Ide-ide terkait pengembangan bisnis sedang diinkubasi bekerja sama dengan Tinc.

Bagi kami, untuk memastikan tenaga kerja yang serbaguna dan siap dibentuk, kelincahan dan adaptasi adalah kuncinya. Telkomsel telah memulai perjalanan transformasi digitalnya pada tahun 2018. Selanjutnya, didorong oleh pandemi, kami mempercepat digitalisasi di seluruh operasi. MOANA, *super app human capital* (HC) internal kami, telah membantu tenaga kerja kami untuk bekerja dengan standar tertinggi mereka dan mengikuti perkembangan terbaru di Telkomsel. Dengan MOANA, semua fungsi terkait SDM—mulai dari kehadiran hingga pelatihan dan pemantauan kinerja—dapat diakses di ujung jari karyawan kami.

Cita-cita transformasi budaya kerja diwujudkan dengan melibatkan para pemimpin senior dan agen perubahan dalam inisiatif Change Champions, dengan mendapuk 305 karyawan sebagai “benih awal” perubahan. Melalui mereka, perubahan budaya kerja disebarkan kepada rekan-rekan

mereka, yang pada akhirnya mengubah organisasi secara keseluruhan. Kami membantu Change Champion ini melalui kelas master dan forum ACTION bulanan para pemimpin senior.

MENINGKATKAN KETERAMPILAN KARYAWAN UNTUK MEMPERTAHANKAN EKSEKUSI YANG PRIMA

Agar terus menjadi yang terdepan, Telkomsel harus secara konsisten membangun seperangkat kompetensi yang relevan dan terkini dalam diri karyawannya. Dengan pandangan tersebut, maka pada tahun 2021 HCMD memperbarui kebijakan pembinaan dan konseling di Telkomsel.

Kebijakan baru yang dilengkapi dengan fitur Employee Profile (EP) dan Employee Development Program (EDP) tersebut kini lebih memperhatikan pengembangan kapabilitas individu dalam memperkuat kinerja individu dan tim. Dengan EP dan EDP, karyawan dan pemimpin tim/atasan mereka dapat bekerja bahu-membahu dalam merencanakan, mengatur, dan memantau pengembangan profesional dan jalur karier mereka.

Pada tahun 2021, untuk meningkatkan *critical capabilities*, HCMD meluncurkan kelas melalui Akademi Transformational Expert Development (T.E.D), mulai dari ilmu data dan pemrograman *back-end* hingga keamanan siber dan penetapan harga, dengan total 201 lulusan. Semuanya telah mengikuti keseluruhan program, mulai dari *bootcamp*, *use case project*, *showcase*, hingga *final assessment*.

Untuk mendorong *sharing knowledge* organisasi, pada tahun 2021 Telkomsel Faculty Member (TFAMS) dibentuk untuk memberikan kesempatan kepada karyawan untuk terlibat dalam berbagai program pengembangan sebagai pengajar, pengembang konten, serta mentor atau pelatih. Inisiatif ini telah meningkatkan minat di antara karyawan kami dalam menyumbangkan keterampilan dan waktu mereka untuk tumbuh bersama dengan rekan-rekan mereka. Untuk melengkapi ini, Telkomsel melibatkan beberapa mitra pembelajaran terkemuka—antara lain Harvard ManageMentor, Percipio, dan Udemy—untuk menyediakan materi-

materi pembelajaran yang beragam bagi para karyawan untuk dipelajari berdasarkan kemampuan masing-masing, sehingga dapat memperluas perspektif mereka.

MENGUSUNG BUDAYA MERITOKRASI DAN ETOS KINERJA TINGGI

Telkomsel telah menciptakan lingkungan yang kondusif bagi karyawannya untuk diapresiasi sesuai dengan prestasi mereka. Ini dimulai dengan penerapan *Broadband Salary Structure* (BSS) yang memperluas kisaran gaji karyawan di luar sistem *traditional grade salary* sehingga menekankan hubungan antara gaji dan kinerja.

Skema remunerasi yang lebih fleksibel ini memungkinkan karyawan untuk merasakan apresiasi Perusahaan, karena mereka dapat mengembangkan keterampilan mereka dan memajukan karier mereka dalam konfigurasi non-hierarkis yang diusung oleh Telkomsel. Meritokrasi juga memastikan bahwa kenaikan gaji diberikan tanpa memperhatikan posisi seseorang, tetapi berdasarkan kinerja mereka dalam mencapai tujuan individu dan Perusahaan.

Telkomsel mengukur kinerja dengan model kerangka kerja *hybrid*, yang melibatkan *key performance indicators* (KPI) dan *objectives and key results* (OKR). Hal ini memastikan keselarasan vertikal dan horizontal antara unit dan individu. Model ini juga mendorong kolaborasi yang lebih erat dan penetapan target yang lebih aspiratif. Dampak dari model *hybrid* ini bersama dengan BSS hingga akhir tahun 2021 sangat terasa: kinerja sebagian besar karyawan meningkat signifikan, dan hasil akhirnya juga baik bagi Perusahaan.

MENGUPAYAKAN KESEJAHTERAAN DAN MENJAMIN KESELAMATAN

Di awal pandemi, Telkomsel telah menerapkan kebijakan WFH untuk memperlambat penyebaran Covid-19 dan melindungi keselamatan dan kesehatan karyawan kami dan orang-orang yang mereka cintai. HCMD memastikan bahwa semua karyawan tidak hanya diperlengkapi untuk tetap produktif selama pandemi, tetapi juga terpenuhi semua kebutuhannya untuk menghindari virus tersebut. Dan jika mereka tertular, mereka dapat pulih sepenuhnya.

Kami senantiasa menerapkan protokol kesehatan yang ketat di seluruh lokasi Perusahaan. Setiap kali kasus positif ditemukan, maka individu terkait akan dilacak. Dengan demikian, kami dapat segera menanggapi konsekuensi dan mengatasi masalah yang muncul secara memadai, tanpa mengganggu alur kerja keseluruhan. Kami mengembangkan beragam konten yang mudah dicerna untuk meningkatkan kesadaran karyawan tentang bagaimana menjaga dan meningkatkan kesejahteraan diri. Acara Fit In Action mingguan dan pembicaraan kesehatan menjaga karyawan kami tetap aktif dan terinformasi dengan baik saat mereka menjalankan WFH. Kami menyediakan suplemen penunjang kekebalan tubuh dan perlengkapan kebersihan pribadi untuk semua karyawan, serta obat-obatan dan tabung oksigen bagi yang membutuhkan. Karyawan kami dapat berfokus pada tujuan mereka dengan tenang, karena Telkomsel selalu siap menyertai mereka di segala situasi.

Kami mendukung program vaksinasi Covid-19 pemerintah Indonesia sejak awal, dan telah mengadakan vaksinasi massal di 24 kota di seluruh tanah air. Pada akhir tahun 2021, kami telah memvaksinasi hampir 100% karyawan kami dan 93% anggota keluarga mereka.

MEMBANGUN REPUTASI MEREK DI KALANGAN PENCARI KERJA DAN TALENTA PEMULA BERBAKAT DI INDUSTRI

Dari setiap aspek bisnis kami, para pencari kerja dapat melihat betapa banyaknya manfaat bekerja di Telkomsel. Ini adalah kunci untuk menarik para lulusan baru dan profesional di bidangnya, yang akan mempelajari dinamika interaksi sehari-hari di Telkomsel. Di sana akan tercermin cara berpikir, kerangka berpikir, dan kesiapan Telkomsel dalam mengupayakan solusi yang cerdas dan efektif.

Dalam banyak hal, karyawan kami adalah duta yang menunjukkan betapa asyiknya bekerja di Telkomsel. Kami melibatkan mereka secara kolaboratif dalam upaya *branding*, dengan mengajak mereka untuk berbagi pengalaman kerja masing-masing di Instagram, LinkedIn, Medium, dan

platform lainnya. Pesan-pesan mereka telah tersebar luas di kalangan pencari kerja yang baru lulus dan kalangan profesional. Ini adalah cara organik Telkomsel untuk mempromosikan diri sebagai tempat kerja yang tepat untuk meniti karier.

Aktivitas media sosial kami menjadi bukti bagaimana lingkungan kerja di Telkomsel selalu memungkinkan para talenta terbaik untuk mewujudkan visi masa depan mereka yang berani, dari mulai ide hingga hasil. Hingga akhir tahun 2021, akun resmi Telkomsel di Instagram, @lifeattekonsel, telah mengumpulkan lebih dari 18 ribu pengikut, sementara akun LinkedIn kami memiliki lebih dari 275 ribu pengikut.

Kami juga terus menjangkau berbagai target audiens. Kami bermitra dengan Kementerian Sekretariat Negara Indonesia untuk mempercepat transformasi digital dan ekosistem inovasi melalui program Setneg X. Pada tahun 2021, program Setneg X mencakup inkubasi, pengembangan pengetahuan, bimbingan, dan pengembangan aplikasi dari tiga ide: *chatbot*, aplikasi perizinan, dan sistem manajemen pengunjung. Sementara itu, bersama Kementerian Badan Usaha Milik Negara, kami memberdayakan peran dan kepemimpinan perempuan di industri dengan berpartisipasi dalam kampanye #GirlsTakeOver 2021. Langkah ini semakin memperkuat komitmen Telkomsel untuk membuka peluang secara setara bagi semua kalangan, tanpa memandang jenis kelamin, dan mendorong lebih banyak talenta perempuan untuk ambil bagian dalam memajukan kancah teknologi Indonesia.

Telkomsel membangun kolaborasi untuk menjembatani sektor pendidikan dengan sektor industri dengan mempersiapkan generasi muda untuk percepatan transformasi digital. Hal ini dilakukan melalui program Magang Kampus Merdeka yang bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Sejak Juli 2021, terdapat 38 siswa dari total 4.268 pelamar program yang telah dipilih untuk bekerja sebagai pekerja magang di Telkomsel, di 10 "arena bermain" dan 15 posisi, selama 5 bulan hingga Januari 2022. Mereka dibimbing oleh mentor internal dan mengikuti program pengembangan untuk meningkatkan kemampuan mereka sebagai talenta digital masa depan Indonesia.

05

KEBERLANJUTAN



CLOUDX
SOLUSI KOLABORASI ONLINE

Tata Kelola

Komitmen Telkomsel untuk melaksanakan Tata Kelola Perusahaan (GCG) di seluruh aspek bisnisnya mencerminkan kepatuhan terhadap UU Perseroan Terbatas No. 40/2007 di Indonesia dan beberapa aspek tertentu dari *Sarbanes-Oxley Act* (SOA) di Amerika Serikat, yang harus dipatuhi oleh seluruh jajaran anak usaha PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (TELKOM) karena saham Telkom terdaftar di New York Stock Exchange (NYSE).

GCG merupakan kunci daya saing Perusahaan agar tetap menjadi yang terdepan dalam industri dan mempertahankan kepemimpinannya di pasar, serta menciptakan nilai jangka panjang bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan.

Dalam membangun struktur GCG yang kuat di dalam organisasi Perusahaan, lima prinsip utama berikut menjadi pilar implementasi GCG kami, yaitu:

TRANSPARANSI

Telkomsel berupaya menyediakan akses yang wajar terhadap seluruh informasi Perusahaan baik terkait kinerja keuangan maupun operasional.

AKUNTABILITAS

Jajaran manajemen dan staf dari seluruh level diharuskan untuk mengembangkan prinsip akuntabilitas yang tinggi dalam setiap tindakan dan dalam mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan pemegang saham dan pemangku kepentingan, yang seluruhnya dilakukan dengan mematuhi peraturan perundangan yang berlaku.

TANGGUNG JAWAB

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 keberlangsungan usaha.

INDEPENDENSI

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

KEWAJARAN

Kami menjamin perlakuan yang sama bagi pemegang saham dan pemangku kepentingan, termasuk memberikan peluang yang sama bagi karyawan untuk mengembangkan karier, memperoleh pelatihan dan pendidikan, serta mengakses informasi.

PEDOMAN PERILAKU

Telkomsel telah mengadopsi pedoman perilaku yang sesuai dengan standar nilai dan kode etik tertinggi. Hal ini berlaku bagi seluruh karyawan yang mewakili Perusahaan dan menjadi pedoman bagi mereka dalam melaksanakan tugasnya sehari-hari. Setiap orang yang terkait dengan pedoman perilaku Telkomsel harus patuh pada peraturan hukum dan perundang-undangan yang berlaku dan bertindak serta berperilaku demi melindungi kepentingan Perusahaan. Pedoman perilaku ini memengaruhi cara berpikir dan bertindak para karyawan dan mengatur hal-hal yang dapat atau tidak boleh dilakukan terkait perlindungan aset, pendapatan, serta penyesuaian keuangan di luar dari kebijakan Perusahaan, dengan mematuhi berbagai standar yang berlaku.

RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

Sebagaimana telah dinyatakan dalam Anggaran Dasar Perusahaan, Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan forum tertinggi yang memiliki

kewenangan yang tidak diberikan kepada Direksi ataupun 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 dan laporan keuangan Perusahaan, menentukan alokasi laba bersih Perusahaan, dan menunjuk auditor independen.

DEWAN KOMISARIS

Dewan Komisaris terdiri dari enam anggota dan salah satunya bertindak sebagai Komisaris Utama. Telkom sebagai pemegang saham mayoritas berhak menominasikan empat Komisaris, sedangkan Singapore Telecom Mobile Pte Ltd berhak menominasikan dua Komisaris.

Perubahan-perubahan terhadap susunan Dewan Komisaris Telkomsel di tahun 2021, berdasarkan Keputusan Pemegang Saham yang diterbitkan di 2021, dirangkum dalam tabel berikut:

| 2 November 2020–10 Februari 2021 | 11 Februari 2021–31 Mei 2021 | 1 Juni 2021–sekarang |
|---|---|---|
| Perwakilan Telkom <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris Utama: Ririek Adriansyah • Komisaris: Sutrisno Saidi Tatetdagat • Komisaris: Yose Rizal • Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati | Perwakilan Telkom <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris Utama: Wishnutama Kusubandio • Komisaris: Heri Supriadi • Komisaris: Yose Rizal • Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati | Perwakilan Telkom <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris Utama: Wishnutama Kusubandio • Komisaris: Heri Supriadi • Komisaris: Yose Rizal • Komisaris: Nanang Pamuji Mugasejati |
| Perwakilan Singtel <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris: Paul Dominic O'Sullivan • Komisaris: Yuen Kuan Moon | Perwakilan Singtel <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris: Paul Dominic O'Sullivan • Komisaris: Yuen Kuan Moon | Perwakilan Singtel <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris: Anna Yip • Komisaris: Yuen Kuan Moon |

Dewan Komisaris bertanggung jawab untuk:

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

RAPAT DEWAN KOMISARIS DI TAHUN 2021

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

Dewan Komisaris

| Nama | Jabatan | Kehadiran dalam Rapat |
|---------------------------|-----------------|-----------------------|
| Ririek Adriansyah | Komisaris Utama | 0 dari 0 |
| Wishnutama Kusubandio | Komisaris Utama | 8 dari 8 |
| Heri Supriadi | Komisaris | 8 dari 8 |
| Nanang Pamuji Mugasejati | Komisaris | 6 dari 8 |
| Yose Rizal | Komisaris | 8 dari 8 |
| Sutrisno Saidi Tatetdagat | Komisaris | 0 dari 0 |
| Paul Dominic O'Sullivan | Komisaris | 2 dari 2 |
| Yuen Kuan Moon | Komisaris | 8 dari 8 |
| Anna Yip | Komisaris | 6 dari 6 |

Direksi

| Nama | Jabatan | Kehadiran dalam Rapat |
|---------------------------------|--|-----------------------|
| Setyanto Hantoro | Direktur Utama | 2 dari 2 |
| Hendri Mulya Syam | Direktur Utama | 6 dari 6 |
| Nugroho | Direktur Network | 6 dari 8 |
| Hendri Mulya Syam | Direktur Network | 0 dari 0 |
| Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo | Direktur Keuangan | 2 dari 2 |
| Mohamad Ramzy | Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko | 6 dari 6 |
| Ririn Widaryani | Direktur Sales | 0 dari 0 |
| Hendri Mulya Syam | Direktur Sales | 2 dari 2 |
| Adiwinahyu Basuki Sigit | Direktur Sales | 6 dari 6 |
| R Muharam Perbawamukti | Direktur HCM | 7 dari 8 |
| Wong Soon Nam | Direktur P&T | 8 dari 8 |
| Bharat Alva | Direktur TI | 8 dari 8 |
| Goh Hui Min | Direktur Marketing | 6 dari 6 |
| Heng Tze Meng Derrick | Direktur Marketing | 2 dari 2 |

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)

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 membangun hubungan kerja yang efektif dengan jajaran Direksi, Manajemen, Auditor Internal maupun Auditor Eksternal.

Komite Audit menyelenggarakan rapat paling sedikit empat kali setahun, dan dihadiri minimal oleh dua anggota Komite Audit, yang terdiri dari satu anggota yang dinominasikan oleh Telkom dan satu anggota lainnya dinominasikan oleh Singapore Telecom Mobile Pte Ltd.

Komite Audit terdiri dari minimal tiga anggota. Anggota tersebut dipilih oleh Dewan Komisaris, dan salah satunya harus memiliki latar belakang kemampuan akuntansi dan/atau audit.

Perubahan-perubahan terhadap susunan Komite Audit Telkomsel di tahun 2021, berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan yang diterbitkan di tahun 2021 mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, dirangkum dalam tabel berikut:

| 1 Desember 2020–31 Mei 2021 | 1 Juni 2021–15 Agustus 2021 | 16 Agustus 2021–sekarang |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Yose Rizal sebagai Ketua • Heri Supriadi sebagai Vice Chairman • Paul Dominic O’Sullivan sebagai Anggota • Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota • Agus Suryono sebagai Anggota • Sean Slattery sebagai Anggota | <ul style="list-style-type: none"> • Heri Supriadi sebagai Ketua • Yose Rizal sebagai Anggota • Paul Dominic O’Sullivan sebagai Anggota • Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota • Agus Suryono sebagai Anggota • Sean Slattery sebagai Anggota | <ul style="list-style-type: none"> • Heri Supriadi sebagai Ketua • Yose Rizal sebagai Anggota • Anna Yip sebagai Anggota • Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota • Agus Suryono sebagai Anggota • Sean Slattery sebagai Anggota |

Komite Audit menyelenggarakan rapat secara rutin dengan Grup Audit Internal untuk membahas temuan dari proses audit. Pada tahun 2021, diadakan 5 kali rapat Komite Audit.

KOMITE REMUNERASI

Komite Remunerasi dibentuk untuk membantu Dewan Komisaris dalam memastikan bahwa kebijakan dan skema remunerasi, yang diterapkan atau akan diterapkan di Perusahaan, mampu memberikan penghargaan yang adil kepada Direksi dan karyawan, menarik bagi para kandidat, dan memiliki nilai yang kompetitif untuk memastikan bahwa Perusahaan memiliki sumber daya manusia yang kompeten.

Komite Remunerasi terdiri dari minimal tiga anggota dan dipilih oleh Dewan Komisaris. Berdasarkan Piagam Komitenya, Komite Remunerasi harus menyelenggarakan rapat paling sedikit satu kali dalam setahun dan dihadiri oleh minimal dua anggota.

Perubahan-perubahan terhadap susunan Komite Remunerasi Telkomsel di tahun 2021, berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan yang diterbitkan di tahun 2021 mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, dirangkum dalam tabel berikut:

| 1 Desember 2020–31 Mei 2021 | 1 Juni 2021–sekarang |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Yuen Kuan Moon sebagai Ketua • Sutrisno Saidi Tatetdagat sebagai Anggota • Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota • Raden Muharam Perbawamukti sebagai Anggota | <ul style="list-style-type: none"> • Wishnutama Kusubandio sebagai Ketua • Yuen Kuan Moon sebagai Anggota • Nanang Pamuji Mugasejati sebagai Anggota • Raden Muharam Perbawamukti sebagai Anggota |

Pada tahun 2021, diadakan 2 kali rapat Komite Remunerasi.

KOMITE CAPEX, FINANCING & MANAGEMENT PROCESS (CFMP)

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

Komite CFMP melakukan kajian yang mencakup, namun tidak terbatas pada:

- Perencanaan dan pengelolaan belanja modal Perusahaan.
- Kebijakan dan rencana keuangan Perusahaan.
- Pengelolaan kapasitas, rantai pasokan, dan target operasional.

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 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 dinominasikan oleh Singtel. Satu anggota Komite lainnya adalah perwakilan Perusahaan yang bertugas untuk merencanakan/memantau belanja modal dan keuangan.

Komite CFMP mengadakan rapat rutin berdasarkan jadwal, agenda, dan hasil rapat yang terstruktur. Frekuensi rapat tergantung pada tujuan dan lingkup kegiatan Komite CFMP.

