



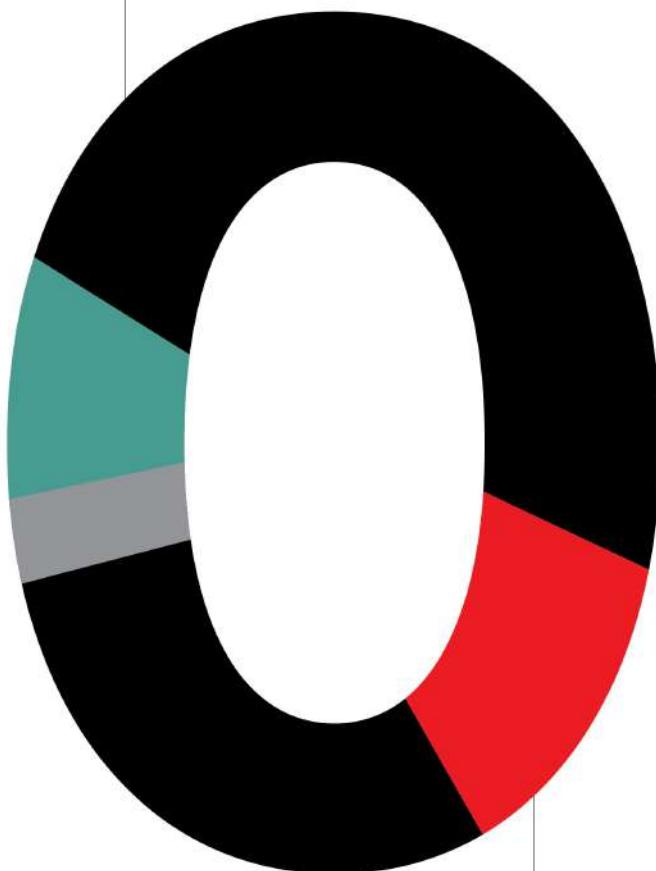
ANNUAL REPORT

PT METRA-NET

2020



**DAFTAR
ISI**



- 01. LAPORAN MANAJEMEN**
- Sambutan Dewan Komisaris - **03**
Sambutan Direksi - **07**
- 02. PROFIL PT METRA-NET**
- Tentang PT Metra-Net - **17**
Profil Dewan Komisaris - **18**
Profil Direksi - **20**
Visi dan Misi - **22**
Budaya Perusahaan - **23**
Aktivasi Budaya Perusahaan - **25**
Tata Kelola Perusahaan yang Baik - **27**
Manajemen Sumber Daya Manusia - **29**
Struktur Organisasi - **34**
- 03. LAPORAN PERFORMANSI PERUSAHAAN**
- Laporan Performansi Bisnis - **37**
Ikhtisar Keuangan - **41**
- 04. PORTOFOLIO PERUSAHAAN**
- Ekosistem Bisnis - **52**
Produk dan Layanan - **54**
Kerjasama Strategis - **57**
Penghargaan dan Sertifikasi - **62**
- 05. TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN**





LAPORAN MANAJEMEN

SAMBUTAN DEWAN KOMISARIS

01. PENDAHULUAN

Para Pemegang Saham yang Kami hormati,

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat sehingga PT Metra-Net (“**Perseroan**”) berhasil melewati tahun 2020 dengan sangat baik.

Sepanjang Tahun 2020, Perseroan menjalankan strategi yang berfokus pada peningkatan *Digital Service Experiences*, *Integrated Customer Insight* dan *Strategic Partnership* sesuai dengan RKAP FU Digital Services PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (“**Telkom**”) tahun 2020 untuk mendukung visi Telkom Group “**Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat**”.

Strategi Perseroan tersebut diimplementasikan melalui langkah strategis yaitu dengan meningkatkan performa bisnis *existing* dan menjalankan inisiasi bisnis digital baru dengan berkolaborasi bersama perusahaan digital baik lokal maupun global. Strategi ini dilakukan untuk memberikan *excellent customer experiences* dan *value added* kepada para *stakeholder* serta memperluas pangsa pasar guna memperkuat posisi Perseroan di industri digital.