Perubahan-perubahan terhadap susunan Komite CFMP Telkomsel di tahun 2021, berdasarkan Keputusan Sirkuler Dewan Komisaris Perusahaan yang diterbitkan di tahun 2021 mengenai Penunjukan Anggota Komite Dewan Komisaris, dirangkum dalam tabel berikut:

| 1 Desember 2020–31 Mei 2021 | 1 Juni 2021–15 Agustus 2021 | 16 Agustus 2021–sekarang |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Yose Rizal sebagai Ketua • Heri Supriadi sebagai Wakil Ketua • Yuen Kuan Moon sebagai Anggota • Leonardus Wahyu Wasono M sebagai Anggota • Lukman Hakim sebagai Anggota • Anna Yip sebagai Anggota (efektif 18 Desember 2020) | <ul style="list-style-type: none"> • Yuen Kuan Moon sebagai Ketua • Heri Supriadi sebagai Wakil Ketua • Yose Rizal sebagai Anggota • Leonardus Wahyu Wasono M sebagai Anggota • Lukman Hakim sebagai Anggota • Anna Yip sebagai Anggota | <ul style="list-style-type: none"> • Yuen Kuan Moon sebagai Ketua • Heri Supriadi sebagai Wakil Ketua • Yose Rizal sebagai Anggota • Mohamad Ramzy sebagai Anggota • Lukman Hakim sebagai Anggota • Goh Seow Eng sebagai Anggota |

Pada tahun 2021, diadakan 6 kali rapat Komite CFMP.

DIREKSI

Direksi 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.

Perubahan-perubahan terhadap susunan Direksi Telkomsel di tahun 2021, berdasarkan Keputusan Pemegang Saham yang diterbitkan di 2021, dirangkum dalam tabel berikut:

| Masa Jabatan | 15 Agustus 2020–10 Februari 2021 | 11 Februari 2021–27 Mei 2021 | 28 Mei 2021–31 Oktober 2021 | 1 November 2021–sekarang |
|--|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|----------------------------|
| Perwakilan Telkom | | | | |
| Direktur Utama | Setyanto Hantoro | Setyanto Hantoro | Hendri Mulya Syam | Hendri Mulya Syam |
| Direktur Sales | Ririn Widaryani | Hendri Mulya Syam | Adiwinahyu Basuki Sigit | Adiwinahyu Basuki Sigit |
| Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko | Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo* | Leonardus Wahyu Wasono Mihardjo* | Mohamad Ramzy | Mohamad Ramzy |
| Direktur Human Capital Management | Raden Muharam Perbawamukti | Raden Muharam Perbawamukti | Raden Muharam Perbawamukti | Raden Muharam Perbawamukti |
| Direktur Network | Hendri Mulya Syam | Nugroho | Nugroho | Nugroho |

| Masa Jabatan | 15 Agustus 2020– 10 Februari 2021 | 11 Februari 2021– 27 Mei 2021 | 28 Mei 2021–31 Oktober 2021 | 1 November 2021–sekarang |
|---------------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|
| Perwakilan Singtel | | | | |
| Direktur Perencanaan dan Transformasi | Wong Soon Nam | Wong Soon Nam | Wong Soon Nam | Wong Soon Nam |
| Direktur TI | Alva Bharat | Alva Bharat | Alva Bharat | Alva Bharat |
| Direktur Marketing | Goh Hui Min | Goh Hui Min | Goh Hui Min | Heng Tze Meng Derrick |

* Leonardus Wahyu Wasono Mihadjo menjabat sebagai Direktur Keuangan.

Direksi bertanggung jawab untuk:

- Menjaga pelaksanaan bisnis Perusahaan sehari-hari;
- Menyusun Rencana dan Strategi Bisnis Telkomsel;
- Menyusun anggaran tahunan;
- Menyusun Laporan Tahunan kepada Pemegang saham;
- Memastikan bisnis berjalan secara efektif untuk memberikan nilai kepada pemegang saham dan pemangku kepentingan;
- Mewakili Perusahaan dalam menghadapi kasus hukum.

RAPAT DIREKSI DI TAHUN 2021

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 Perusahaan dengan hak suara sah.

Direksi juga menyelenggarakan rapat gabungan dengan Dewan Komisaris dalam rangka menyampaikan laporan kinerja keuangan dan operasional Perusahaan 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 Perusahaan yang menguasai minimal 10% saham yang ditempatkan Perusahaan.

| Nama | Jabatan | Kehadiran dalam Rapat |
|--------------------------------|--|-----------------------|
| Setyanto Hantoro | Direktur Utama | 22 |
| Hendri Mulya Syam | Direktur Utama | 33 |
| Nugroho | Direktur Network | 45 |
| Hendri Mulya Syam | Direktur Network | 7 |
| Leonardus Wahyu Wasono Mihadjo | Direktur Keuangan | 22 |
| Mohamad Ramzy | Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko | 33 |
| Ririn Widaryani | Direktur Sales | 7 |

| Nama | Jabatan | Kehadiran dalam Rapat |
|-------------------------|--------------------|-----------------------|
| Hendri Mulya Syam | Direktur Sales | 15 |
| Adiwinahyu Basuki Sigit | Direktur Sales | 33 |
| R Muharam Perbawamukti | Direktur HCM | 54 |
| Wong Soon Nam | Direktur P&T | 54 |
| Bharat Alva | Direktur TI | 53 |
| Goh Hui Min | Direktur Marketing | 42 |
| Heng Tze Meng Derrick | Direktur Marketing | 8 |

INDEPENDENSI DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Perusahaan menerapkan kebijakan 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. Apabila salah satu anggota Direksi mengalami konflik kepentingan, maka yang bersangkutan, sesuai dengan Anggaran Dasar Perusahaan, harus diwakili oleh anggota Dewan lainnya.

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

REMUNERASI ANGGOTA DEWAN

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 Perusahaan terdiri dari tiga komponen yaitu kompensasi tetap, kompensasi tidak tetap, serta tunjangan dan fasilitas.

1. Kompensasi Tetap: berupa gaji pokok yang ditetapkan berdasarkan keputusan RUPST.
2. Kompensasi Tidak Tetap: bonus tahunan yang besarnya ditentukan dalam RUPST.
3. Tunjangan dan Fasilitas: termasuk tunjangan kesehatan, perumahan, keanggotaan, komunikasi, dan asuransi.

AUDIT INTERNAL

FUNGSI DAN PERAN AUDIT INTERNAL

Audit Internal berperan dalam memberikan kepastian (*assurance*) secara independen dan objektif atas efektivitas manajemen risiko, pengendalian internal, dan praktik tata kelola. Audit Internal bertanggung jawab kepada Komite Audit secara langsung dan kepada Direktur Utama secara administratif.

Audit Internal menggunakan pendekatan berbasis risiko dalam merumuskan rencana audit tahunannya, yang selaras dengan strategi utama dan risiko di seluruh Perusahaan. Rencana audit ditinjau dan disetujui oleh Komite Audit, dengan mengacu pada Piagam Audit Internal. Dalam menjalankan tugas-tugasnya, Audit Internal mengikuti Standar Audit Internal yang terdapat dalam International Professionals Practices Framework yang diterbitkan oleh Institute of Internal Auditors (IIA).

PROGRAM DAN PENINGKATAN AUDIT INTERNAL

Pada tahun 2021, Audit Internal melakukan penelaahan atas rancangan dan operasi pengendalian internal, serta melakukan penelaahan terbatas atas laporan keuangan kuartalan untuk memberikan keyakinan bahwa laporan keuangan telah disajikan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Dalam mendukung manajemen risiko yang baik, pengendalian internal yang kuat, dan pengendalian operasional yang efektif, Audit Internal melakukan tinjauan terhadap berbagai proses bisnis utama dan risiko yang diidentifikasi dalam kerangka risiko keseluruhan Perusahaan, serta menilai kepatuhan terhadap kebijakan dan prosedur Perusahaan.

Audit Internal juga bertindak sebagai mitra strategis dalam tata kelola, risiko, dan pengendalian, bekerja sama dengan manajemen dalam kegiatan konsultasi internal untuk mendukung manajemen dalam mencapai tujuannya secara efisien dan efektif.

Sejalan dengan praktik unggulannya, pada tahun 2019 Internal Audit membentuk tim khusus untuk kegiatan Analisis Data dan Audit Berkelanjutan. Fungsi tim ini adalah untuk mengembangkan analitik data di seluruh proses audit untuk meningkatkan kecepatan dan akurasi audit.

Aktivitas Audit Internal di 2021

| Penugasan | Assurance | Konsultasi | Jumlah |
|--|-----------|------------|--------|
| Audit Keuangan dan Pendukung Bisnis Terintegrasi | 20 | 9 | 29 |
| Teknologi Informasi dan Komunikasi | 3 | 6 | 9 |
| Komersial dan Pendukung | 2 | 16 | 18 |
| Audit Berkelanjutan | 8 | - | 8 |
| Jumlah | 33 | 31 | 64 |

Audit Internal melakukan program *External Quality Assurance Review* untuk memastikan bahwa kegiatan auditnya sesuai dengan standar IIA. Program ini dilakukan setiap lima tahun sekali oleh pihak eksternal. Penilaian yang termutakhir selesai dilaksanakan di tahun 2021.

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 antara lain kinerja dan kualitas audit serta independensi mereka, dan memberikan rekomendasi terkait penunjukan mereka pada Direksi dalam sinergi dengan pemegang saham mayoritas.

Untuk mempertahankan independensi auditor eksternal, Telkomsel memiliki kebijakan tentang jenis layanan non-audit yang dapat diberikan auditor eksternal dan proses persetujuan terkait.

Komite Audit juga telah mengkaji 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 telah menegaskan independensinya kepada Komite Audit.

SEKRETARIS PERUSAHAAN

Lingkup tugas Sekretaris Perusahaan adalah untuk memastikan kepatuhan Perusahaan terhadap peraturan perundangan 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 antara sesama anggota Dewan.

Berdasarkan KR No 010/HE-01/HC-00/III/2021, ruang lingkup tugas Grup Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

- Memimpin fungsi kesekretariatan Perusahaan dan menjalin hubungan baik dengan para pemangku kepentingan utama.
- Mengelola sarana dan prasarana kerja guna memfasilitasi operasional Perusahaan yang efisien dan efektif.
- Memastikan koordinasi dan pelaksanaan program CSR yang dapat meningkatkan citra Perusahaan.
- Menjaga hubungan baik dengan media massa guna meningkatkan citra Perusahaan yang baik.
- Memastikan seluruh aktivitas yang berhubungan dengan hukum berjalan dengan lancar dan sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.
- Menjaga komunikasi dan hubungan yang efektif dengan regulator untuk mendukung bisnis Telkomsel.

HUBUNGAN INVESTOR

Tim Hubungan Investor Telkomsel mewakili komitmen Perusahaan untuk melaksanakan transparansi dan perlakuan wajar terhadap pemegang saham dan pemangku kepentingan. Bersama dengan tim Hubungan Investor Telkom, tim memfasilitasi berbagai pertemuan dan konferensi dengan para investor institusional yang ada dan potensial, analisis investasi dan pasar, serta komunitas keuangan.

Tim Hubungan Investor bertanggung jawab untuk:

- Mendistribusikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai kegiatan bisnis Perusahaan, 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 2021, tim telah menyelenggarakan lebih dari 160 pertemuan dengan para investor/ analis melalui pertemuan rutin dan konferensi.

Untuk pertanyaan-pertanyaan mengenai kinerja keuangan dan informasi operasional Telkomsel, kunjungi situs web Telkomsel, www.telkomsel.com atau situs web Telkom, www.telkom.co.id.

MANAJEMEN RISIKO

Di tahun 2021, manajemen risiko di Telkomsel mengalami perubahan signifikan dengan adanya perubahan nomenklatur dari sebelumnya “Direktur Keuangan” menjadi “Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko”.

Perubahan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas manajemen risiko, agar lebih baik dan konsisten.

Dalam beberapa tahun terakhir, perubahan berlangsung semakin cepat seiring berbagai bisnis bergeser dari *legacy* ke digital. Pergeseran dan digitalisasi ini telah mengharuskan Telkomsel memastikan keberlangsungan bisnisnya dan memperkuat kepemimpinannya di pasar dengan menumbuhkan inovasi dan melayani pasar secara lebih strategis, termasuk dengan membuka semua peluang dan memanfaatkan peluang yang ada untuk menjadi semakin baik di pasar.

Dalam menjalankan berbagai inisiatif tersebut, Telkomsel menghadapi sejumlah risiko yang muncul dari ketidakpastian. Untuk memitigasi setiap risiko signifikan, Telkomsel mengalokasikan sumber daya yang dibutuhkan dengan mempertimbangkan keseimbangan antara manfaat, peluang, dan usaha. Setiap langkah manajemen risiko dilandaskan pada *risk appetite* manajemen. Pada tahun 2021, pernyataan yang mencerminkan *risk appetite* manajemen dirangkum dalam pernyataan *Corporate Wide Risk (CWR) 2021*, yaitu sebagai berikut:

- Telkomsel fokus mempertahankan kepemimpinan pasarnya dengan menciptakan pengalaman pelanggan yang baru melalui peluncuran 5G dan menjaga layanan berkualitas prima.
- Telkomsel terus bertransformasi dengan mendirikan berbagai anak usaha baru untuk menjalankan inisiatif bisnis digital dan meningkatkan kapabilitas bisnisnya.
- Telkomsel berkomitmen menjaga reputasinya dalam konteks tata kelola perusahaan yang baik melalui manajemen risiko dan kepatuhan terhadap berbagai peraturan baru yang menantang, sekaligus meraih setiap kesempatan.

Berikut adalah risiko yang telah diidentifikasi, dievaluasi, dan ditanggapi sepanjang tahun 2021. Seluruh langkah mitigasi risiko-risiko berikut telah dilaporkan ke Komite Audit setiap kuartal dan kapan pun diperlukan.

1. Kurangnya kemampuan digital untuk mendukung transformasi bisnis

Sumber daya manusia beserta kapabilitas dan pola pikir yang tidak memadai atau tidak tanggap atas perubahan yang tengah terjadi di industri dapat mengganggu keberlanjutan usaha Telkomsel. Oleh karena itu, agar dapat menjadi *digital telco company* yang unggul di pasar, kami telah mengidentifikasi beberapa kapabilitas baru untuk memastikan suksesnya

transformasi organisasi yang *customer-centric*. Beberapa upaya mengatasi risiko ini adalah mendorong peningkatan kemampuan individu dan tim, sekaligus memperkaya wawasan dan pola pikir mereka, melalui pelatihan, pengayaan, penugasan sementara, rekrutmen talenta baru, dan implementasi metodologi *agile*.

2. Keterbatasan spektrum

Spektrum merupakan sumber daya yang terbatas yang menjadi modal penting operator seluler, sehingga perlu dimanfaatkan seoptimal mungkin. Spektrum menjadi semakin terbatas dengan meningkatnya kebutuhan *bandwidth* pada spektrum yang telah ditentukan, yang muncul akibat: meningkatnya penggunaan gawai yang mengonsumsi data 4G serta program pilot 5G yang membutuhkan *bandwidth* khusus. Selain itu, di tahun 2021 dua operator seluler besar melakukan penggabungan usaha, sehingga membuat kapasitas *bandwidth* menjadi lebih longgar, dan berpengaruh terhadap kompetisi di pasar. Untuk merespons risiko ini, Telkomsel mengikuti *tender* untuk spektrum 2,3 GHz dan memenangkannya, dengan tambahan *bandwidth* sebesar 20 MHz. Kami juga telah melakukan transisi *bandwidth* yang sebelumnya untuk 3G menjadi untuk kebutuhan lain yang teknologinya lebih tinggi. Ke depannya, kami terus mengupayakan perolehan *bandwidth* baru, mengingat kepadatan penggunaannya yang masih relatif tinggi, selain juga dengan penawaran layanan terbaru kami yaitu 5G.

3. Tingkat keamanan TIK yang rendah

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang termutakhir menjadi modal utama bagi Telkomsel untuk menciptakan produk dan layanan baru yang inovatif dan menjawab kebutuhan konsumen, sekaligus untuk meningkatkan kualitas proses bisnis internal. Kompleksitas penggunaan TIK yang semakin tinggi menghadirkan risiko penyusupan oleh pihak lain yang berpotensi menimbulkan tindak

kriminal siber, antara lain akses tanpa otorisasi, pencurian/kebocoran data, penipuan, dan ancaman siber. Untuk mengatasinya, kami telah membangun sistem keamanan TIK yang berfungsi menyempurnakan aspek manusia, teknologi, dan proses secara komprehensif dalam penggunaan TIK. Ini didukung dengan inisiatif *Cyber Threat Intelligence (CTI)*, *Virtual Desktop Infrastructure*, dan *Identity & Access Management (IDAM)* untuk memudahkan karyawan bekerja secara digital dengan perlindungan keamanan yang kuat.

4. Kompetisi yang semakin ketat

Sebagai operator telekomunikasi dan digital, Telkomsel harus tanggap terhadap setiap dinamika bisnis di industri, termasuk perubahan perilaku, daya beli, dan pola konsumsi layanan telekomunikasi dan digital oleh pelanggan. Dengan berlangsungnya pandemi Covid-19, semua hal tersebut telah mengalami perubahan besar dan perlu dicermati. Perubahan dalam jumlah pemain utama di pasar di tahun 2021, dengan adanya konsolidasi dua pemain besar, kami pandang baik bagi industri sekaligus menantang kami untuk terus berkembang dan beradaptasi agar semakin kompetitif. Kami terus mempertajam daya saing Telkomsel di pasar melalui peluncuran 5G pada skala yang lebih besar di tahun-tahun mendatang, dan sejak 2021 telah mulai melakukan simplifikasi *brand*, menjalankan strategi harga yang atraktif, dan *smart aggression* dengan mengandalkan berbagai produk digital baru kami.

5. Regulasi yang dapat membatasi bisnis

Regulasi dibuat antara lain untuk menjaga industri agar tetap berjalan dengan sehat, dan menghindari potensi monopoli bisnis. Dua regulasi penting berpengaruh terhadap bisnis Telkomsel di tahun 2021. Yang pertama adalah peraturan daerah terkait Pungutan

Jaringan Utilitas, yang menerapkan pungutan atas sewa barang milik pemerintah, yaitu jalan yang dilalui oleh kabel optik. Dengan jaringan kabel optiknya yang membentang di 514 kota dan kabupaten di 34 provinsi, Telkomsel telah berkomunikasi dengan pihak regulator dan bekerja sama dengan Telkom sebagai induknya dan asosiasi bisnis telekomunikasi untuk memitigasi kemungkinan penerapan peraturan ini. Peraturan kedua yang berpengaruh berkenaan dengan Izin Stasiun Radio (ISR), yakni penerapan denda atas pelanggaran ISR oleh operator. Menghadapi risiko ini, Telkomsel telah mendiskusikan hasil *profiling* persoalan perizinan ISR ke Kementerian Telekomunikasi dan Informasi untuk mendapatkan solusi terbaik.

BUSINESS CONTINUITY MANAGEMENT (BCM)

BCM telah lama menjadi bagian penting dari sistem manajemen risiko Telkomsel. Kami memiliki *Business Continuity Plan* (BCP) yang terdiri dari 9 skenario, mulai dari gangguan terkait karyawan, infrastruktur, dan reputasi, baik yang disebabkan oleh bencana, peretasan, maupun wabah penyakit, baik di kantor pusat maupun di daerah. Kami mengembangkan kebijakan sekaligus melakukan latihan untuk masing-masing skenario secara berkala. Di tahun 2021, kami melakukan latihan untuk memastikan kesiapan pihak ketiga dalam menghadapi bencana. Kami juga membentuk *Crisis Management Team* (CMT) untuk mengatasi pandemi Covid-19, Badai Seroja di Nusa Tenggara Timur, dan erupsi Gunung Semeru di Jawa Timur.

PROGRAM PENINGKATAN PENGENDALIAN INTERNAL

Mengacu pada *COSO Internal Control Framework 2013* dan *TM Forum Framework*, Telkomsel meningkatkan proses bisnis dan matriks

pengendalian risiko (RCM) miliknya secara berkelanjutan, khususnya terkait pelaporan keuangan dan operasional, untuk memastikan tercapainya target dan penyajian laporan keuangan yang sesuai dengan kondisi terkini. Penyempurnaan telah dilakukan dalam kaitannya dengan perubahan organisasi, kebijakan dan regulasi serta proses otomatisasi dan simplifikasi.

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 perilaku kepada Komite Audit Telkomsel.

Selama pelaporan tersebut dibuat atas dasar 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 tim Audit Internal untuk diambil tindakan selanjutnya.

MANAJEMEN REGULASI & LITIGASI

MANAJEMEN REGULASI

Bisnis Telkomsel sebagai operator telekomunikasi patuh terhadap seluruh regulasi yang relevan. Untuk memastikan kepatuhan, Sub-Direktorat Regulatory Management berkomunikasi secara intensif dengan pihak regulator. Di tahun 2021, beberapa aktivitas utama kami, seperti dijelaskan di bawah ini, telah dilaksanakan sepenuhnya dalam koridor regulasi yang berlaku.

Pemenuhan Kewajiban kepada Pemerintah

Sepanjang tahun 2021, Telkomsel telah memenuhi semua kewajibannya kepada pemerintah. Ini mencakup pemenuhan komitmen dalam lisensi operasinya, pencapaian tingkat komponen dalam negeri (TKDN) terkait penggunaan pita frekuensi 2100 MHz, kualitas layanan jaringan bergerak seluler, pemanfaatan spektrum frekuensi radio, peluncuran *showcase* teknologi 5G di sejumlah kota, sekaligus pelaporan dan pembayaran jaminan komitmen (*surety bond*) dan biaya-biaya lainnya yang diwajibkan undang-undang.

Uji Coba Teknologi IMT-2020/5G

Di tahun 2021, kami menyelenggarakan uji coba teknologi IMT-2020 (5G) berkolaborasi dengan Telkom berupa program *5G Joint Innovation* menggunakan perangkat BTS *indoor* pada pita frekuensi 3,5 GHz di Menara Bandung Digital Valley di Bandung. Beberapa *use case* yang diujicobakan mencakup *cloud gaming*, *streaming video* berkualitas tinggi, serta pengujian gawai dan aplikasi pada 5G.

Perolehan Surat Keterangan Laik Operasi (SKLO) 5G

Sebagai *digital telco company* terdepan di Indonesia, Telkomsel kini siap meluncurkan layanan 5G secara luas dengan diperolehnya SKLO 5G pada 21 Mei 2021 dari Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kami merupakan operator seluler pertama di Indonesia yang menyediakan layanan 5G komersial kepada konsumen dengan meluncurkannya pada 27 Mei 2021.

Tambahan Alokasi Pita Frekuensi 2,3 GHz

Telkomsel memenangkan *tender* pemanfaatan pita frekuensi 2,3 GHz berdasarkan keputusan Kementerian Komunikasi dan Informatika pada 17 Mei 2021. Sebagai konsekuensinya, kami

memperoleh tambahan pita frekuensi selebar 10 MHz pada 2360-2370 MHz Blok A dan 10 MHz pada 2380-2390 MHz Blok C di sejumlah daerah di Indonesia. Izin Pita Frekuensi Radio pada rentang frekuensi tambahan ini berlaku 10 tahun, hingga 2031.

Penataan Ulang Pita Frekuensi 2,3 GHz

Operasi pada pita frekuensi 2,3 GHz yang baru dimenangkan Telkomsel dapat dimulai setelah proses tata ulang (*refarming*) pita frekuensi 2,3 GHz tuntas dilaksanakan oleh semua penyelenggara telekomunikasi, termasuk Telkomsel. *Refarming* ini selesai pada 27 September 2021 pada 7 zona di seluruh Indonesia.

Sertifikat Tanda Daftar Penyelenggara Sistem Elektronik (PSE)

Menyusul diterbitkannya Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 5 Tahun 2020 terkait Penyelenggara Sistem Elektronik Lingkup Privat, Telkomsel telah mendaftarkan ulang 25 sistem elektroniknya bersama dengan 8 sistem elektronik baru (Kuncie, FITA, SMOOA, Ilmupedia, Salvo, Fleetsight, CloudX Meeting, dan T-Survey), sebagaimana disyaratkan.



Perolehan SKLO untuk Penyelenggaraan Jasa Sistem Komunikasi Data

Telkomsel sebagai penyelenggara layanan *Internet of Things* (IoT) telah mendapatkan SKLO pada 10 Desember 2021 dan izin usaha terkait pada 13 Desember 2021, untuk menjalankan bisnis komunikasi data berbasis IoT.

Reklasifikasi Izin Penyelenggaraan Jasa Sistem Pembayaran (PJSP)

Izin PJSP Telkomsel sebagai penerbit uang elektronik dan penyelenggara transfer dana telah diubah menjadi sebagai penyedia jasa pembayaran kategori 1 sejak 1 Juli 2021, menyusul inisiatif strategis Bank Indonesia untuk menyesuaikan PJSP ke dalam kerangka *Blueprint* Sistem Pembayaran Indonesia 2025 yang mendukung ekonomi dan keuangan digital di Indonesia.

Dukungan Implementasi Tata Kelola Pengendalian Penyelenggara Sistem Elektronik (TKPPSE)

TKPPSE merupakan sistem penegakan hukum dan pengendalian yang mencegah penyebaran informasi dan akses ilegal ke berbagai sistem elektronik. TKPPSE akan diterapkan oleh Pemerintah berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 437/2021. Kami terus mendukung rencana ini dengan memberikan masukan terkait teknis implementasinya kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika. Kami juga terlibat dalam tahap *proof of concept* dan mendukung persiapannya di seluruh jaringan kami.

Kepatuhan terhadap Regulasi untuk Mendukung Iklim Usaha di Daerah

Sebagai *digital telco company*, kami senantiasa mengakselerasi transformasi digital untuk mendukung percepatan pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia, dengan menawarkan

berbagai sarana teknologi digital untuk dimanfaatkan oleh pelaku bisnis dan juga pemerintah daerah. Beberapa pelayanan publik berbasis digital yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat termasuk *smart government*, *smart mobility*, dan *smart safety*. Untuk mempercepat transisinya ke arah ini, Telkomsel membayar semua kewajibannya terkait pajak daerah dan retribusi daerah dan pungutan jaringan utilitas atas pemanfaatan hak perlintasan pada aset yang dikelola pemerintah daerah.

Pembangunan Infrastruktur Telekomunikasi untuk Percepatan Transformasi Digital

Telkomsel turut mendukung program percepatan transformasi digital oleh Pemerintah dengan membangun infrastruktur untuk penyediaan akses *broadband* kepada masyarakat, baik di daerah 3T (Terdepan, Terpencil, dan Tertinggal) maupun non-3T. Bekerja sama dengan BAKTI, kami menggelar USO BTS yang seluruhnya terkoneksi ke jaringan *broadband* 4G/LTE untuk melayani pelanggan kami di berbagai daerah termasuk di kawasan perbatasan. Ini merupakan kontribusi kami dalam upaya pemerataan akses *broadband* bagi seluruh lapisan masyarakat, sehingga melancarkan transisi menuju Revolusi Industri 4.0.

Pengendalian Perangkat IMEI

Di tahun 2021, sistem CEIR telah dihibahkan oleh Asosiasi Telekomunikasi Seluruh Indonesia (ATSI) kepada Kementerian Perindustrian, sesuai dengan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 1 Tahun 2020. Oleh karena itu, sistem CEIR saat ini dikelola, dioperasikan, dan dikendalikan oleh Kementerian Perindustrian. Mengacu pada Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 1 Tahun 2020 pasal 2 ayat 6, selama dua tahun pertama, biaya pemeliharaan sistem CEIR ini ditanggung oleh penyelenggara telekomunikasi seluler, termasuk Telkomsel.

PERKARA HUKUM

Pada tahun 2021, Telkomsel terlibat dalam tiga perkara hukum berikut.

Kasus Pajak untuk Periode Pajak 2014 dan 2015

Pada Mei dan Juli 2019, Direktorat Jenderal Pajak (DSP) menerbitkan Surat Ketetapan Pajak Kurang Bayar (SKPKB) 47 atas hasil pemeriksaan pajak periode 2014 dan 2015, yang menyatakan Telkomsel masih memiliki kewajiban perpajakan sebesar Rp535,4 miliar. Telkomsel mengajukan banding ke DJP, dan berdasarkan hal itu DJP mengoreksi kewajiban kurang bayarnya menjadi Rp457,1 miliar. Telkomsel telah menilai dan memastikan tidak ada kewajiban perpajakan yang terutang pada tahun 2014 dan 2015, dan bahwa Telkomsel tidak melakukan pelanggaran perpajakan apapun. Pada Agustus dan September 2019, Telkomsel kembali mengajukan banding ke DJP, namun banding tersebut ditolak DJP. Pada September 2020, Telkomsel mengajukan banding ke Pengadilan Pajak. Perkara tersebut saat ini sedang dalam proses pemeriksaan barang bukti oleh Pengadilan Pajak.

Perkara Perdata Terkait Akses Ilegal Data Pelanggan

Perkara ini berkaitan dengan akses ilegal data pelanggan oleh terpidana berinisial FPH pada Juli 2020. Berdasarkan putusan Pengadilan Negeri Surabaya pada 3 Maret 2021, FPH dinyatakan bersalah atas tindak pidana tersebut dan divonis dengan hukuman penjara dan denda. Putusan pengadilan tersebut sejalan dengan posisi Telkomsel yang tidak menoleransi tindakan FPH. Pelanggan yang terdampak oleh akses ilegal tersebut kemudian mengajukan gugatan perdata di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan dan menuntut ganti rugi hukum dari FPH, serta

menuntut dan meminta Telkomsel dan Dewan Komisaris turut bertanggung jawab atas tindakan FPH. Dalam putusan pengadilan kasus pidana di atas, telah dijelaskan bahwa yang melakukan akses ilegal adalah FPH, tanpa keterlibatan dari Telkomsel. Hingga saat ini, gugatan tersebut masih dalam tahap persidangan di Pengadilan Negeri Jakarta Selatan.

Kasus Antitrust Terkait Akses Pemblokiran Netflix

Kasus tersebut dilatarbelakangi oleh pemblokiran tidak permanen oleh Telkomsel terhadap akses internet untuk layanan *streaming* video Netflix pada 27 Januari 2016 karena masalah konten negatif dan ketentuan perlindungan konsumen. Pemblokiran tersebut telah dilaporkan secara resmi oleh Telkomsel kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika, yang mengapresiasi langkah tersebut. Pada tahun 2019, KPPU melakukan pemeriksaan terhadap pemblokiran tersebut, dan pada Juli 2020 KPPU memutuskan untuk melanjutkan pemeriksaan ke proses pengadilan dengan dugaan adanya perlakuan diskriminatif oleh Telkomsel dalam menyediakan layanan akses internet untuk Netflix. Berdasarkan keputusan KPPU pada 29 April 2021, Telkomsel dinyatakan tidak bersalah terkait perlakuannya terhadap Netflix.

06

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN



Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

PRINSIP DASAR DAN SASARAN

CSR UNTUK PEMBERDAYAAN PEMBANGUNAN BANGSA

Dengan visi menjadi penyedia layanan dan solusi gaya hidup seluler digital yang berkelas dunia dan terpercaya, serta misi untuk mewujudkannya dengan cara-cara yang melampaui ekspektasi pelanggan, menciptakan nilai bagi semua pemangku kepentingan, dan mendukung pembangunan ekonomi bangsa, Telkomsel telah merancang serta menjalankan program dan inisiatif CSR untuk mendukung pencapaian visi dan misi tersebut.

Melalui berbagai program CSR, Telkomsel memperkuat posisinya sebagai perusahaan yang inovatif dalam hal teknologi yang menghadirkan produk dan layanan untuk membantu mengatasi berbagai permasalahan sosio-ekonomi, dan memberikan nilai tambah bagi Indonesia.

SASARAN CSR TELKOMSEL

Telkomsel memiliki beberapa sasaran dalam melakukan program CSR, yaitu:

- Memaksimalkan dampak positifnya kepada masyarakat luas.
- Memperkenalkan inovasi terkininya dalam bidang teknologi, baik produk atau layanan untuk mengatasi berbagai permasalahan sosial dan dalam saat yang bersamaan meningkatkan tingkat adopsi teknologi di tengah-tengah masyarakat.
- Mendukung transformasinya menjadi perusahaan digital.

STRATEGI DAN KEBERLANJUTAN

Fokus CSR Telkomsel sejak 2017 adalah menciptakan nilai bersama untuk meningkatkan kondisi ekonomi dan sosial masyarakat.

Dengan menyelaraskan aset Perusahaan untuk menciptakan dampak yang berkelanjutan, program-program strategis CSR Telkomsel ditujukan kepada masyarakat untuk mendorong kompetensi dan kapabilitas digital, mendorong pertumbuhan berkelanjutan dalam ekosistem digital, dan menetapkan standar yang lebih baik untuk penerapan bisnis digital. Lebih lanjut lagi, program CSR Telkomsel mendukung upaya global untuk mencapai SDG PBB dengan menghubungkan kemajuan yang dicapai dalam konektivitas digital, platform digital, dan layanan digital ke area SDG tertentu.

Untuk mencapai sasaran dan target 2021, khususnya untuk memperkuat perannya sebagai perusahaan telekomunikasi digital kelas dunia, Telkomsel telah menetapkan program-program utama untuk membangun platform CSR yang efisien dan berbasis TIK. Dengan demikian, platform CSR ini akan berdampak jangka panjang dan berkelanjutan. Inisiatif CSR strategis ini dikelompokkan menjadi empat pilar: *Education*, *Digital Citizenship*, *Community Empowerment & Wellbeing*, dan *Philanthropy*. Program-program utama kami di masing-masing pilar ini pada tahun 2021 dijelaskan lebih lanjut dalam empat bagian berikutnya.

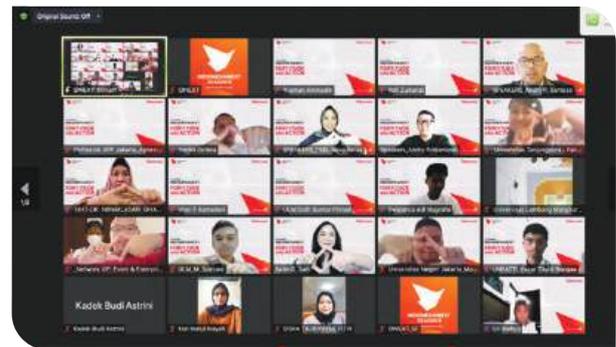
EDUCATION

INDONESIA NEXT

IndonesiaNEXT merupakan salah satu program Masterpiece CSR Telkomsel di bidang pendidikan. Program ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi kaum muda dalam menghadapi globalisasi dan era kebiasaan baru,



IndonesiaNEXT Season 6



dengan cara memberikan pelatihan bersertifikasi internasional. Sejak dimulai pada tahun 2016, Indonesia NEXT telah diikuti lebih dari 62.702 pendaftar dari 2.046 universitas dan 4 sekolah menengah kejuruan, dan menghasilkan lebih dari 4.378 siswa bersertifikasi internasional.

IndonesiaNEXT season 6 dimulai pada 19 Agustus 2021 dengan mengusung tema “We Are the Next”, dan diikuti oleh 10.504 peserta dari 695 perguruan tinggi dari 34 provinsi di Indonesia. Program ini diselenggarakan sepenuhnya secara online dan terbagi dalam beberapa tahapan: *Webinar Series, Course & Quiz (Asynchronous Learning), Training & Exam Preparation, International Certification, Soft Skills Training, Area Bootcamp & Qualification Panel, National Bootcamp & Qualification Panel, dan Reward Program.*

WEBINAR SERIES

IndonesiaNEXT season 6 dimulai dengan *Webinar Series* untuk memberikan wawasan kepada peserta mengenai keterampilan dan kriteria yang dibutuhkan dalam industri digital saat ini. Bertema “*Fortitude and Action*”, *Webinar Series* ini terdiri dari lima sesi yang menghadirkan para pakar dari Telkomsel untuk mempresentasikan berbagai topik, mulai dari kepemimpinan, *user experience*, hingga *data science*.

MOOC (MASSIVE OPEN ONLINE COURSE)

Tahap selanjutnya bagi peserta yang telah mengikuti webinar adalah pelatihan MOOC melalui Indonesianext.id. Pelatihan terdiri dari e-modul dan kuis *online* di setiap bab modul. Tujuan pelatihan ini adalah untuk menganalisis kemampuan para peserta dan menentukan kompetensi yang ingin mereka pelajari. Sistem awalnya memilih 2.000 peserta (segmen mahasiswa) dan 200 peserta (segmen dosen). Mereka yang mendapatkan nilai terbaik akan mengikuti tahap *Technical Skill/Hard Skill Training*.

HARD SKILL TRAINING

Tahap *Hard Skill Training* melibatkan peserta yang lolos tahap MOOC dan terdiri dari pelatihan aplikasi Microsoft Office dan Adobe. Diselenggarakan secara *online* dengan metode *open class*, sekitar 3-4 hari/sesi dengan durasi 120-180 menit/sesi/hari. Metode ini dipilih untuk menyikapi padatnya kalender akademik universitas, pelaksanaan SFH (belajar dari rumah), dan mahasiswa yang tersebar di seluruh Indonesia. Peserta yang lulus pelatihan keterampilan teknis mendapatkan e-sertifikat Lulus Pelatihan. Selain itu, para peserta mendapatkan kesempatan untuk mengikuti ujian sertifikasi internasional dari Microsoft dan Adobe.

DIGITAL CITIZENSHIP

INTERNET BAIK

Dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, orang tua dan pendidik menghadapi tantangan yang semakin berat untuk mempersiapkan anak-anak dalam menggunakan ranah digital secara seimbang dan BAIK (Bertanggung Jawab, Aman, Inspiratif, dan Kreatif).

Internet BAIK merupakan salah satu program CSR Telkomsel dalam *Digital Citizenship* yang bertujuan untuk membina karakter pengguna internet. Program ini terdiri dari *Roadshow Edukasi, Seminar & Webinar, Training of Trainer, Workshop, dan Employee Volunteer Participation*. Sejak dimulai pada tahun 2016, program ini telah diselenggarakan di lebih dari 27 kota di seluruh Indonesia, melibatkan lebih dari 84 sekolah, 6.759 siswa, 5.897 orang tua dan guru, dan 1.613 duta #InternetBAIK.

Pada tahun 2021, program ini menekankan penggunaan internetBAIK di keluarga dan sekolah, serta program pendidikan dalam bentuk webinar, yang diselenggarakan di berbagai kota di seluruh Indonesia. InternetBAIK juga meluncurkan aplikasi sendiri bekerja sama dengan siberkreasi dan Kementerian Komunikasi dan Informatika. Aplikasi InternetBAIK

menawarkan berbagai konten video tentang literasi digital, yang mencakup topik mulai dari mengurus anak dan produktivitas, hingga pembuatan konten dan pendidikan.

THE NEXTDEV

Sejak tahun 2015, Telkomsel secara konsisten mengadakan program The NextDev, yang berfokus pada membuka potensi perusahaan rintisan digital tahap awal yang dapat menciptakan dampak sosial yang positif. Di tahun 2021, NextDev menawarkan program yang lebih komprehensif, terutama untuk mengatasi berbagai masalah dan tantangan sosial yang menjadi fokus SDGs 2030. Melalui The NextDev, Telkomsel berupaya memberdayakan perusahaan rintisan digital tahap awal dengan meningkatkan kapabilitas dan kompetensi mereka dalam menghadirkan perubahan dalam empat tema SDG: *Economic Empowerment, Edtech for Change, Health Revolution, dan Tourism & Ecotourism*.

THE NEXTDEV TALENT SCOUTING

The NextDev Talent Scouting adalah kompetisi *pitching online* tingkat nasional untuk memilih 12 perusahaan rintisan *Minimum Viable Product* (MVP) terbaik di Indonesia. Dimulai pada tahun 2015 di berbagai kota di Indonesia, The NextDev Talent Scouting memasuki tahun ketujuhnya pada 2021, dan telah melibatkan lebih dari 5.000 perusahaan rintisan di Indonesia.



Internet BAIK 2021



The NextDev 2021

THE NEXTDEV ACADEMY

The NextDev Academy adalah tahapan selanjutnya dari The NextDev Scouting. Program ini memberikan kurikulum yang komprehensif dan program *mentoring* untuk perusahaan rintisan yang terpilih dari The NextDev Talent Scouting. Program inkubasi empat bulan bertujuan untuk mengembangkan kapasitas perusahaan rintisan digital dan ekosistem digital secara keseluruhan. Pada tahun 2021, 26 perusahaan rintisan berpartisipasi dalam program ini, dengan dua perusahaan rintisan dinominasikan sebagai “*evangelist*”.

THE NEXTDEV SUMMIT

The NextDev Summit adalah konferensi teknologi yang diadakan sebagai acara puncak sekaligus penutup program The NextDev. Pada tahun 2021, ada lebih dari 40 pembicara, 50 perusahaan rintisan, dan 1.000 peserta di The NextDev Summit. Acara ini terdiri dari beberapa sesi *masterclass*, diskusi panel, dan *keynote speech*.

THE NEXTDEV HUB

The NextDev Hub membangun hubungan aktif antara perusahaan rintisan dan talenta digital dengan pemangku kepentingan dari berbagai sektor. Melalui The NextDev Hub, Telkomsel memberikan kesempatan kepada perusahaan

rintisan untuk terhubung dan mendapatkan akses untuk belajar dan membangun jaringan dari para pemangku kepentingan di ekosistem digital Indonesia. Dua program utama The NextDev Hub adalah The NextDev Hub Database Center dan The NextDev Digitalent Academy.

DIGITAL CREATIVE ENTREPRENEURS (DCE)

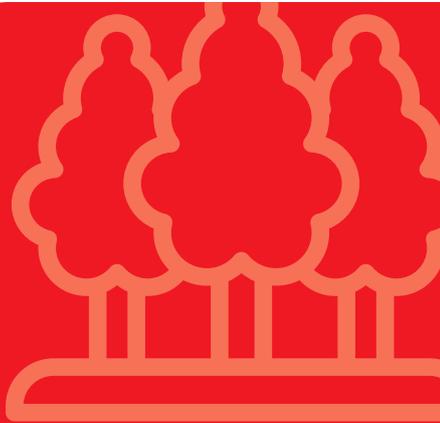
DCE adalah inisiatif untuk memberdayakan sektor UKM dengan membuka kapasitas dan kapabilitas digitalnya melalui serangkaian webinar, *workshop*, dan pendampingan.

Pada tahun 2021, 150 UKM terpilih untuk mengikuti program ini. Mereka menjalani masa orientasi dan pendampingan selama tiga minggu serta mendapatkan akses ke ratusan modul pembelajaran yang dapat diakses di www.dce.co.id.

DCE 2021 juga berkolaborasi dengan unit bisnis Telkomsel lainnya, seperti 99% Usahaku, Kunci, dan MyAds untuk mengoptimalkan manfaat yang diperoleh peserta. Di penghujung acara kami mengadakan Virtual Festival yang diikuti oleh lebih dari 1.000 peserta, termasuk para peserta UKM yang mengunjungi *booth* UMKM di arena Virtual Reality 360°.



Digital Creative Entrepreneurs 2021



Gerakan Baktiku Negeriku memanfaatkan revolusi digital untuk mendorong kelestarian lingkungan secara lebih terukur.

COMMUNITY EMPOWERMENT AND WELL-BEING

BAKTIKU NEGERIKU

Telkomsel memulai sebuah upaya kolektif yang belum dilakukan sebelumnya untuk memulihkan penggunaan dan kondisi sumber daya alam dengan cara mengukur jejak ekologis kita. Hal ini penting untuk memastikan bahwa kita dan generasi masa depan kita dapat memiliki kehidupan yang lebih baik di masa depan. Kunci untuk menghilangkan masalah lingkungan adalah transformasi digital. Oleh karena itu, gerakan Baktiku Negeriku memanfaatkan revolusi digital untuk mendorong kelestarian lingkungan secara lebih terukur, melalui beberapa studi kasus berikut.

Pada 27 November 2021, kami meluncurkan *Focus Group Discussion (FGD) online* tentang digitalisasi data sebagai basis peningkatan kesejahteraan masyarakat di kawasan konservasi. FGD ini berfokus pada peran data digital dalam kelestarian lingkungan. Acara ini disampaikan oleh praktisi pertanian—Kepala Taman Nasional Ujung Kulon, Kepala Badan Restorasi Gambut dan Mangrove, Yayasan Smart Solusi Nusantara, Kepala Pusat Studi Hewan Tropis IPB, dan Direktur Statistik Peternakan, Perikanan, dan Kehutanan dari Badan Pusat Statistik—serta melibatkan sekitar 200 orang dari berbagai latar belakang.



Baktiku Negeriku 2021





STUDI KASUS #1: DIGITALISASI PEMBURU MADU HUTAN DI TAMAN NASIONAL UJUNG KULON

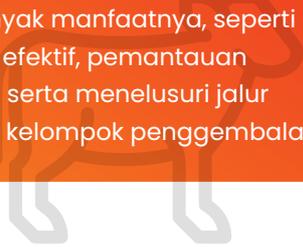
Penduduk di sekitar Taman Nasional Ujung Kulon sebagian besar bekerja sebagai petani di sawah pada musim hujan dan petani madu pada musim kemarau. Pada tahun 2019, terjadi kebakaran di Pulau Panaitan di taman nasional tersebut, yang disebabkan oleh pembakaran alami tanah lapisan atas yang kering akibat musim kemarau yang panjang, kelalaian pengunjung, dan aktivitas pemanenan madu hutan menggunakan asap dan api. Akibat kejadian tersebut, sejak 25 Agustus 2020, Taman Nasional Ujung Kulon ditutup untuk kegiatan pemanenan madu hutan.

Dalam studi kasus ini, tim melakukan pelacakan dan pengecekan (*tagging*) menggunakan sensor RFID yang dipasang di lokasi sarang lebah di pepohonan. Solusi digital menggunakan aplikasi RFID sederhana ini diharapkan dapat menjadi prosedur operasional standar (SOP) untuk pemanen madu Taman Nasional Ujung Kulon. Hal ini disebabkan RFID memungkinkan pelacakan jejak yang akurat, pemantauan akses oleh pihak berwenang, pendaftaran dan koordinasi petani yang lebih mudah, dan efisiensi panen yang lebih tinggi, serta manfaatnya lainnya.

STUDI KASUS #2: DIGITALISASI PEMELIHARAAN KERBAU TRADISIONAL DI HUTAN PAGUYANGAN

Kerbau merupakan hewan ternak asli Indonesia yang populasinya harus dijaga, karena kerbau merupakan hewan yang mampu beradaptasi dengan baik dengan kondisi lingkungan. Mereka memiliki kemampuan yang lebih tinggi daripada sapi dalam hal mencerna makanan berkualitas buruk, sehingga cocok untuk penggembalaan hutan yang ekstensif. Penangkaran kerbau secara tradisional ditemukan di desa Paguyangan di Bantarbolang, Pemalang, Jawa Tengah.

Peternakan berperan sentral dalam mewujudkan SDGs, karena terkait erat dengan ketahanan pangan dan mata pencaharian, kesehatan, serta keberlanjutan ekosistem dan perubahan iklim. Proses pemeliharaan kerbau yang terdigitalisasi sangat banyak manfaatnya, seperti menghindari perkawinan sedarah, penjadwalan kawin yang lebih efektif, pemantauan pertumbuhan yang lebih presisi, vaksinasi, dan kondisi kesehatan, serta menelusuri jalur penggembalaan untuk memungkinkan manajemen rotasi antara kelompok penggembala.



STUDI KASUS #3: DIGITALISASI PEMANTAUAN DI KAWASAN MANGROVE MUARA GEMBONG

Ekosistem gambut dan mangrove merupakan dua ekosistem yang memiliki banyak manfaat karena dapat menyerap karbon dengan sangat baik. Digitalisasi menjadi penting untuk mengevaluasi dan memantau kegiatan di kedua ekosistem tersebut, antara lain untuk melacak kemajuan komitmen perdagangan karbon secara akurat.

Kawasan Muara Gembong di Bekasi, Jawa Barat, merupakan salah satu kawasan yang pernah mengalami abrasi parah. Rehabilitasi tanah dari kerusakan akibat abrasi juga mendukung pemulihan ekosistem perairan di bawahnya. Saat ini tim program Baktiku Negeriku sedang mengumpulkan data dengan masyarakat setempat untuk mendapatkan informasi kualitas mangrove, kualitas air, dan waktu yang tepat untuk menabur benih.

STUDI KASUS #4: PETANI MILENIAL DI TANAH MARGINAL

Suatu lahan dikatakan marginal apabila memiliki potensi dan produktivitas yang rendah dalam hal kesuburan tanah, dengan mempertimbangkan keadaan kimia, fisik, dan biologis tanah tersebut. Digitalisasi di bidang ini membawa perubahan dalam budaya dan karakteristik para petani muda ("milenial"), karena penggarapan jenis tanah ini membutuhkan perlakuan dan disiplin khusus, yang dapat sangat dibantu oleh perangkat digital. Proses seperti pembibitan dan penggunaan pupuk dapat dijadwalkan dengan baik melalui sarana digital. Tujuan jangka pendek dari digitalisasi proses pertanian adalah untuk mendorong perubahan pada petani yang meliputi pengetahuan, keterampilan, kemampuan, sikap, dan motivasi mereka. Perubahan ini, kami yakini, akan turut meningkatkan standar hidup masyarakat petani dalam jangka panjang.

PHILANTHROPY

TERRA DISASTER RELIEF

Telkomsel Emergency Response & Recovery Activity (TERRA) adalah program CSR Masterpiece Telkomsel yang mengerahkan bantuan kemanusiaan ke daerah-daerah yang terdampak bencana alam di Indonesia. Misi TERRA adalah mendirikan posko darurat bencana di lokasi bencana dan membantu mempercepat pemulihan layanan jaringan Telkomsel untuk mendukung kelancaran komunikasi dan distribusi bantuan selama periode paling kritis.

TERRA memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat proses penanggulangan bencana. Pada tahun 2021, TERRA mengembangkan

aplikasi digital berbasis Android untuk membantu penanganan bencana alam skala nasional. Sepanjang tahun, TERRA berkontribusi pada tiga evakuasi banjir (di Jakarta, Jawa Barat, dan Jawa Tengah), serta dalam evakuasi, penyembuhan trauma, dan pemulihan setelah tiga bencana alam lainnya (gempa Mamuju dan Majene, siklon tropis Seroja, dan letusan Gunung Semeru).

TELKOMSEL SIAGA RAFI 2021

Sesuai dengan kampanye pemerintah untuk menekan jumlah kasus Covid-19, dan sebagai bagian dari kampanye #BukaPintuKebaikan Telkomsel Ramadhan, kami mengadakan acara seremonial serah terima donasi secara virtual oleh manajemen kepada perwakilan penerima donasi, melalui konferensi video.



Naru 2021



Iduladha 2021



RAFI 2021



TERRA 2021

CSR Telkomsel Siaga Ramadhan & Idul Fitri (RAFI) adalah program CSR tahunan untuk menyambut bulan suci Ramadhan dan menunjukkan tekad kami untuk membantu masyarakat luas, terutama yang kurang mampu. Telkomsel memberikan santunan kepada 2.600 anak yatim dan dhuafa, 260 yayasan dan masjid, 26 masjid agung, 2.600 tenaga kesehatan, dan 260 paket dana usaha bagi UMKM yang terdampak pandemi.

TELKOMSEL SIAGA IDUL ADHA 2021

Menyambut Hari Raya Idul Adha 1442 Hijriyah, Telkomsel mendonasikan 906 hewan kurban kepada sekitar 56.200 penerima manfaat di 800 lokasi di tanah air. Hewan kurban yang terdiri dari 129 ekor sapi dan 777 ekor kambing tersebut diserahkan secara simbolis oleh Telkomsel kepada perwakilan penerima manfaat dari seluruh Indonesia pada 19 Juni 2021 melalui telekonferensi video.

Untuk menyalurkan donasi tersebut, Telkomsel bekerja sama dengan mitra seperti Majelis Taqwa Telkomsel (MTT), platform seperti Kitabisa.com, digital startup Ternaknesia, dan lembaga sosial terpercaya lainnya, yayasan, *crowdfunding*, dan UKM peternak lokal. Ternaknesia merupakan

salah satu peserta program NextDEV Telkomsel di bidang peternakan yang menjalankan skema bagi hasil antara petani dan investor. Melalui Ternaknesia, karyawan Telkomsel berpartisipasi dalam pengadaan hewan kurban, yang kemudian didistribusikan ke masjid, rumah sakit, pondok pesantren, panti sosial, panti asuhan, yayasan, dan pemukiman masyarakat di sekitar kantor kami dan infrastruktur operasional di berbagai pelosok tanah air.

TELKOMSEL SIAGA NARU 2021

Bersamaan dengan kampanye akhir tahun "Terus Nyalakan Semangat", Telkomsel memberikan santunan kepada 260 anak yatim piatu akibat Covid-19, 260 paket untuk fakir miskin dan orang sakit, 2.600 paket sembako dan kesehatan untuk tenaga kesehatan dan masyarakat kurang mampu, serta pembiayaan usaha bagi 260 UMKM yang terdampak pandemi dan 260 panti asuhan dan gereja di seluruh tanah air. "Terus Nyalakan Semangat" merupakan kampanye untuk mengajak masyarakat untuk maju, membantu sesama, serta menyambut Natal dan Tahun Baru dengan penuh harapan untuk meraih peluang.

07

ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN



 **fita**



 **kuncie**

Analisis dan Pembahasan Manajemen

TINJAUAN MAKROEKONOMI

Perekonomian global telah menunjukkan tanda-tanda pemulihan yang menggembirakan saat memasuki tahun kedua pandemi. Program vaksinasi yang cepat dan merata yang diterapkan di seluruh belahan dunia berdampak positif hingga banyak negara mampu mengalami pemulihan yang kuat. Namun, ketidakpastian kembali melanda dengan munculnya varian Delta dan Omicron, dengan jumlah kasus yang jauh lebih besar daripada tahun 2020. Pembatasan mobilitas secara ketat yang berkepanjangan menyebabkan rantai pasokan global terhambat, dan banyak permintaan yang tak terlayani. Hal ini membuat inflasi meningkat, terutama di negara-negara maju.

Stimulus yang jumlahnya terbesar dalam sejarah dan berkesinambungan dari pemerintah memungkinkan perekonomian global untuk pulih. Data IMF menunjukkan PDB global tumbuh 5,9% di tahun 2021. Pemulihan ekonomi ini ditandai dengan rekor tingkat utang global yang sangat tinggi, yakni mencapai 256% dari total PDB global pada akhir tahun 2021. Output ekonomi global, yang sempat menukik tajam di tahun 2020, segera kembali menguat seperti di masa pra-pandemi. Pada saat yang bersamaan, perdagangan internasional menguat di tengah kenaikan harga komoditas, terutama bahan makanan dan energi.

Pada awal tahun 2022, merebaknya Covid-19 telah menjadi hal yang umum, meskipun tingkat vaksinasi sudah cukup tinggi. Berdasarkan keadaan ini, pemerintah mengurangi dukungan fiskalnya seiring bank sentral menetapkan suku bunga yang lebih tinggi untuk menekan laju inflasi. Kesenjangan antara perekonomian negara maju (termasuk negara berpenghasilan

menengah) dan perekonomian negara-negara berkembang berpenghasilan rendah masih cukup lebar, khususnya dalam kemampuan mewujudkan pemulihan secara menyeluruh. Tantangan lainnya yang akan muncul dalam waktu dekat adalah ketidakstabilan inflasi, ketegangan geopolitik, dan ketidakpastian terkait pasokan. Faktor-faktor ini akan membentuk situasi ekonomi dunia di tahun 2022, di mana pertumbuhan diperkirakan mencapai sekitar 4%.

PERJALANAN EKONOMI INDONESIA

Pemulihan ekonomi Indonesia pada kuartal terakhir tahun 2021 tumbuh sebesar 5,02%, meningkat secara signifikan dari kuartal sebelumnya sebesar 3,51%. Dengan pertumbuhan ini, Indonesia mencatat ekspansi PDB sebesar 3,69% di tahun 2021, setelah sebelumnya mengalami kontraksi sebesar 2,07% di tahun 2020. Pertumbuhan ini didukung oleh keadaan yang secara bertahap kembali normal setelah terhantam gelombang destruktif Covid-19 Delta pada pertengahan 2021.

Pada akhir tahun 2021, pemulihan terlihat di sebagian besar komponen PDB Indonesia. Konsumsi rumah tangga tumbuh sebesar 3,55% di kuartal terakhir, jauh di atas kuartal sebelumnya yaitu 1,02%. Peningkatan mobilitas, meski dengan pembatasan sosial berskala besar, berperan penting dalam pemulihan ini. Investasi melonjak sebesar 9,0% selama tahun 2021. Selain itu, pasar komoditas menguat sehingga nilai ekspor Indonesia naik 41,9% pada tahun 2021. Oleh karena itu, Indonesia berhasil mencatatkan surplus perdagangan tertinggi dalam 15 tahun terakhir dan mencapai surplus neraca berjalan untuk pertama kalinya dalam 10 tahun terakhir.

Memasuki tahun 2022, seiring pelaku bisnis baik besar maupun kecil kembali menapakkan kaki dengan yang lebih kuat, pemerintah dan otoritas

keuangan terus menopang pasar dengan program stimulus lanjutan untuk memperkuat permintaan konsumen. Skala program pemulihan ekonomi nasional Indonesia dan interaksinya dengan perkembangan global, khususnya di pasar komoditas, akan mendorong perekonomian Indonesia tumbuh sebesar 5,4% untuk 2022.

PROSPEK INDUSTRI DAN TINJAUAN BISNIS

Industri telekomunikasi telah membuktikan keberhasilannya untuk terus bertahan dan berkembang selama pandemi berlangsung. Di tengah dampak pandemi pada masyarakat global, telekomunikasi berbasis *broadband* telah terbukti esensial dalam mendukung setiap aspek kehidupan di masa pandemi.

Layanan *broadband* telah menjadi salah satu kebutuhan penting dan terutama bagi masyarakat saat diberlakukan pembatasan sosial berskala besar. Hal ini turut memperluas basis pelanggan penyedia layanan telekomunikasi. Sementara pergeseran dari bisnis *legacy* ke bisnis digital terus berlanjut, masih banyak tantangan yang menghadang. Persaingan di antar penyedia layanan untuk meraup pendapatan menjadi semakin sengit, dan hal ini diperparah dengan melemahnya daya beli masyarakat di masa krisis berkepanjangan ini.

Perubahan lanskap industri telekomunikasi belakangan ini telah mendorong para penyedia layanan untuk berinovasi secara strategis di berbagai aspek agar mereka dapat tetap relevan dalam bisnis ini. Seiring evolusi ini telah mengalihkan fokus bisnis ke pada layanan digital yang utuh dan lengkap, industri telekomunikasi Indonesia di tahun 2021 menyaksikan konsolidasi dua pemain besar di bidang telekomunikasi, sementara Telkomsel meluncurkan layanan *broadband* 5G pertama di tanah air yang revolusioner di dunia telekomunikasi.

Di tahun 2021, Telkomsel melanjutkan perjalanan transformasi dengan menerapkan penyempurnaan strategis pada beberapa aspek: yaitu penetapan harga dan optimasi biaya, khususnya untuk produk dan kepuasan pelanggan.

Telkomsel secara konsisten mendorong industri menuju perilaku yang lebih sehat dengan memanfaatkan keunggulan sebagai penyedia layanan telekomunikasi yang terdepan di pasar. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, Telkomsel menjalankan strategi penyederhanaan produk yang mengintegrasikan seluruh produk prabayarnya yang lama ke satu merek monolitik baru, yang mencakup semua layanan secara komprehensif, dengan nama Telkomsel PraBayar. Sementara itu, merek andalan kami untuk pascabayar, yaitu kartuHalo, telah berubah nama menjadi Telkomsel Halo, dengan struktur harga yang dioptimalkan mengikuti identitas Telkomsel yang mengalami pembaruan sebagai perusahaan telekomunikasi digital yang membuka beragam kemungkinan dan kesempatan baru.

Telkomsel PraBayar dan Telkomsel Halo kini hadir dengan struktur harga yang telah dioptimalkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Serangkaian layanan berorientasi digital ini diberikan sepenuhnya oleh jaringan infrastruktur yang terkemuka dan yang telah menerima berbagai penghargaan, serta didukung oleh titik penjualan yang banyak dan luas.

Telkomsel memanfaatkan keunggulannya di pasar untuk mengevaluasi kembali struktur biayanya. Langkah strategis ini memungkinkan kami untuk mengamankan dan meningkatkan profitabilitas dengan merampingkan biaya operasional dan

fokus pada layanan penawaran digital. Dengan konektivitas *broadband* yang kuat di seluruh nusantara, Telkomsel terus melebarkan distribusi *broadband* ke berbagai segmen pelanggan.

Mengingat prospek pertumbuhan industri telekomunikasi yang kuat pada tahun 2022 dan seterusnya, Telkomsel berencana memanfaatkan momentum besar ini dengan melengkapi portofolio Layanan Digitalnya dengan penawaran gaya hidup digital yang terdiferensiasi dan bernilai tambah.

KINERJA 2021

Telkomsel menutup tahun 2021 dengan pertumbuhan 0,5% secara *year-on year* (YoY) dalam total pendapatan, dan peningkatan sebesar 4,4% dalam laba bersih. Margin profitabilitas pada tahun 2021 tetap solid, yang sebagian besar ditopang oleh inovasi terbaru pada Layanan Data dan Digital. Keduanya menunjukkan potensi pertumbuhan yang menjanjikan di masa depan.

Basis pelanggan kami telah meningkat menjadi 176 juta pelanggan. Mereka kini semakin produktif dan bergantung dalam menggunakan layanan Data.

Kami terus meningkatkan keunggulan sebagai penyedia jaringan terbaik, dari segi kualitas maupun jangkauan, sebagaimana telah dibuktikan dalam distribusi 5G di 9 kota di Indonesia. Sebanyak 80% BTS kami beroperasi pada infrastruktur 3G/4G/5G, dengan lebih dari 137 ribu BTS 4G dan 100 BTS 5G yang beroperasi pada akhir tahun 2021.

PENCAPAIAN OPERASIONAL

Telkomsel berhasil mencatat 176,0 juta pelanggan, naik 3,8% YoY dari tahun 2020. Sebagian besar dari pelanggan tersebut terlibat aktif dalam layanan Data. Hal ini tercermin dari besaran *payload* data, jumlah pengguna layanan Data, dan *payload* per pengguna layanan Data. Pencapaian tersebut sejalan dengan strategi Perusahaan untuk mewujudkan pertumbuhan yang sehat di industri, dengan mempertahankan kepemimpinannya pada industri ini.

Perubahan besar yang terjadi seiring dengan pembaruan identitas Telkomsel di tahun 2021 adalah penyempurnaan platform teknologi

informasi (TI). Kami telah meningkatkan kemampuan analitik data pelanggan, agar kami dapat menawarkan lebih banyak produk yang dapat dipersonalisasi sesuai kebutuhan mereka. Perkembangan lainnya yang tidak kalah penting adalah infrastruktur TI kami, yang memadai untuk mewujudkan inisiatif digitalisasi tingkat lanjut, agar dapat menawarkan pengalaman digital pelanggan yang lebih baik. Terlebih lagi, kami telah merombak aplikasi MyTelkomsel dan situs resmi Telkomsel.com, untuk meningkatkan kualitas dan mendukung program-program Perusahaan. Aplikasi MyTelkomsel pada tahun 2021 mencatat sekitar 30 juta pengguna aktif per bulan.

Telkomsel, sebagai penyedia jaringan 4G LTE yang telah mencakup sebagian besar penduduk Indonesia, berupaya untuk meningkatkan jangkauan jaringan di tahun 2021 dengan fokus pada peningkatan kualitas dan kapasitas. Hal ini ditempuh dalam rangka mendukung program Bisnis Digital kami untuk jangka panjang. Total BTS *on air* hingga akhir tahun 2021 mencapai lebih dari 250.000 unit, dan meningkat sebesar 8,6% YoY, di mana lebih dari 200.000 adalah BTS 3G/4G/5G.

5G DAN LAYANAN TERKAIT

Pencapaian yang luar biasa di tahun 2021 adalah peluncuran jaringan 5G secara resmi pada Mei 2021. Dengan demikian, Telkomsel adalah operator seluler pertama di Indonesia yang menyediakan jaringan 5G. Saat ini komersialisasi 5G telah tersedia di beberapa kota, yakni Jakarta, Surabaya, Makassar, Denpasar, Batam, Medan, Solo, Balikpapan, dan Bandung.

Dengan pemasangan jaringan 5G, kami memulai kolaborasi strategis pada segmen B2C dan B2B untuk memperluas pemanfaatan 5G di tahun-tahun mendatang. Bentuk-bentuknya meliputi:

- Kemitraan dengan Schneider Electric Manufacturing di Batam untuk mempercepat transformasi digital dan pabrik pintar untuk industri 4.0.
- Kolaborasi dengan Peplink, perusahaan konektivitas terpercaya kelas dunia, untuk memperkuat layanan ekosistem Telkomsel IoT Smart Connectivity dan sekaligus menciptakan peluang bagi Telkomsel

dalam menghadirkan SD-WAN yang didukung oleh jaringan 5G pertama untuk segmen korporasi di Indonesia.

- Peluncuran 5G di Universitas Telkom dan Institut Teknologi Bandung (ITB) untuk mendukung penelitian pengembangan inovasi, termasuk layanan kesehatan berbasis IoT, pemulihan jaringan pada upaya pencegahan bencana dan pasca bencana, dan robot otonom.

Telkomsel memanfaatkan momentum Pesta Olahraga Nasional (PON) ke-20 di Papua pada bulan Oktober 2021 untuk meluncurkan teknologi 5G di Telkomsel 5G Experience Centre. Pada kesempatan tersebut, Telkomsel mendemonstrasikan *drone* dan pariwisata secara langsung berbasis teknologi 5G *virtual reality* (VR). Hal ini sejalan dengan inisiatif kami untuk mempromosikan ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan di kawasan timur Indonesia.

Selain itu, 5G Experience Centre kami juga mendukung peluncuran Indonesia Digital Industry Center 4.0 (PIDI 4.0). Pameran ini menunjukkan kemampuan teknologi digital Indonesia kepada delegasi G20 pada Sherpa's Meeting di bulan Desember 2021, untuk mendukung Kepresidenan G20 Indonesia 2022.

KINERJA KEUANGAN

| Indikator Kinerja Utama (Rp miliar) | YOY | | |
|---|--------|--------|-------------|
| | FY21 | FY20 | Pertumbuhan |
| Pendapatan | 87.506 | 87.103 | 0,5% |
| Bisnis <i>Legacy</i> | 19.275 | 24.775 | -22,2% |
| Bisnis Digital | 68.231 | 62.328 | 9,5% |
| Pengeluaran termasuk Depresiasi & Lainnya | 52.524 | 54.000 | -2,7% |
| EBITDA | 50.021 | 51.094 | -2,1% |
| Margin EBITDA (%) | 57,2% | 58,7% | -1,5ppt |
| Laba Bersih | 26.160 | 25.062 | 4,4% |
| Margin Laba Bersih (%) | 29,9% | 28,8% | 1,1ppt |
| Kontribusi dari Bisnis Digital (%) | 78,0% | 71,6% | 6,4ppt |

PENDAPATAN

Pendapatan Telkomsel dari tahun ke tahun semakin didominasi oleh Bisnis Digital, sebagai kelanjutan transisi dari *Legacy* ke Data. Pada tahun 2021 sebanyak 78,0% dari total pendapatan berasal dari Bisnis Digital, sementara sisanya dari Bisnis *Legacy*.

Inisiatif kami untuk mengelola pendapatan dari Bisnis *Legacy* pada tahun 2021 diarahkan dengan pendekatan pemasaran yang dipersonalisasi. Kami melayani kebutuhan pelanggan kami dengan nilai paket yang lebih berkualitas dari segi *Voice* maupun SMS. Pendapatan *Legacy* kami pada tahun 2021 mencapai Rp19.275 miliar, turun 22,2% dari tahun 2020 yang mencatat pendapatan sebesar Rp24.775 miliar.

Di sisi lain, Bisnis Digital kami berkembang secara konsisten seiring dengan ekosistem digital, yang didukung oleh inisiatif kami untuk meningkatkan dan memperkaya beragam penawaran berbasis digital kepada pelanggan. Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, penawaran digital ini meliputi konektivitas *broadband*, aplikasi komputasi awan yang lebih canggih, IoT, dan lainnya. Dengan demikian, pendapatan Bisnis Digital kami pada tahun 2021 mencapai Rp68.231 miliar, meningkat 9,5% dari Rp62.328 miliar di tahun 2020.

Pertumbuhan Bisnis Digital kami didominasi oleh pertumbuhan pendapatan dari Data sebesar 6,9% YoY menjadi Rp58.541 miliar, dengan 120,5 juta pengguna data (+3,9% YoY) dan 132,1 juta pengguna perangkat 3G/4G (+3,7% YoY dan penetrasi 75,1%). Kami mencatat pertumbuhan yang sehat yaitu *payload* Data naik 43,3% YoY mencapai 13.837.050 terabyte (TB). Sementara itu, konsumsi *payload* tercatat sebesar 10.307 megabyte (MB) per pengguna data (+34,0% YoY).

Pendapatan dari sub-bisnis Digital Telkomsel lainnya, yaitu Layanan Digital, meningkat 28,1% YoY menjadi Rp9.690 miliar. Layanan Digital telah menjadi kunci utama transformasi Telkomsel menuju perusahaan telekomunikasi berbasis digital yang komprehensif, yang terus menciptakan inisiatif untuk mengoptimalkan dan mempercepat adaptasinya oleh pelanggan. Produk dan layanan pada segmen ini, seperti yang telah dijelaskan di bab lain pada Laporan Tahunan ini, meliputi Gaya Hidup Digital, Periklanan Digital, Solusi *Digital Enterprise*, dan IoT.

BIAYA OPERASIONAL

Total biaya termasuk depresiasi, amortisasi dan lain-lain (bersih) turun 2,7% YoY pada tahun 2021 menjadi Rp52.524 miliar. Perampingan pengeluaran ini terutama berasal dari inisiatif anorganik yang menunjukkan keberhasilan kami dalam memastikan *cost leadership*. Kami berhasil mempertahankan biaya operasional dan biaya pemeliharaan yang stabil dengan desain dan teknologi jaringan yang lebih efisien, sambil terus memperluas jangkauan jaringan kami yang mencapai 251.116 BTS (+8,6% YoY). Kami juga melakukan langkah-langkah lebih lanjut dalam optimasi aset, termasuk pengalihan kepemilikan menara ke perusahaan afiliasi, Mitratel.

Biaya pemasaran Telkomsel yang lebih rendah pada tahun 2021 terutama disebabkan oleh biaya distribusi yang efektif dan suksesnya transformasi dari media tradisional ke media modern. Biaya layanan digital kami lebih tinggi, karena ekspansi yang kami lakukan dalam meningkatkan konten dan kemitraan, sejalan dengan peningkatan pendapatan

Layanan Digital. Telkomsel tetap berkomitmen untuk memperluas portfolio Layanan Digital untuk melengkapi konektivitas dalam meraih peluang untuk tumbuh melalui beragam inisiatif digital.

EBITDA DAN LABA BERSIH

Inisiatif *cost leadership* untuk mengelola biaya operasional secara efektif menghasilkan profitabilitas yang sehat, dengan margin EBITDA tercatat sebesar 57,2% dan margin laba bersih sebesar 29,9%.

Kami membukukan laba bersih sebesar Rp26.160 miliar dan sebesar Rp25.062 miliar masing-masing pada tahun 2021 dan 2020 (+4,4% YoY). Pendapatan ini juga termasuk keuntungan yang diperoleh atas penjualan dan penyewaan kembali menara dan perubahan nilai wajar atas investasi di GoTo. Jika keuntungan sekali waktu dalam kedua tahun pelaporan dikecualikan, maka laba bersih tahun 2021 dan 2020 masing-masing mencapai Rp21.777 miliar dan Rp23.225 miliar (-6,2% YoY). Tingkat profitabilitas yang sehat berhasil dipertahankan, dengan margin laba bersih 24,9% pada tahun 2021.

LAPORAN POSISI KEUANGAN KONSOLIDASIAN

Jumlah aset Telkomsel per akhir tahun 2021 mencapai Rp101.302 miliar, turun 2,3% dibanding akhir tahun 2020. Aset lancar juga turun sebesar 36,9% YoY, akibat penurunan dalam kas dan setara kas. Sementara itu, aset tidak lancar meningkat 5,8% YoY disebabkan oleh adanya penambahan investasi jangka panjang.

Jumlah liabilitas tercatat sebesar Rp61.859 miliar, 17,7% lebih tinggi dari akhir tahun 2020. Liabilitas jangka pendek meningkat sebesar 9,2%, didorong oleh pinjaman jangka pendek, sedangkan liabilitas jangka panjang meningkat 28,2% disebabkan oleh peningkatan kewajiban sewa.

Jumlah ekuitas pada akhir tahun 2021 mencapai Rp39.443 miliar, turun 22,8% dari tahun 2020, disebabkan oleh penurunan pada laba ditahan.

| Keterangan (Rp miliar) | Des-21 | Des-20 | Pertumbuhan |
|--------------------------------------|----------------|----------------|--------------|
| Aset Lancar | 12.288 | 19.488 | -36,9% |
| Aset Tidak Lancar | 89.014 | 84.164 | 5,8% |
| Jumlah Aset | 101.302 | 103.652 | -2,3% |
| Liabilitas Jangka Pendek | 31.654 | 28.997 | 9,2% |
| Liabilitas Jangka Panjang | 30.205 | 23.568 | 28,2% |
| Ekuitas | 39.443 | 51.088 | -22,8% |
| Jumlah Liabilitas dan Ekuitas | 101.302 | 103.652 | -2,3% |

LAPORAN ARUS KAS KONSOLIDASIAN

| Keterangan (Rp miliar) | FY21 | FY20 | Pertumbuhan |
|---|----------------|------------|-------------|
| Arus Kas dari Kegiatan Operasi | 40.795 | 39.770 | 2,6% |
| Arus Kas untuk Kegiatan Investasi | (12.943) | (10.923) | 18,5% |
| Arus Kas untuk Kegiatan Pendanaan | (34.239) | (28.277) | 21,1% |
| (Penurunan)/Kenaikan Bersih Kas & Setara Kas | (6.388) | 571 | N/A |
| Kas & Setara Kas pada Awal Tahun | 9.154 | 8.583 | 6,6% |
| Kas & Setara Kas pada Akhir Tahun | 2.766 | 9.154 | -69,8% |

Telkomsel mencatat penurunan bersih kas dan setara kas sebesar Rp6.388 miliar pada tahun 2021, sehingga kas dan setara kas pada akhir tahun 2021 tercatat sebesar Rp2.766 miliar, lebih rendah 69,8% dari awal 2021.

Selain itu terjadi peningkatan pendapatan dari arus kas kegiatan operasi. Sementara itu, investasi strategis Telkomsel di PT Aplikasi Karya Anak Bangsa (Gojek) menghasilkan arus kas keluar yang lebih tinggi untuk kegiatan investasi. Arus kas untuk kegiatan pendanaan digunakan terutama untuk pembayaran pinjaman jangka pendek dan menengah serta pembayaran dividen.

Profil Utang

Per 31 Desember 2021, total utang yang belum dilunasi tercatat sebesar Rp3.000 miliar, yang berasal dari pemanfaatan fasilitas kredit terstruktur/berulang (*revolving*). Hal ini tercatat pada rasio utang terhadap ekuitas (DER) sebesar 7,6% (tidak termasuk liabilitas sewa).

Telkomsel memiliki beberapa perjanjian atau kondisi keuangan terkait dengan pinjaman dan utangnya. Penjabaran mengenai perjanjian tersebut per tanggal 31 Desember 2021 adalah sebagai berikut:

| Kondisi yang Harus Dipertahankan | Persyaratan | Pencapaian |
|--|-------------|------------|
| EBITDA terhadap <i>Debt Service</i> | $\geq 1,25$ | 2,31 |
| Total Utang terhadap <i>Tangible Net Worth</i> | $\leq 2,00$ | 0,09 |

Catatan: Definisi utang dalam perjanjian-perjanjian ini tidak termasuk liabilitas sewa.

Kualitas (Peringkat) Kredit

Telkomsel mempertahankan kualitas kredit yang sangat baik, yang menjadikannya salah satu perusahaan dengan peringkat kredit tertinggi di Indonesia. Pada tanggal 22 Oktober 2021, Fitch Ratings Indonesia menetapkan peringkat AAA (*National Long Term*) dengan *Stable Outlook* untuk Telkomsel.

JALUR PERTUMBUHAN MASA DEPAN

Dengan kebutuhan pelanggan yang berkembang pesat dan transformasi digital yang sedang terjadi di tengah masyarakat, Telkomsel senantiasa berkomitmen untuk meningkatkan ketersediaan beragam produk dengan meningkatkan kualitas digital. Oleh karena itu, kami meyakini bahwa Telkomsel akan berhasil memberikan ragam layanan lain selain konektivitas, dalam upayanya mempercepat dan memperluas ekosistem digitalnya. Telkomsel terbuka dalam menjajaki peluang pada inisiatif dan solusi digital baru, yang didukung oleh kualitas jaringannya, sebagai sarana untuk terus bertumbuh dalam jangka panjang.

PENGAYAAN GAYA HIDUP DIGITAL

Inisiatif digital utama kami adalah memperkaya konten video dan konten *game*. Kami memperkuat posisi MAXstream dalam industri *streaming video*. Saat ini kami memiliki lebih dari 8 juta pengguna aktif bulanan dan kami juga memperluas kemitraan dengan penyedia konten utama. Selain itu, kami juga mengembangkan produksi MAXstream asli dari kami sendiri. Di industri *game* seluler, Telkomsel memperluas layanan dengan menyediakan solusi lengkap dalam bermain *game*, memfasilitasi komunitas *gamer*, dan meluncurkan *game* di bawah Dunia Games, yang saat ini mencatat lebih dari 18 juta pengguna aktif bulanan.

Kami juga terus meningkatkan produk prabayar by.U, yang sepenuhnya digital, dengan layanan terintegrasi berbasis aplikasi digital yang dapat dipersonalisasi. Saat ini, by.U memiliki lebih dari 3.7 juta pelanggan dan terus bertambah. Telkomsel Orbit, layanan internet *broadband* nirkabel rumahan, juga akan menjadi fokus jangka panjang kami. Rencana kami selanjutnya adalah terus memperluas cakupan Telkomsel Orbit, dengan memanfaatkan kapasitas jaringan Telkomsel yang unggul.

KEMITRAAN STRATEGIS DENGAN GoTo

Pada bulan November 2020 dan Mei 2021 Telkomsel melakukan dua investasi strategis di Gojek—perusahaan multi-layanan terkemuka dengan teknologi pembayaran digital.

Ke depannya Telkomsel dan Gojek akan terus berlanjut untuk memperkuat kemitraan sinergis untuk mewujudkan manfaat nilai tambah yang menarik bagi pelanggan. Berbagai inisiatif yang diluncurkan melalui sinergi ini akan mendorong dan mempercepat digitalisasi usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM).

Dalam sinergi kolaboratif ini, kami berusaha untuk meningkatkan partisipasi pengguna Telkomsel dalam ekosistem Gojek, sekaligus memfasilitasi mitra UMKM Gojek untuk bergabung sebagai mitra *reseller* Telkomsel. Gerai dan *reseller* kami kini terhubung dengan GoShop, yang dapat dengan mudah diakses oleh pelanggan Gojek dan pelanggan Telkomsel. Sementara itu, fitur penyembunyian nomor telepon telah kami tanamkan dalam layanan Gojek untuk meningkatkan keamanan pelanggan dalam bertransaksi.

Penggabungan usaha Gojek dengan Tokopedia menjadi GoTo pada tahun 2021 semakin menguatkan alasan Telkomsel berinvestasi di Gojek. Telkomsel dan GoTo akan meluncurkan *super app* yang pertama di Indonesia yang

menawarkan rangkaian lengkap solusi digital yang bersinergi dengan kepentingan dan keahlian kedua perusahaan.

PERUSAHAAN RINTISAN MODAL VENTURA

Melalui anak perusahaan kami, Telkomsel Mitra Inovasi (TMI), kami berkomitmen untuk mempercepat pengembangan perusahaan rintisan pada skala domestik dan global. Telkomsel melalui TMI memberikan dukungan pendanaan dan pemberdayaan yang mengutamakan sinergi untuk kemitraan jangka panjang yang lebih kuat.

TMI juga memberdayakan para *digital-preneurs*, terutama mereka yang memiliki perusahaan rintisan yang berpotensi untuk berkembang di Indonesia. Kami melakukan investasi dan berkolaborasi dengan mereka, melibatkan mereka dalam ekosistem digital kami, dan memfasilitasi mereka dengan aset dan kompetensi yang kami miliki. Melalui TMI, Telkomsel telah berinvestasi dan mendukung beberapa perusahaan rintisan terkemuka, yang mencakup Kredivo, PrivyID, Qlue, Halodoc, Tanihub, Tada, SiCepat, dan Inspigo.

TRANSFORMASI DIGITAL JANGKA PANJANG

Peta jalan untuk transformasi jangka panjang Telkomsel menjadi perusahaan telekomunikasi digital terkemuka di Indonesia telah diperkuat dengan didirikannya PT Telkomsel Ekosistem Digital (INDICO).

INDICO merupakan wadah yang dimiliki Telkomsel untuk memperluas portofolio Bisnis Digitalnya dengan membangun ekosistem digital yang inklusif dan berkelanjutan. Inisiatif menyeluruh ini akan memperoleh manfaat dari "Digital Trifecta" Telkomsel, yang terdiri dari Konektivitas Digital, Platform Digital, dan Layanan Digital.

INDICO akan berperan sebagai perusahaan induk yang memberdayakan dan menatalaksanakan berbagai inisiatif layanan digital Telkomsel yang ditawarkan oleh anak-anak perusahaannya.

Semua inisiatif tersebut nantinya akan diintegrasikan ke dalam portofolio bisnis vertikal yang padu di sektor digital. Perkembangan selanjutnya dari inisiatif-inisiatif digital ini akan semakin dioptimalkan oleh sinergi mereka dengan ekosistem aset Telkomsel yang unggul.

Pada gelombang pertama, INDICO akan fokus pada tiga sektor industri digital, yaitu: *edu-tech*, *health-tech*, dan *gaming*. Ketiga bisnis tersebut berpotensi menjadi penggerak ekonomi digital nasional, dan akan menjadi bagian dari portofolio bisnis digital Telkomsel yang baru yang akan terus disempurnakan di masa depan.

EKSTENSIFIKASI 5G UNTUK TERUS BERGERAK MAJU

Yang terakhir, Telkomsel akan mengandalkan kemampuan dari 5G yang transformasional untuk meningkatkan taraf hidup penduduk Indonesia. Sesuai dengan visi masa depan digital Telkomsel, 5G akan menjadi tulang punggung pengayaan konektivitas digital, platform digital, dan layanan digital di Indonesia. 5G juga akan menjadi katalis untuk pengembangan banyak solusi teknologi masa depan, seperti kecerdasan buatan, komputasi awan, dan IoT.

Telkomsel telah melakukan berbagai investasi yang terintegrasi ke dalam peta jalannya. Kemajuan dari skala dan kecepatan ekspansi di masa depan dari berbagai investasi ini akan bertahap, didasarkan pada pertimbangan dan kematangan ekosistemnya. Kami meyakini, perjalanan ini yang harus kami tempuh untuk mewujudkan transformasi dan digitalisasi Telkomsel. Kami ingin memelopori industri ini dengan berbagai layanan telekomunikasi digital yang dapat dipersonalisasi. Keberadaan mereka akan memperkaya kehidupan para pelanggan kami di seantero negeri.



Tanggung Jawab atas Laporan Tahunan 2021

Laporan Tahunan ini beserta laporan keuangan konsolidasian dan seluruh informasi keuangan terkait lainnya untuk tahun yang berakhir pada 31 Desember 2021 telah ditandatangani oleh semua anggota Dewan Komisaris dan Direksi PT Telekomunikasi Selular.

Jakarta, Mei 2022

DEWAN KOMISARIS

Wishnutama Kusubandio
Komisaris Utama

Heri Supriadi
Komisaris

Yose Rizal
Komisaris

Nanang Pamuji M.
Komisaris

Yuen Kuan Moon
Komisaris

Anna Yip
Komisaris

DIREKSI



Hendri Mulya Syam
Direktur Utama



Mohamad Ramzy
Direktur Keuangan &
Manajemen Risiko



Adiwinahyu Basuki Sigit
Direktur Sales



Nugroho
Direktur Network



R Muharam Perbawamukti
Direktur Human Capital
Management



Wong Soon Nam
Direktur Perencanaan &
Transformasi



Bharat Alva
Direktur TI



Derrick Heng
Direktur Marketing



Daftar Singkatan

| | | | |
|----------------|---|--------------|--|
| 3G | 3 rd Generation of wireless mobile telecommunications technology | ICT | Information and Communication Technology |
| 4G | 4 th Generation of broadband cellular network technology | IFRS | International Financial Reporting Standards |
| APEC | Asia Pacific Economic Cooperation | IoT | Internet of Things |
| API | Application Programming Interface | IT | Information Technology |
| ARPU | Average Revenue Per User | LTE | Long Term Evolution |
| ATM | Automated Teller Machine | M2M | Machine to Machine |
| BTS | Base Transceiver Station | MHz | Megahertz |
| CPaaS | Communication Platform as a Service | MMS | Multimedia Messaging Service |
| Capex | Capital Expenditure | MSME | Micro, Small and Medium Enterprises |
| CBTA | Conditional Business Transfer Agreement | MoU | Minute of Usage |
| CFMP | Capital Expenditure, Financing, and Management Process | NCDP | No Code Development Platform |
| COMBAT | Compact Mobile Base Station | OTT | Over The Top |
| CSR | Corporate Social Responsibility | PAYU | Pay As You Use |
| CRM | Customer Relationship Management | PSAK | Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan |
| CVM | Customer Value Management | SIM | Subscriber Identity Module |
| DGL | Dunia Games League | SME | Small Medium Enterprise |
| EBITDA | Earning Before Interest, Tax, Depreciation, and Amortization | SMS | Short Messaging Service |
| Fintech | Financial Technology | SOA | Sarbanes–Oxley Act |
| GB | Gigabyte | TADEX | Tanah Air Digital Exchange |
| GCG | Good Corporate Governance | TERRA | Telkomsel Emergency Response and Recovery Activity |
| GHz | Gigahertz | TMI | Telkomsel Mitra Inovasi |
| GPRS | General Packet Radio Service | Tinc | Telkomsel Innovation Center |
| GSM | Global System for Mobile communication | USO | Universal Service Obligation |
| HCM | Human Capital Management | USSD | Unstructured Supplementary Service Data |
| HSDPA | High Speed Downlink Packet Access | VoLTE | Voice over Long-Term Evolution |
| | | WAP | Wireless Application Protocol |

Daftar GraPARI

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|-----------|---------------------------|--|
| Sumbagsel | GraPARI Alang-Alang lebar | JL. PALEMBANG BETUNG KM.15 NO.10 KE. SUKJADI KEC. TALANG KELAPA |
| Sumbagsel | GraPARI Bandar Jaya | JL. PROKLAMATOR RAYA NO. 71C KEL. BANDAR JAYA BARAT |
| Sumbagsel | GraPARI Bandar Sribawono | JL.JEND.SUDIRMAN NO.16A KEL.SRIMENANTI KEC.BANDAR SRIBAWONO LAMPUNG TIMUR 34399 |
| Sumbagsel | GraPARI Bangka | JL JEND SUDIRMAN KOMP RUKO PERMATA BLOK C NO. 2 |
| Sumbagsel | GraPARI Baturaja | Gedung TAP: Jl. A. Yani no.71 B depan SPBU Air Karang Kec. Batu Raja Timur |
| Sumbagsel | GraPARI Belitang | JL. JENDRAL SUDIRMAN RUKO BELITANG MAS GUMAWANG BK. 10 |
| Sumbagsel | GraPARI Betung | Gedung PT. POS : Jl Palembang -Betung No 76 RT 003/001 LK.I Kel. Betung Kec Betung Banyuasin 30578 |
| Sumbagsel | GraPARI Curup | Ruko 1 : Jl. MH. Thamrin, Kel. Air Rambai Kec. Curup Kota kab. Rejang Lebong |
| Sumbagsel | GraPARI Indralaya | JL. LINTAS TIMUR PALEMBANG - KAYUAGUNG KM 35, RUKO GRAND CENTRAL JOULIS, INDRALAYA |
| Sumbagsel | GraPARI Kalianda | JL KESUMA BANGSA NO 88B KALIANDA LAMPUNG SELATAN |
| Sumbagsel | GraPARI Kayu Agung | JL. M. JEND YUSUF SINGADEKANE NO.13 KEL. JUA JUA KEC. KAYU AGUNG |
| Sumbagsel | GraPARI Kotabumi | JL.ALAMSYAH RPN NO.43F KEL. KELAPA TUJUH KEC. KOTABUMI SELATAN KAB. LAMPUNG UTARA |
| Sumbagsel | GraPARI Lahat | JL. KOLONEL BARLIAN NO.182 TALANG KAPUK, PASAR LAMA |
| Sumbagsel | GraPARI Manna | JL. LETNAN TUKIRAN NO.46 RT.02, KEL. PASAR BARU, KEC. KOTA MANNA, KAB. BENGKULU SELATAN 38513 |
| Sumbagsel | GraPARI MDP Palembang | JL. JENDRAL SUDIRMAN KM.4, GEDUNG MDP IT STORE LT. 1 (SIMPANG POLDA) PALEMBANG 30128 |
| Sumbagsel | GraPARI Merangin | JLN JEND SUDIRMAN KM 3KEL SEI ULAK KEC NALO TANTAN KAB MERANGIN PROV JAMBI 37300 |
| Sumbagsel | GraPARI Metro Lampung | JL.JEND.SUDIRMAN NO.282 KEC.METRO PUSAT KOTA METRO |
| Sumbagsel | GraPARI Muara Enim | JL. JENDRAL SUDIRMAN TALANG JAWA ATAS KEL PAAR III |
| Sumbagsel | GraPARI Natar | JL RAYA NATAR NO 78E KELURAHAN MERAK BATIN KECAMATAN NATAR LAMPUNG SELATAN |
| Sumbagsel | GraPARI Palembang Square | JL. POM IX KOMPLEK RUKO MALL PALEMBANG SQUARE BLOK R NO.125 PALEMBANG |
| Sumbagsel | GraPARI Prabumulih | JL.JENDRAL SUDIRMAN NO.02 |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|------------|-------------------------------------|--|
| Sumbagsel | GraPARI Pringsewu | Jl. Sudirman No. 1145 Pringsewu Barat Kec. Pringsewu 35373 |
| Sumbagsel | GraPARI Woltermongonsidi | Jl. Wolter Monginsidi No. 100B |
| Sumbagsel | GraPARI Rimbo Bujang | JL. PAHLAWAN (DEPAN POLSEK) KEL. WIROTHO AGUNG |
| Sumbagsel | GraPARI Sarolangun | JL. LINTAS SUMATERA KM 1 RT.08 NO.02 KEL. AUR GADING KEC. SAROLANGUN JAMBI 37481 |
| Sumbagsel | GraPARI Sebrang Ulu | JL. A. YANI NO. G26RT. 031 RW. 01 TANGGA TAKAT KEL. 13 ULU KEC. SEBRANG ULU II PALEMBANG |
| Sumbagsel | GraPARI Sekayu | JLN. KOL. WAHID UDIN RUKO SEJAHTERA NO 559D KEC. SEKAYU KEL. SERASAN JAYA MUSI BANYUASIN - SUMSEL 30711 |
| Sumbagsel | GraPARI Sungai Penuh | JLN. JEND. SUDIRMAN NO.88A, AMAR SAKTI, KEL. PONDOK TINGGI |
| Sumbagsel | GraPARI Tulang Bawang | JL. LINTAS TIMUR UNIT 2 KP. DWT JAYA KEC. BANJAR AGUNG KAB. TULANG BAWANG, LAMPUNG 34595 |
| Sumbagsel | GraPARI Tungkai Ilir | JL.KH DEWANTARA NO 30B KEL.TUNGKAL EMPAT KOTA |
| Sumbagsel | GraPARI Belitung | JL. JEND. SUDIRMAN NO 28 RUKO D-E PANGKALALANG, TANJUNGPANDAN |
| Sumbagsel | GraPARI Bengkulu | JL. LETJEND SUPRAPTO, ANGGUT DALAM, KEC. RATU SAMBAN, KOTA BENGKULU, BENGKULU 38222 |
| Sumbagsel | GraPARI Jambi | JL.HM YUSUF SINGADEKANE NO.09 TELANAIPURA, JAMBI 36122 |
| Sumbagsel | GraPARI Lampung | KOMP. VILLA CITRA BLOK RE I-III, JL. PANGERAN ANTASARI, JAGABAYA III, WAY HALIM BANDAR LAMPUNG, BANDAR LAMPUNG CITY, LAMPUNG 35132 |
| Sumbagsel | GraPARI Lubuk Linggau | JL. YOS SUDARSO NO 13A KEL TABA JEMEKEH |
| Sumbagsel | GraPARI Muara Bungo | JL. JENDRAL SUDIRMAN NO 76, MUARA BUNGO 37214 |
| Sumbagsel | GraPARI Palembang | MALL PALEMBANG ICON. LANTAI.3 . JALAN POM IX LOROK PAKJO, KOTA PALEMBANG. SUMATERA SELATAN 30127 |
| Sumbagsel | GraPARI Telkom Group Palembang | JL JEND. SUDIRMAN NO 459, 20 ILIR (SAMPING KODAM II SRIWIJAYA) KOTA PALEMBANG KODE POS 30129, SUMATERA SELATAN |
| Sumbagsel | GraPARI Telkom Group Pangkal Pinang | JL. RUSTAM EFFENDI NO. 3 . DEPAN ALUN-ALUN KOTA PANGKAL PINANG, BATIN TIKAL , PANGKAL PINANG-33121 |
| Sumbagteng | GraPARI Bagan Batu | Jl. Jendral Sudirman No.745, Bagan Batu, Kec.Bagan Sinembah, Kab. Rokan Hilir 28992 |
| Sumbagteng | GraPARI Bagan Siapiapi | Jl.Merdeka No.23 Kel.Bagan kota kec.Bangko. |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|------------|--------------------------------|---|
| Sumbagteng | GraPARI Bangkinang | Jl. Di. Panjaitan Depan Bengkel Adebe Junior Kel. Langgini Kec. Bangkinang kota, 28412 |
| Sumbagteng | GraPARI Batu Sangkar | Jln ahmad yani pincuran 7 kecamatan lima kaum batusangkar, 27211 kab tanah datar sumatera barat |
| Sumbagteng | GraPARI Bengkalis | Jl. A Yani Depan Kantor Bupati, Bengkalis 28712 |
| Sumbagteng | GraPARI Bintan | Jl.Permaisuri Ruko Taman Rhaodah No.11 Tanjung Uban |
| Sumbagteng | GraPARI Bukit Tinggi | JL ahmad Karim No 8c, Kel. Benteng Pasar Atas, Kec. Guguk Panjang, Bukittinggi 26100 |
| Sumbagteng | GraPARI Dabo Singkep | Jl.kartini no.17A, Kec.singkep kab.lingga, Dabo singkep 29871 |
| Sumbagteng | GraPARI Duri | Jl. Hangtuh No. 10 RT 02 RW 10 kel. Duri Barat Kec. Mandau Duri Riau 28884. Tlp 0765-594168 |
| Sumbagteng | GraPARI Lubuk Alung | JL.Raya Padang Bukittinggi Pasar mudik Lubuk Alung Padang Pariaman Sumatera Barat 25581. |
| Sumbagteng | GraPARI Mall Nagoya Hill Batam | Ruko Nagoya Hill Mall Blok O No. 12B-15, Kec. Lubuk Baja, Nagoya Batam, Kep. Riau 29432 |
| Sumbagteng | GraPARI Mall Panbill Batam | Lt. Dasar KD 2.Panbil Mall muka kuning, batam 29433 |
| Sumbagteng | GraPARI Natuna | Jl. datok kaya wan mohd. benteng no.116, kec. bunguran timur, kota ranai, kab natuna |
| Sumbagteng | GraPARI Pangkalan Kerinci | Jl. Lintas Timur pasar baru pangkalan kerinci kab. Pelalawan Prov Riau 28300 |
| Sumbagteng | GraPARI Pasaman | Jl. Jend. Soedirman Simpang Empat selatan Kec. Pasaman Kab. Pasaman Barat Sumatera Barat-26566 |
| Sumbagteng | GraPARI Payakumbuh | Jl soekarno Hatta no 37-39 kelurahan padang tengah kecamatan payakumbuh barat Sumatera Barat |
| Sumbagteng | GraPARI Pekanbaru Panam | Jln HR Soebrantas No.13 (Depan Burger King) Kel. Sidomulyo Barat Kec. Tampan |
| Sumbagteng | GraPARI Perawang Siak | Jl. Raya Perawang No. 79 KM. 6 kel. Perawang kec. Tualang kab. Siak-Riau 28772 |
| Sumbagteng | GraPARI Rengat | Jl. Narasinga No. 04 Kambesko (Depan Kantor Pos), Rengat , Inhu-Riau-29300 Tlp. 0769-323380 |
| Sumbagteng | GraPARI Selat Panjang | Jln. Kartini No. 7 A, Selatpanjang - 28753 - Riau |
| Sumbagteng | GraPARI Simpang Aru | Jln. Dr .Sutomo No 110, Kubu Marapalam,Kec Padang Timur |
| Sumbagteng | GraPARI Solok | Jl. M. Yamin No. 60, RT02RW01, Kelurahan Pasar Pandan Air Mati, Kecamatan Tanjung Harapan. Kode Pos 27361 |
| Sumbagteng | GraPARI Sungai Rumbai | Jl. Lintas Sumatera Simpang 3 Kantor GraPARI Sungai Rumbai , Kec. Sungai Rumbai, Kab. Dharmasraya. -Pos : 27684 |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|------------|-------------------------------|---|
| Sumbagteng | GraPARI Tanjung Balai Karimun | Jl. Ahmad Yani RT.04/03 No. 8 Sei Lakam Kolong Samping Oriental, Tanjung Balai Karimun 29661 |
| Sumbagteng | GraPARI Tanjung Batu Karimun | Jl. Jend. Sudirman No. 216 RT 02/03 , Tanjung Batu Kota, Tanjung Batu Kundur 29662, Kepri-Indonesia |
| Sumbagteng | GraPARI Teluk Kuantan | Jl. Ahmad Yani no. 33 koto taluk,kec. Kuantan tengah,kab.kuantan singingi. |
| Sumbagteng | GraPARI Tembilahan | Jln Baharuddin Yusuf RT. 001 RW. 014 Tembilahan Kota - Sebrang Masjid Darul Hikmah |
| Sumbagteng | GraPARI Batam Center | Jl. Engku Putri Batam Centre Batam 29432 |
| Sumbagteng | GraPARI Dumai | Jl. Jendral Sudirman No.153 Dumai - Riau 28812 |
| Sumbagteng | GraPARI Grand Batam Mall | Grand Batam Mall lantai L2-08 ,Jalan pembangunan kelurahan batu selicin kecamatan Lubuk Baja kota batam |
| Sumbagteng | GraPARI Mall SKA Pekanbaru | Mall SKA Jl Soekarno Hatta Lt II Unit 23 - 26 Pekanbaru Riau |
| Sumbagteng | GraPARI Padang | Gedung Telkomsel, Jl. Khatib Sulaiman No. 51 Padang 25135 |
| Sumbagteng | GraPARI Pekanbaru | Gedung Graha Merah Putih, Jl. Jend. Sudirman No. 199 Pekanbaru |
| Sumbagteng | GraPARI Tanjung Pinang | Jl. Basuki Rachmat No. 9 Tanjung Pinang 29124 |
| Sumbagut | GraPARI Aceh Besar | Ruko 1 : Jl. Soekarno Hatta (Depan BNI 46), Desa Lambaro Kec. Ingin Jaya Kab. Aceh Besar Prov. Aceh |
| Sumbagut | GraPARI Balige | Jl. SM. Raja No. 70C, Balige |
| Sumbagut | GraPARI Bireun | Jln. Sultan Iskandar Muda no 17 Desa Bireuen Meunasah Blang,Kec Kota Juang Kab Bireuen 24211 |
| Sumbagut | GraPARI Gunung Sitoli | Jl. Muhamad Hatta No.2 Kel Pasar Gunungsitoli, Kec. Gunung Sitoli, Kab Nias-22813 |
| Sumbagut | GraPARI Kabanjahe | Jl. Veteran No. 25 BC Kabanjahe |
| Sumbagut | GraPARI Kota Pinang | Jl. Bukit Kotapinang Kel. Kotapinang Kec. Kotapinang Kab. Labuhanbatu Selatan |
| Sumbagut | GraPARI Langsa | Jl. Ahmad Yani No.4 Langsa |
| Sumbagut | GraPARI Lubuk Pakam | Jl. Dr. Sutomo No. 7 Lubuk Pakam, Deli Serdang |
| Sumbagut | GraPARI Medan Fair Plaza | Jl. Gatot Subroto Plaza Medan Fair Lt 1 No 52-53 Medan |
| Sumbagut | GraPARI Medan KaryaJasa | Jl.Tritura , Ruko Titi Kuning Mas B-3, Medan |
| Sumbagut | GraPARI Medan Marelan | Jl. Platina Raya, Medan Marelan (depan kantor JNT dan SICEPAT) Titi Papan, Kec. Medan Marelan, Kota Medan 20245 |
| Sumbagut | GraPARI Panyabungan | Jl.Willem Iskandar No. 117 , Panyabungan Kota, Kab. Mandailing Natal, Sumatera Utara 22913 |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|---------------------------------------|--|
| Sumbagut | GraPARI Plaza Millenium Medan | Jl. Kapten Muslim NO 111 Plaza Millenium Lt Dasar No 4-5 Medan |
| Sumbagut | GraPARI Rantau Prapat | Jl. Ahmad Yani No.31 Rantau Prapat |
| Sumbagut | GraPARI Sabang | Jl . Tengku Chik Ditiro, Kel. Kuta Ateueh, Kec. Sukakarya, Kota Sabang, 23511 |
| Sumbagut | GraPARI Sigli | Jl Prof A Majid Ibrahim No .13 Gampong Asan Kec Kota Sigli kab Pidie 24112 |
| Sumbagut | GraPARI Stabat | Jl. Jend. Sudirman No. 14 A, Kelurahan Perdamaian, Stabat |
| Sumbagut | GraPARI Takengon | Jl. Lebee Kadir No.243, Takengon, Blang Kolak, Bebesan, Aceh Tengah |
| Sumbagut | GraPARI Tanjung Balai Asahan | Jl. Jend. Sudirman KM. 4 Kel. Sijambi, Kec. Datuk Bandar, Kota Tanjung Balai, 21361 |
| Sumbagut | GraPARI Tanjung Morawa | Jl. Medan Km.17,5, Komp. Suzuya Plaza Blok A6, Tanjung Morawa, Deli Serdang. |
| Sumbagut | GraPARI Tarutung | Jl. Mayjend DI Panjaitan No. 143, Kec. Tarutung Kab. Tapanuli utara-22412 |
| Sumbagut | GraPARI Tebing Tinggi | Jl. Jend. Sudirman No. 405F Tebing Tinggi |
| Sumbagut | GraPARI Wahidin Medan | Jl. Dr. Wahidin No. 46 / 4-AA Medan 20211 |
| Sumbagut | GraPARI Banda Aceh | Jl. Tgk. H. M. Daud Beureueh No. 23 Banda Aceh |
| Sumbagut | GraPARI Binjai Supermall | Jl. Soekarno Hatta No. 14 Binjai, Binjai Super Mall Upper Ground Ground, 01-03. Binjai |
| Sumbagut | GraPARI Centre Poin Mall Medan | Jl. Jawa No.8, Gg. Buntu, Kec. Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20236 |
| Sumbagut | GraPARI GMP Medan | Graha Merah Putih Lt. Dasar Jl. Putri Hijau No.1 Medan, 20111 |
| Sumbagut | GraPARI Kisaran | Jl. HOS. Cokroaminoto No 30,32 Kel.Kisaran Kota Lk. IV Kec. Kisaran Barat |
| Sumbagut | GraPARI Lhokseumawe | Jl. Tgk. Chik Ditiro Desa Lancang Garam Kec. Banda Sakti No. 1 |
| Sumbagut | GraPARI Mall RCW Medan | Jl. Ring Road No.7, Sunggal, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20128 |
| Sumbagut | GraPARI Meulaboh | Jl. Nasional Ujung Baroh, Kec.Johan Pahlawan, Meulaboh, Aceh Barat |
| Sumbagut | GraPARI Padang Sidempuan | Jl. SM Raja No. 212 ABC, Kel. Sitamiang Baru, Kec. Padang Sidempuan Selatan |
| Sumbagut | GraPARI Sibolga | Jl. Zainul Arifin No.33, Sibolga |
| Sumbagut | GraPARI Telkom Group Medan | Graha Merah Putih Lt. 1 Jl. Putri Hijau No.1 Medan, 20111 |
| Sumbagut | GraPARI Telkom Group Pematang Siantar | Jl. W. R. Supratman No.11, Proklamasi, Siantar Bar., Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21146 |
| Central | GraPARI Bassura City Mall Jakarta | Lantai 1, Jl Basuki Rahmat No.1A Rt.008 Rw.010 Jatinegara, Cipinang Besar Jakarta Timur, DKI Jakarta |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|---|--|
| Central | GraPARI Cengkareng | Ruko Mutiara Palem Blok A 2 No.11 Cengkareng |
| Central | GraPARI Emporium Pluit Jakarta | Mall Emporium Lt.1 Jl. Pluit Selatan Raya, kec . Penjaringan Jakarta Utara 14440 |
| Central | GraPARI ITC Fatmawati Jakarta | Gd. Duta ITC Fatmawati Lt. Dasar No. 118, Jl. RS. Fatmawati No. 39, Jakarta Selatan 12150 |
| Central | GraPARI Mall Ambassador Jakarta | Mall Ambassador Lt. 3 No.1 , Jl. Prof.Dr. Satrio, Jakarta Selatan |
| Central | GraPARI Mall Cijantung Jakarta | Mall Cijantung Lantai 1 No.1-4, Cijantung, Jakarta Timur |
| Central | GraPARI Mall Kelapa Gading Jakarta | Mall Kelapa Gading 3, Lt. 2 Jl. Boulevard Kelapa Gading blok M RT 13/ RW 18, Kelapa Gading Timur, JKT 14240 |
| Central | GraPARI PGC Jakarta | PGC Lt. 3A Jl. Mayjen Sutoyo No. 76 Cililitan Kramat Jati Jaktim |
| Central | GraPARI Pondok Indah Mall Jakarta | Street Gallery Lantai 2 No.205, Pondok Indah Mall 3, Jalan Metro Pondok Indah Blok IIIB, Kebayoran Lama, Jakarta Selatan 12310 |
| Central | GraPARI Roxy Mas Jakarta | Komp. Ruko ITC Roxy Mas Blok D1 No.1-7,Jl. KH. Hasyim Ashari, Jakarta Pusat |
| Central | GraPARI Central Park Jakarta | Mall Central Park Lt. 3 Lot 116-118, Jl. Letjen S. Parman, Jakarta Barat, Jakarta 11480 |
| Central | GraPARI Mall Kota Kasablanka Jakarta | Jl. Casablanca Raya Kav.88, Lt. 2, Jakarta Selatan |
| Central | GraPARI Wisma Alia Jakarta | Gedung Wisma Alia, Jl. M. Ridwan Rais 10-18, Jakarta Pusat |
| Central | GraPARI Telkom Group The Telkom Hub Jakarta | Jl. Jendral Gatot Subroto Kav. 52 Jakarta Selatan 12710 |
| East | GraPARI Bogor | Plasa Telkom, Jl. Raya Pajajaran No. 37 Bogor 16143 |
| East | GraPARI Cibinong | Komplek Ruko Permata Cibinong 3A Jl. Mayor Oking No. 60 Kel. Cirimekar Kec. Cibinong Bogor 16917 |
| East | GraPARI Cicurug | Ruko Cicurug City Jl. Siliwangi No.48 Blok B15 Cicurug Sukabumi 43359 |
| East | GraPARI Cikampek | Jl. Ir H. Juanda No. 404 Jomin Barat, Kotabaru, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 14373 |
| East | GraPARI Cikarang | Komplek Ruko 21, Jalan Raya Cibarusah No.21H Kel Sukaesmi, Kec Cikarang Selatan, Kab Bekasi (17530) |
| East | GraPARI ITC Depok | Mall ITC Depok, Jl. Margonda Raya No 56 Lt Dasar Blok 5A (letak persisnya di sebelah kanan Lobi Utama ITC Depok) Depok 16423 |
| East | GraPARI Jampang Kulon | Jl. Raya cinageun No.89 Kp. cinageun Rt 01 Rw 01 Desa. Ciparay Kec. Jampangkulon Kab. Sukabumi (samping mexico fashion store) |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|-----------------------------------|--|
| East | GraPARI Dramaga | Jl.Raya Cibanteng Rt.02/Rw.05 Desa Cihideung Ilir,Kecamatan Ciampea,Kabupaten Bogor (sebelah DR.Chicken Cibanteng) |
| East | GraPARI Mall Cinere | Mall Cinere Lantai 2 No. 9, Jl. Cinere Raya No. 1 . Cinere Depok |
| East | GraPARI The Park Sawangan | Lantai 2-0140, The Park Sawangan, Jl. Raya Parung - Ciputat No.1, RW.004, Serua, Kec. Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat 16555 |
| East | GraPARI Pelabuhan Ratu | GraPARI Plasa Telkom Jl. Siliwangi No. 11 Pelabuhan Ratu Kode Pos : 43364 |
| East | GraPARI Purwakarta | Jl terusan Ibrahim Singadilaga, Ruko Pembaharuan No 12, Kec. Nagrikaler, Kab Purwakarta (41115) |
| East | GraPARI Tambun | Ruko Metlan Tambun Blok A3 No. 12. Kel Tambun, Kec. Tambun Selatan. Bekasi. Jawa Barat 17510 |
| East | GraPARI Bekasi Cyber Park | Gedung Bekasi Cyber Park, Jl KH Noer Ali No. 177, Bekasi Selatan 17144 |
| East | GraPARI Mall Grand Cibubur | JL. Raya Alternatif Cibubur - Cileungsi Km. 4 , Mall Grand Cibubur Lt.2 |
| East | GraPARI Mall Technomart Karawang | Mall Technomart blok A53 dan A51 jalan Arteri Galuh Mas, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Kabupaten Karawang, Jawa Barat 41361 |
| East | GraPARI Sukabumi | Jl. RE Martadinata No. 71 Cikole Sukabumi |
| Jabar | GraPARI Bandung Elektronik Center | Bandung Electronic Centre LG. Utama, Jl. Purnawarman No.13-15 Bandung |
| Jabar | GraPARI Banjar | Jl. Perintis Kemerdekaan No. 17 Kota Banjar Barat 46311 |
| Jabar | GraPARI Bantarkalong | Bantarkalong Jl. Raya Karangnunggal Kp.Sindangreret, Desa Cikupa, Kab.Tasikmalaya |
| Jabar | GraPARI Ciamis | Jl. KH Ahmad Dahlan No. 13B Ciamis 46211 |
| Jabar | GraPARI Ciledug Cirebon | Jl. Merdeka utara no.192 desa ciledug tengah kecamatan ciledug |
| Jabar | GraPARI Cimahi | Plasa Sangkuriang Jl.Sangkuriang No.19 Cimahi |
| Jabar | GraPARI Cirebon Super Blok | Cirebon Super Blok, lantai LG 0015 sebelah selatan lobby utama mall CSB. Jl. Doktor Cipto Mangunkusumo , Jawa Barat |
| Jabar | GraPARI Garut | Gedung Telkom Jalan Pramuka no. 32 Kabupaten Garut |
| Jabar | GraPARI Indramayu | Jl. DI Panjaitan No.54 |
| Jabar | GraPARI Jatibarang | Jl. Mayor Dasuki No. 58/82 Jatibarang, Indramayu 45273 |
| Jabar | GraPARI Kedawung | Jl. Tuparev No. 57 Cirebon |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|------------------------------------|---|
| Jabar | GraPARI Kuningan | Jl. Siliwangi No. 196 Kuningan |
| Jabar | GraPARI Lembang | Jl. Raya Lembang No 241 |
| Jabar | GraPARI Majalaya | Ruko Permata Majalaya Blok B No.2 Jl.Tengah 3 Majalaya 60882 |
| Jabar | GraPARI Majalengka | Jl. KH. Abdul Halim No 158, Majalengka 45418 |
| Jabar | GraPARI Metro Trade Center Bandung | Jl.Soekarno Hatta No.590, Ruko MTC Blok C-27, Bandung 40286 |
| Jabar | GraPARI Miko Mall Bandung | Jalan kopo no.599. Miko mall Lantai 1 blok 10-20 kel cirangrang kec babakan ciparay |
| Jabar | GraPARI Padalarang | Jl. Rancabali No.78a Padalarang |
| Jabar | GraPARI Pamanukan | Jl. Ion Martasasmita No. 36, Pamanukan-Subang 41254 |
| Jabar | GraPARI Pangandaran | Jl. Merdeka KM 0,5 RT. 03 RW. 03 Desa. Pananjung. Kec. Pangandaran Kab. Pangandaran |
| Jabar | GraPARI Rancaekek | Jl. Raya Rancaekek (Talun) km 20.5 Ds. Jelegong Kec. Rancaekek Kab. Bandung 40394 |
| Jabar | GraPARI Singaparna | Jl. Raya Timur No. 49 RT 002/003, Cikiray, Desa Sukamulya, Kec .Singaparna, Kab Tasikmalaya |
| Jabar | GraPARI Soreang | JL. Al-fathu Ruko Bale Sakanca Blok A No. 3 desa pamekaran kec Soreang , Kab Bandung - 40912 |
| Jabar | GraPARI Subang | Jl, Kapten hanafiah komplek ruko rawa badak regency block.C no.8 kel karang anyar. Subang |
| Jabar | GraPARI Sumber | Ruko grand duta no.14A Jl. P. Cakrabuana Kemantren-Sumber 45611 |
| Jabar | GraPARI Sumedang | Jl. Pangeran Geusan Ulun No. 29 Kec. Sumedang Selatan Kab. Sumedang |
| Jabar | GraPARI Trans Studio Mall Bandung | Jalan Jendral Gatot Subroto No. 289, Kota Bandung, Jawa Barat 40273 |
| Jabar | GraPARI Cianjur | Jl. Abdullah bin Nuh No.64-66 Cianjur |
| Jabar | GraPARI Dago | Jl. Ir. H. Juanda no. 252 Bandung 40134 |
| Jabar | GraPARI Tasikmalaya | Jl. Panglayungan II No. 3 - 5 Tasikmalaya 46134 |
| Jabar | GraPARI Telkom Group Lembong | Jl. Lembong No. 11, Jawa Barat |
| West | GraPARI Balaraja | Komp Ruko Saga Indah Jl. Raya Kresek Kp Saga RT 06/04 Dusun Tobat Kec Balaraja Kab Tgr 15610 |
| West | GraPARI Bintaro Jaya Xchange | Mall Bintaro Jaya Xchange,CBD Bintaro Jaya Sektor VII Lantai G No.121 Tangerang Selatan 15227 |
| West | GraPARI Cikupa | Citra Raya Food Festival blok A no 07/03G & A. 07/03F, Jl Boulevard Raya row 42 Citra Raya cikupa Tangerang |
| West | GraPARI Ciputat | Jl. Dewi Sartika No. 71 D, Ciputat - Tangerang Selatan |
| West | GraPARI Labuan Pandeglang | Jl. Perintis Kemerdekaan No.24 C-D Desa Teluk Kec. Labuan Kab.Pandeglang 42264 |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|-----------|--|---|
| West | GraPARI Mall Tangerang City | Mall Tangerang City Lt.LG Blok C.61 Jl. Jend Sudirman No. 1, RT/RW 001/005. |
| West | GraPARI Pandeglang | Jl. Raya Serang - Pandeglang Km 2 Kp. Cikondang, Pandeglang - Serang |
| West | GraPARI Rangkasbitung | Ruko Rabinza Jl.Rt. Hardiwinangun Blok A.No.15 Kel.MC Timur Kec.Rangkasbitung |
| West | GraPARI Sumarrecon Mall Serpong | Mall Summarecon Serpong 2 Lt. Unit 2 F-239 Tangerang Banten |
| West | GraPARI Supermall Karawaci | Supermall Karawaci e-Center, Lt. LG Blok A5/4-A5/7 Jl. Boulevard Diponegoro, Tangerang |
| West | GraPARI Cilegon | Graha Sucofindo Lt.1, Jl. Jendral A. Yani No.106 Cilegon 42426 |
| West | GraPARI MOS Serang | Mall of Serang (MOS) Lt. 1 Jl. Lingkar Kemang, Kotabaru Panancangan, Cipocok Jaya Serang 42112 - Banten |
| West | GraPARI Terminal 3 Bandara Soetta | Bandara Soekarno-Hatta Terminal 3, Gate Kedatangan 2 Lt. GF 19120 Jl. Pajang, Kecamatan Tangerang Kota - Tangerang |
| West | GraPARI Telkom Group BSD | Graha Telekomunikasi Lt.Dasar Jl Raya Serpong Sektor IV BSD Tangerang 15322 |
| BaliNusra | GraPARI Atambua | Jl. Adam Malik No. 5, Kelurahan Beirafu, Kec. Atambua Barat, Kabupaten Belu 85711 |
| BaliNusra | GraPARI Bima | Jl.Soekarno Hatta kelurahan Pane (depan Gedung Koni lapangan manggemaci) Kota Bima |
| BaliNusra | GraPARI Cellular World Kupang | Jl. Jenderal Sudirman, No.60, Kuanino, Kec. Kota Raja, Kota Kupang, Nusa Tenggara Timur. Kode Pos 85119 |
| BaliNusra | GraPARI Gianyar | Jl. By Pass Darmagiri Desa Buruan Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar (Dewatacom) |
| BaliNusra | GraPARI Gunung Agung Denpasar | Jl. Gunung Agung 125B, Denpasar (80118) |
| BaliNusra | GraPARI Karangasem | Jl . Jendral Sudirman No.98 C Amlapura, karangasem, 80813 |
| BaliNusra | GraPARI Kefamenanu | Jl. Basuki Rahmat Kel. Benpasi, Kec. Kota Kefamenanu |
| BaliNusra | GraPARI Labuan Bajo | Jl. Soekarno Hatta, Kelurahan Labuan Bajo, Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur (Lantai GF-A8) |
| BaliNusra | GraPARI Lombok Epicentrum Mall Mataram | Jalan Sriwijaya No. 333, Mataram, NTB |
| BaliNusra | GraPARI Lombok Timur | Jl. Pejanggih No.53 Pancor (Komplek Pertokoan Yanmar baru) Kelurahan Majidi, Kecamatan Selong, Lombok Timur 83611 |
| BaliNusra | GraPARI Lombok Utara | Jl. Raya Tanjung komplek Pertokoan (Depan Lap Umum Super Semar) Tanjung-Lombok Utara, 83352 |
| BaliNusra | GraPARI Maluku | Jl. Raya Maluku no. 141 Maluku-Sumbawa Barat 84357 |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|-----------|----------------------------------|--|
| BaliNusra | GraPARI Maumere | Jl Ahmad Yani Kelurahan Nangameting Kecamatan Alok Timur Kabupaten Sikka 86111 |
| BaliNusra | GraPARI Negara | Jl. Ngurah Rai 86-Negara 82217 |
| BaliNusra | GraPARI Nusa Dua | Jl. Bypass Ngurah Rai No. 122, Mumbul, Nusa Dua 80363 |
| BaliNusra | GraPARI Ruteng | Jl. Kartini No. 2, Desa Lawir, Kec. Langke Rembong, Kab. Manggarai 86516 |
| BaliNusra | GraPARI Singaraja | Jl. A. Yani No. 72 Singaraja 81116 |
| BaliNusra | GraPARI Soe | Ruko Baru Soe JL.Hayam Wuruk No.16A Kelurahan Taubeno, Kota Soe Kabupaten TTS-NTT 85511 |
| BaliNusra | GraPARI Sumbawa | Jl. Mangga No.09 Kel.Umasima Sumbawa Besar, NTB |
| BaliNusra | GraPARI Tabanan | Jl. Ir. Soekarno No. 99D (Bypass Kediri), Kec. Kediri, Tabanan 52151 |
| BaliNusra | GraPARI Taliwang | Jl. Jendral Sudirman No 30 Taliwang, Sumbawa Barat 84355 |
| BaliNusra | GraPARI Waingapu | Kompleks Pertokoan Permata Sari Jl. Ahmad Yani No.4, Blok A2, Mentawai, Waingapu 87111 |
| BaliNusra | GraPARI Kupang | Jl. WJ. Lalamentik No 88, Oebufu, Kupang |
| BaliNusra | GraPARI Kuta | Jl. By Pass I Gusti Ngurah Rai, Simpang Dewa Ruci Kuta – Bali (Simpang Siur), Bali |
| BaliNusra | GraPARI Mataram | Jl.Pejanggik No 47F, Mataram, Lombok |
| BaliNusra | GraPARI Renon Denpasar | Jl. Raya Puputan Renon No. 33, Renon, Denpasar |
| Jateng | GraPARI Banjarnegara | Ruko Atrium Blok B-5, JL HOS Cokroaminoto Banjarnegara No.39 53412 Jawa Tengah |
| Jateng | GraPARI Banyumanik | Jl. Jati Raya Blok C-17 Banyumanik , Kabupaten Semarang, Jawa Tengah |
| Jateng | GraPARI Batang | Jl. Raya Limpung (Jl. Jend Sudirman) Ruko no 6 Limpung (selatan SD N 1 Limpung), Batang |
| Jateng | GraPARI Boyolali | Jl. Pandanaran No.23, Ngrancah, Siswodipuran, Kec. Boyolali, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah 57311 |
| Jateng | GraPARI Cepu | Jl. Ronggolawe No. 67 Cepu-Blora |
| Jateng | GraPARI Cilacap | Jl. S. Parman No 30 Cilacap, Sidanegara, Cilacap Tengah, Kabupaten Cilacap, Jawa Tengah 53212 |
| Jateng | GraPARI Demak | Ruko C Jl Sultan Fatah Demak |
| Jateng | GraPARI Gedong Kuning Yogyakarta | Jl. Gedong Kuning No. 94B, Rejowinangun,Kota Gede,Yogyakarta-55171. |
| Jateng | GraPARI Gunung Kidul | Jl KH Agus Salim No 6 Kepek Wonosari |
| Jateng | GraPARI Hartono Mall Solo | Jl. Ir. Soekarno Madegondo Solo Baru, Grogol Sukoharjo 57552 (Hartono Mall Solo GF -C09) |
| Jateng | GraPARI Jepara | Jl. Pemuda Ruko Pemuda Square 3B Jepara, Jawa Tengah |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|-------------------------------|--|
| Jateng | GraPARI Jogja City Mall | Jogja City Mall Lt. 1 No.AB22 Jl. Magelang KM.6 Sinbduadi Mlati, Sleman - Jogjakarta |
| Jateng | GraPARI Karanganyar | Jl. Kauman RT 2 RW 14 Cangakan, Lawu Barat, Karanganyar |
| Jateng | GraPARI Kebumen | Jl. H.M Sarbini No.15A Kebumen 54311 |
| Jateng | GraPARI Kendal | Jl. Soekarno Hatta No.70 B Weluri - Kendal 51355 |
| Jateng | GraPARI Klaten | Jl. Veteran No.22, Barenglor, Bareng Lor, Kec. Klaten Utara, Kabupaten Klaten, Jawa Tengah 57414 |
| Jateng | GraPARI Kroya | Jl. Jend Soedirman No 43, Kroya Cilacap 53282 |
| Jateng | GraPARI Kulonprogo | Jl. Sutidjab 74, Kel. Wonosari Lor, Kec. Wates, Kulon Progo. |
| Jateng | GraPARI Magelang | Jl. Panglima Sudirman No. 375 Tidar Selatan Magelang |
| Jateng | GraPARI Pati | Jl Kamandowo Ruko Kamandowo no 3. kel Pati kidul, kecamatan Pati Kab Pati |
| Jateng | GraPARI Pekalongan | Jl. Merdeka No.3 D Pekalongan |
| Jateng | GraPARI Pemalang | Jl. Jend. Sudirman, Ruko Swalayan Pemalang Permai Blok F, Pemalang |
| Jateng | GraPARI Purbalingga | Jl. MT Haryono No. 18 Purbalingga Jawa Tengah |
| Jateng | GraPARI Purwodadi | Ruko Grand City No, Jl. R.Suprpto No.60 |
| Jateng | GraPARI Purworejo | Jl. KHA Dahlan No. 141 |
| Jateng | GraPARI Rembang | Jl. Kartini Ruko 1A Rembang |
| Jateng | GraPARI Salatiga | Jl.Diponegoro, Ruko Wijaya Square Blok A No 5 , Salatiga |
| Jateng | GraPARI Sragen | Jl. Raya Sukowati No.28E (ruko depan samsat sragen), Sine, Kec. Sragen, Kabupaten Sragen, Jawa Tengah 57213 |
| Jateng | GraPARI Temanggung | Jl. Jend. Sudirman No. 95, Ruko 1,Jampiroso, Temanggung. |
| Jateng | GraPARI Ungaran | Jl. Diponegoro No 158 Ungaran |
| Jateng | GraPARI Wonogiri | Jl. RM Said No.19, Ngaliyan, Kaliancar, Kec. Selogiri, Kabupaten Wonogiri, Jawa Tengah 57652 |
| Jateng | GraPARI Wonosobo | Jl. RSUD Setjonegoro No. 10 B, Wonosobo |
| Jateng | GraPARI Kudus | Jl. Jenderal Sudirman No.66-68 Nganguk Kramat Kudus |
| Jateng | GraPARI Mall Ciputra Semarang | Mall Ciputra FL. UG, No. 62, Jl. Simpang Lima No 1, Semarang |
| Jateng | GraPARI Pahlawan Semarang | Jl. Pahlawan No 10, Semarang |
| Jateng | GraPARI Purwokerto | Gedung Telkom, Jl. Merdeka No.26, Brubahan, Purwanegara, Kec. Purwokerto Tim., Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah 53116 |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|--------------------------------|---|
| Jateng | GraPARI Solo | Jl. Slamet Riyadi No 265, Sriwerdari, Solo |
| Jateng | GraPARI Tegal | Jl. Gajah Mada No 77, Tegal |
| Jateng | GraPARI Yogyakarta | Jl. Diponegoro No.97 - Yogyakarta |
| Jatim | GraPARI Atom Mall Surabaya | JL. Bunguran45 Lt 1 Blok A-85 Surabaya |
| Jatim | GraPARI Bangkalan | Jl. Trunojoyo 39C, Bangkalan |
| Jatim | GraPARI Batu | Jl. Dewi Sartika No. 1 Batu |
| Jatim | GraPARI Blitar | Jl. Mohammad Hatta no 10 Kepanjen Kidul Blitar |
| Jatim | GraPARI Bojonegoro | Jl. Dr Wahidin No. 9B Bojonegoro |
| Jatim | GraPARI Bondowoso | Ruko. Mastrip Jl. Mastrip (Depan Indomaret Nangkaan) Bondowoso |
| Jatim | GraPARI Caruban | Jl. Panglima Sudirman No.16 Caruban, Madiun 63153 |
| Jatim | GraPARI Ciputra World Surabaya | Ciputra World Surabaya Lg -30 Jl. Mayjend Sungkono 89 Surabaya |
| Jatim | GraPARI Malang Kawi | Jl. Kawi no 28 Kauman, Kec. Klojen , Malang - Jatim |
| Jatim | GraPARI Galaxy Mall Surabaya | Jalan Dharmahusada Indah Timur No.35 - 37 Galaxy Mall 1 lt.2 unit 228 Surabaya |
| Jatim | GraPARI Genteng | Jl. Wahid Hasyim 1 ,ruko jinggo no 4 genteng kulon Banyuwangi |
| Jatim | GraPARI Jombang | Jl. KH Wachid Hasyim No. 136E Jombang |
| Jatim | GraPARI Kepanjen | Jl. Panji 154 Kepanjen 65163 |
| Jatim | GraPARI Kraksaan | Jl. Raya Panglima Sudirman nomor 55-56 Pertokoan Diva Swalayan Kraksaan |
| Jatim | GraPARI Lamongan | Jalan Veteran No. 12 (depan SMAN 2 Lamongan) |
| Jatim | GraPARI Lumajang | Jl. A Yani No 18 (kantor bekas BPJS Lama , depan kantor RSUD Haryoto) Lumajang |
| Jatim | GraPARI Magetan | Jl. Monginsidi No. 30 Magetan |
| Jatim | GraPARI Mojokerto | Jl. Gajah Mada 98A Mojokerto |
| Jatim | GraPARI Muncar | Jl. Brawijaya no. 27 Muncar Banyuwangi |
| Jatim | GraPARI Nganjuk | Jl. Diponegoro No 75 Nganjuk |
| Jatim | GraPARI Ngawi | Jl. A Yani No 97, Ngawi |
| Jatim | GraPARI Pacitan | Jl. P. Sudirman 180 Pacitan 63511 |
| Jatim | GraPARI Pamekasan | Gedung Telkom, Jl. Trunojoyo No. 67 Pamekasan |
| Jatim | GraPARI Pandaan | Ruko Central Niaga Blok A No 3 Jl. A. Yani No 321 Pandaan |
| Jatim | GraPARI Pare Kediri | Jl.Ahmad Yani No.7 Pare Kediri |
| Jatim | GraPARI Pasuruan | Jl. Panglima Sudirman No. 122, Pasuruan |
| Jatim | GraPARI Perak Surabaya | Jl. Perak Timur No.98, Perak Timur, Kec. Pabean Cantian, Kota SBY, Jawa Timur 60177 |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|------------|-------------------------------|---|
| Jatim | GraPARI Plaza Marina Surabaya | Plaza Marina Lt.1, Blok : A.05 - A.07, Jl. Margorejo Indah 97-99 Surabaya |
| Jatim | GraPARI Ponorogo | Jl. Diponegoro No 42 Ponorogo |
| Jatim | GraPARI Sampang | Jl. J.A. Suprpto No. 50, Sampang |
| Jatim | GraPARI Situbondo | Jl. Kenanga no 94 Situbondo |
| Jatim | GraPARI Sumenep | Ruko Adi Poday, JL TRUNOJOYO NO. 214 |
| Jatim | GraPARI TLT Manyar Surabaya | Gedung Telkom Landmark Tower Jl. Dr.Ir.H. Soekarno No.175, Surabaya |
| Jatim | GraPARI Trenggalek | Jl. Jaksa Agung Suprpto No. 7 Kel. Surondakan Trenggalek 66316 |
| Jatim | GraPARI Tropodo Sidoarjo | Ruko Tropodo Dian Regency Jl. Raya Nusantara no 199 Tropodo Sidoarjo |
| Jatim | GraPARI Tuban | Jl. Brawijaya No. 26 Tuban |
| Jatim | GraPARI Tulungagung | Jl Supriyadi Ruko Nirwana Plasa Blok A4 Jepun, Tulungagung |
| Jatim | GraPARI Banyuwangi | Jl. DR. Sutomo No.63 Banyuwangi |
| Jatim | GraPARI Bukit Darma Surabaya | Ruko Puncak Bukit Golf unit RBI-RBJ, Jl. Bukit Darma Boulevard No. 1, Pradahkalikendal, Dukuh Pakis, Surabaya |
| Jatim | GraPARI Gresik | Jl. Usman Sadar No 81, Gresik |
| Jatim | GraPARI Jember | Jl Kartini No 4-6 Jember |
| Jatim | GraPARI Kediri | PT. Telkom Kediri , Jl. Hayam Wuruk 45-47 Kediri |
| Jatim | GraPARI Madiun | Gedung Telkom , Jl. Pahlawan No 59, Madiun |
| Jatim | GraPARI Malang | Jl. S.Parman No 47 Malang |
| Jatim | GraPARI Pemuda Surabaya | Jl. Pemuda No. 181, Surabaya |
| Jatim | GraPARI Pondok Jati Sidoarjo | Jl. Raya Pondok Jati Blok BE no. 12A Sidoarjo |
| Jatim | GraPARI Probolinggo | Jl. Suroyo No 16, Probolinggo |
| Jatim | GraPARI WTC Surabaya | Gedung WTC Lt.1 No. 164 - 171 . Jl. Pemuda 27-31. Surabaya |
| Jatim | GraPARI Telkom Group Surabaya | Jl. Raya Dinoyo No.48, Keputran, Tegalsari, Kota SBY, Jawa Timur 60265 |
| Kalimantan | GraPARI Amuntai | Jl. A.Yani KM 1 Kec. Amuntai Tengah Kab. Hulu Sungai Utara, Kalsel |
| Kalimantan | GraPARI Banjarbaru | Jl A Yani km 36, kel Mentaos kec Banjarbaru utara 70711 |
| Kalimantan | GraPARI Barabai | JL. IR. P. H. M. NOOR RT. 03 KEC. BARABAI KAB. HST (71311) KAL-SEL |
| Kalimantan | GraPARI Barito Selatan | Jl. Panglima Batur No. 25 Buntok, Kal-teng 73711 |
| Kalimantan | GraPARI Batulicin | JL.Raya Batulicin RT.13 Tanah Bumbu Kal-Sel |
| Kalimantan | GraPARI Hr Arahman Pontianak | Jl. H.R.Arahman No. 168 Pontianak, Kal-Bar 78113 |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|------------|-------------------------------|--|
| Kalimantan | GraPARI Kandangan | Jl. Panglima Batur No. 36 Simpang 4 BRI Kandangan, Kal-sel 71212 |
| Kalimantan | GraPARI Kasongan | Jl. Cilik Riwut KM 1 Kasongan, Kalteng |
| Kalimantan | GraPARI Ketapang | Jl. Sisingamaraja No. 22 Kel. Sampit Kec. Delta Pawan -Ketapang |
| Kalimantan | GraPARI Kota Bangun | Jl. Sri Bangun No. 31 Rt. 19 Kec. Kotabangun Ulu - Kota Bangun |
| Kalimantan | GraPARI Kotabaru | Jl. Suryagandamana (Samping Mini Market Smart) Kel. Kota Baru Hulu Kec. Pulau Laut Utara 72114 |
| Kalimantan | GraPARI Kuala Kapuas | Jl. Jend. A. Yani No. 37 RT. 12 Kel. Selat Hilir Kuala Kapuas 73513, Kal-Teng |
| Kalimantan | GraPARI Lojangan | Jl. Cipto Mangunkusumo No. 39 RT. 12 Kelurahan Harapan Baru, Kecamatan Loa Janan Ilir |
| Kalimantan | GraPARI Malinau | Jl. Raya Pandita RT 06 No. 71B Malinau 77554 |
| Kalimantan | GraPARI Melak | Jl. K.H Dewantara No 55 AB RT 26 Melak Ulu 75765 Kutai Barat |
| Kalimantan | GraPARI MT Haryono Balikpapan | Jl. Jend. Sudirman Komplek Ruko BSB Blok A 09-10 Balikpapan Selatan 76114 |
| Kalimantan | GraPARI Muara Jawa | Jl. M. Hatta (Handil 3), Kecamatan Muara Jawa Kal-Tim |
| Kalimantan | GraPARI Nunukan | Jl. Tien Soeharto Rt.13 No.14 Kel. Nunukan Timur Kec. Nunukan Kab. Nunukan 77482 Kal-Tara |
| Kalimantan | GraPARI Pangkalan Bun | Jl. Iskandar No. 99C Kel. Madurejo, Pangkalan Bun - Kalteng |
| Kalimantan | GraPARI Pelaihari | Jalan H.Boejasin No.09 RT.26 (samping Bank Mandiri Syariah) Pelaihari 70814 kalimantan selatan |
| Kalimantan | GraPARI Penajam | Jl Provinsi km.18 Kelurahan Petung Kec. Penajam Kab Penajam Paseur Utara Kaltim 76143 |
| Kalimantan | GraPARI Pulau Irian Samarinda | Jl. Pulau Irian No. 67, Samarinda |
| Kalimantan | GraPARI Putusibau | Jl. Komyos Sudarso No 28 Putusibau - Kalbar |
| Kalimantan | GraPARI Rantau Tapin | Jl. Brigjend H. Hasan Basri No. 3 Rantau, Kalsel 71111 |
| Kalimantan | GraPARI S.Parman Banjarmasin | Jl. S. Parman Ruko No. 4D Rt. 20/01 Pasar Lama. Banjarmasin Tengah |
| Kalimantan | GraPARI Sambas | Jl. Pendidikan DS Jagur (Samping Optik 35) Kec. Sambas 79400 |
| Kalimantan | GraPARI Sampit | Jl. Cilik Riwut KM 1.5 RT 15 Sampit - Kalimantan Tengah |
| Kalimantan | GraPARI Sangatta | Jl. APT Pranoto No 98D, Sangatta 15611, Kaltim |
| Kalimantan | GraPARI Sanggau | Jl. Jend. Sudirman No. 13 Kel. Beringin Kec. Kapuas - Sanggau 78512 |
| Kalimantan | GraPARI Sei Danau | Jl. Propinsi KM 167, Sei Danau, Kec. Satui, Kab. Tanah Bumbu, Kal-sel 72257 |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|-------------|-----------------------------|--|
| Kalimantan | GraPARI Singkawang | Jl. Swadaya No. 02 Komp. Telkom, Kel. Pasiran, Kec. Singkawang Barat, Kalimantan Barat |
| Kalimantan | GraPARI Sintang | Jl. MT Haryono KM 04. Samping SPBU Melawi Timur. Kel. Kapuas Kanan Hulu, Kode Pos 78614 |
| Kalimantan | GraPARI Tanah Grogot | Jl. RM Noto Sunardi RT 4 Tanah Grogot Kal-Tim |
| Kalimantan | GraPARI Tanjung Redep | Jl. Niaga 1 RT 1 No. 19 Tj. Redep - Berau 77311 |
| Kalimantan | GraPARI Tanjung Selor | Jl. Duku Rt. 15 Komp. Ruko No. 2 (Samping Star Swalayan) Tanjung Selor 77212 |
| Kalimantan | GraPARI Tanjung Tabalong | Jl IR PHM Noor RT. 08 desa Mabuun kec. Murung Pudak kab. Tabalong kalsel 71571 (400 meter dari tugu Obor arah ke- tanjung) |
| Kalimantan | GraPARI Tenggarong | Jl. Patin No.09 Rt.28 Kel. Timbau Kec. Tenggarong Kab. Kutai Kartanegara Kalimantan Timur 75511 |
| Kalimantan | GraPARI Banjarmasin | Jl. Ahmad Yani Km 5,7 Banjarmasin |
| Kalimantan | GraPARI Bontang | Jl. Brigjend Katamso No.10 Bontang Plaza, Bontang |
| Kalimantan | GraPARI Palangkaraya | Jl. Ahmad Yani No. 45 Pahandut, Palangkaraya |
| Kalimantan | GraPARI Pontianak | Jl. Gusti Sulung Lelanang No.5A, Pontianak |
| Kalimantan | GraPARI Samarinda | Mall Lembuswana Blok AC 16-18 Jl. S Parman Samarinda Utara |
| Kalimantan | GraPARI Sudirman Balikpapan | Ruko Mall Balikpapan Baru Blok A37 - 38, Balikpapan Utara 76136 |
| Kalimantan | GraPARI Tarakan | Jl. Mulawarman No.1 Tarakan |
| PapuaMaluku | GraPARI Abepura | Jl. Raya Abepura Plasa Telkom |
| PapuaMaluku | GraPARI Biak | Jl. Jendral Sudirman Ruko Pemda No. 4, Biak 98112 |
| PapuaMaluku | GraPARI Fakfak | Jl. Fakfak - Torea, Wagom Sel., Kec. Fakfak, Kabupaten Fakfak, Papua Bar. 98651 |
| PapuaMaluku | GraPARI Masohi | Jl. Imam Bonjol (Belakang Bank Maluku Lama) Kec. Masohi Kab. Maluku Tengah |
| PapuaMaluku | GraPARI Merauke | Jl. Raya Mandala, Merauke 99616 |
| PapuaMaluku | GraPARI Nabire | Jl. PEPERA Kantor Telkom Kelurahan Karang Mulia(depan dinas kehutanan) Nabire 98815 |
| PapuaMaluku | GraPARI Ridge Camp | Super Block Ridge Camp Mile 72 Tembagapura |
| PapuaMaluku | GraPARI Saumlaki | Jl. Mathilda Batlayeri No.8 Saumlaki Kec. Tanimbar Selatan Kelurahan/Kota: Saumlaki 97464, Kepulauan Tanimbar |
| PapuaMaluku | GraPARI Sentani | Jl. Raya Sentani Pojok (Kompleks Ruko BRI unit Hawaii), Sentani 99352 |
| PapuaMaluku | GraPARI Tembagapura | Retail Center - Mile 68 , Tembagapura, Timika - Papua 99930 |



| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|-------------|----------------------------------|---|
| PapuaMaluku | GraPARI Tual Kepulauan Kei | Jl. Dr. Leimena, samping Pegadaian Werhir Tual, Kel. Ketsoblak, Kec. Pulau Dullah Selatan 97611, Kabupaten Kepulauan Kei |
| PapuaMaluku | GraPARI Wamena | Jln.Tamberin Plasa Telkom Wamena |
| PapuaMaluku | GraPARI Ambon | Jl. J.B Sitanala no 9 A, Talake, Ambon |
| PapuaMaluku | GraPARI Mall Jayapura | Mall Jayapura - Lt GF 12-13 Jl. Sam Ratulangi APO Jayapura - Papua |
| PapuaMaluku | GraPARI Manokwari | Jl. Merdeka No. 66, Manokwari |
| PapuaMaluku | GraPARI Timika | Jl. Hasanuddin, Timika, Mimika Baru, Nawaripi, Mimika Baru, Kabupaten Mimika, Papua 99910 |
| PapuaMaluku | GraPARI Telkom Group Sorong | Jl. Ahmad Yani No. 16 Sorong Manoi |
| Sulawesi | GraPARI Amurang | Jl. Kantor Pos Lingk III, Uwuran I, Kec. Amurang, Minahasa 95354 |
| Sulawesi | GraPARI Banggai | J. Kol. Sugiono Komplek Ruko Lalong, Luwuk Banggai Sulawesi Tengah 94715 |
| Sulawesi | GraPARI Bau Bau | Jl. WR. Monginsidi (Pertigaan SPBU H. Karim) Kel. Bataraguru, Kec. Wolio, Bau Bau 93714 |
| Sulawesi | GraPARI Bitung | Jl. Sam Ratulangi, Kompleks Ruko Baru (Samping Kantor Pajak) Bitung |
| Sulawesi | GraPARI Bone | Jl. Ahmad Yani (depan Alfamart) Kel. Jeppe E Kec. Tanete Riattang Barat, Kab Bone |
| Sulawesi | GraPARI Bulukumba | Jl. Sam Ratulangi, Bulukumba |
| Sulawesi | GraPARI Sudiang Makassar | Jl. Perintis Kemerdekaan Km. 15 Ruko Kimia Square B.A16, Makassar |
| Sulawesi | GraPARI Gowa | JL. Poros Sultan Hasanuddin No.146 B, Gowa (Depan Patung Adipura Gowa) |
| Sulawesi | GraPARI Kolaka | JL. Pramuka No. 30, Kolaka |
| Sulawesi | GraPARI Kotamobagu | Jl. Adampe Dolot No. 168 Kel. Mogolaing (Depan Lapangan Mogolaing) Kotamobagu |
| Sulawesi | GraPARI Mall Panakukang Makassar | Jl. Adhyaksa No. 1, Panakukkang Square Lt. 2 Blok SF 03 Makassar |
| Sulawesi | GraPARI Mamuju | Jl. KS Tubun (Depan Bank Sinar Mas, Samping Kiri Kimia Farma Klinik). Kel. Rimuku, Kec. Mamuju, Kab. Mamuju, Sulawesi Barat, Kode Pos 91511 |
| Sulawesi | GraPARI Marisa | Jl.Trans Sulawesi No. 133 Komplek Ruko Vanda Indah Kab. Pohuwato/Jl.Trans Sulawesi Kab. Pohuwato depan PT. Cargill |
| Sulawesi | GraPARI Maros | Jl Chrisant No 5 Ruko PTB Pettuadde |

| REGIONAL | NAMA GRAPARI | ALAMAT |
|----------|------------------------|---|
| Sulawesi | GraPARI Palopo | Jl. Andi Djemma Kel. Tompotika Ruko 3-4 (Ruko Sinar Galesong) Palopo |
| Sulawesi | GraPARI Pangkajene | Jl. Kemakmuran No. 5B (Ruko Abadi), Pangkep |
| Sulawesi | GraPARI Parigi Moutong | Jl.Trans Sulawesi Kel. Masigi Kec. Parigi Kab. Parigi, 94471 |
| Sulawesi | GraPARI Pinrang | Jl. Jendral Sudirman Kel. Bentenge Kec. Watang Sawitto Kab. Pinrang (dekat perbatasan kota) |
| Sulawesi | GraPARI Polewali | Jl. H Andi Depu No. 108 Pekkabata Polman |
| Sulawesi | GraPARI Poso | Jl. P. Irian Jaya No 8 (Samping Bank BNI), Kel. Kayamanya Sentral, Kec. Poso Kota, Kab. Poso, Sulawesi Tengah |
| Sulawesi | GraPARI Raha | Jl. Lakilaponto kel. Mangga kuning kec. Katobu |
| Sulawesi | GraPARI Selayar | Jl. KH. Hayyung No. 97, Selayar |
| Sulawesi | GraPARI Sinjai | Jl. Persatuan Raya No. 13, Sinjai |
| Sulawesi | GraPARI Soroako | Jl. Gamalama No. 1, Soroako |
| Sulawesi | GraPARI Ternate | Jl. Kapitan Pattimura No. 124 Kel. Kalumpang Ternate |
| Sulawesi | GraPARI Tobelo | Jl. Bayangkara Ruko Amazi. Gamsungi Tobelo 97762 |
| Sulawesi | GraPARI Toli-Toli | Jl. Ahmad Yani (depan Alfamart) Kel. Jeppe E Kec. Tanete Riattang Barat, Kab Bone |
| Sulawesi | GraPARI Tomohon | Jl. Raya Tomohon Kel. Kakaskasen, Lk. VI No. 238 Kec. Tomohon Utara, Tomohon |
| Sulawesi | GraPARI Toraja | Jl. Pongtiku lemb. Rinding Batu Kec. Kesu (Samping Bank Pundi) |
| Sulawesi | GraPARI Wajo | jln.Jawa no.2 kel lapongkoda kec tempe kab wajo |
| Sulawesi | GraPARI Gorontalo | Jl. Jaksu Agung Suprpto No. 22, Limba U dua, kota selatan, Gorontalo |
| Sulawesi | GraPARI Kendari | Jl. A Yani No.8 Kendari |
| Sulawesi | GraPARI Makassar | Jl. AP. Pettarani No.2 Makassar |
| Sulawesi | GraPARI Manado | Jl. Pemuda No.2 Sario Manado |
| Sulawesi | GraPARI Palu | Jl. Towua No. 43 (Gd. Ex Alkom) Palu, sulawesi tengah 94113 |
| Sulawesi | GraPARI Pare-Pare | Jl. BAU MASSEPE no. 108 kel. Cappa Galung kec. Bacukiki Barat kota Parepare |



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 dimiliki 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
Tel. +62-22-4521404
Fax. +62-22-7206757
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



Singtel Mobile
31 Exeter Road - Comcentre
Singapore 239732
Tel. +65-6838 3388
Fax. +65-6738 3769
www.singtel.com



**PT Telekomunikasi Selular
(Telkomsel)**

Telkom Landmark Tower, Tower 1
Jl. Jend Gatot Subroto Kav. 52,
Jakarta 12710, Indonesia
www.telkomsel.com