Dengan keberhasilan strategi tersebut, Perseroan mengakhiri tahun 2020 dengan kinerja keuangan dan operasional yang baik sebagai landasan untuk pertumbuhan masa depan.

02. KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS TAHUN BUKU 2020

Selama Tahun Buku 2020, komposisi Dewan Komisaris mengalami satu kali perubahan, yaitu dengan memberhentikan dengan hormat Sdr. Joddy Hernady dari jabatannya selaku Komisaris Utama Perseroan dan mengangkat Sdr. M. Fajrin Rasyid sebagai penggantinya berdasarkan Keputusan Para Pemegang Saham di Luar Rapat Umum Pemegang Saham tertanggal 30 Oktober 2020, sehingga terhitung sejak tanggal tersebut hingga dibuatnya laporan ini, komposisi Dewan Komisaris Perseroan adalah sebagai berikutt:

Komisaris Utama : **Sdr. M. Fajrin Rasyid**

Komisaris : **Sdr. Torkis Ropinda Sihombing**



03. PENGAWASAN DAN PENILAIAN KINERJA DIREKSI PERSEROAN SEPANJANG TAHUN 2020

Dewan Komisaris secara berkesinambungan melakukan pengawasan dan pengarahan terhadap Direksi, baik dalam perencanaan maupun implementasi program-program strategis.

Melalui pengawasan yang intensif, Direksi dapat mempertimbangkan dengan matang semua risiko yang mungkin dihadapi dalam setiap langkah eksekusi program strategis dan telah memastikan adanya mitigasi atas risiko yang mungkin timbul kemudian. Dewan Komisaris juga memastikan rencana bisnis Perseroan senantiasa dijadikan sebagai rujukan dalam menjalankan peran Perseroan sebagai perseroan digital.

Tugas pengawasan Dewan Komisaris selama Tahun Buku 2020 tercermin melalui pengarahan, pengendalian, dan pemberian keputusan kepada Direksi Perseroan terkait pengelolaan bisnis dan finansial, antara lain:

- Pelaksanaan rapat antara Dewan Komisaris dengan Direksi Perseroan yang dilakukan baik melalui forum Rapat Gabungan maupun Rapat FU Digital Business;
- Persetujuan kepada Direksi Perseroan guna mendapatkan pendanaan dari Pemegang Saham c.q Telkom selaku Pemegang Saham Mayoritas dalam bentuk setoran modal/equity call senilai Rp 68. 1 miliar guna pengembangan portfolio B2B Commerce.

Dari proses pengawasan berkelanjutan tersebut, Dewan Komisaris memandang Direksi telah menerapkan butir-butir rencana strategis tercantum dalam rencana bisnis dan finansial Perseroan dengan baik sehingga arah Perseroan dalam menjalankan bisnis berada dalam jalur yang benar.



04. PENUTUP

Dewan Komisaris mengucapkan terima kasih banyak atas dukungan dan kerja sama yang diberikan oleh Pemegang Saham, Direktur Perseroan, dan segenap *stakeholder* Perseroan sepanjang Tahun 2020. Dengan ditetapkannya portofolio bisnis Perseroan di bidang *Digital Advertising, Financial Services, Digital Content, B2B Commerce, Big Data, dan Communication Services*, kami berharap di tahun 2021 Perseroan semakin maju melangkah dan memenuhi target-target pertumbuhan yang telah ditetapkan.

Jakarta, 4 Maret 2021

DEWAN KOMISARIS PT. METRA-NET

M. FAJRIN RASYID

KOMISARIS UTAMA

TORKIS R. SIHOMBING

KOMISARIS





LAPORAN MANAJEMEN

SAMBUTAN DIREKSI

01. PENDAHULUAN

Para Pemegang Saham dan Dewan Komisaris yang terhormat,

Perkenankan saya selaku Direktur Utama PT Metra-Net (“Perseroan”), mewakili jajaran Direksi menyampaikan laporan tentang keadaan dan jalannya Perseroan selama tahun buku 2020. Pertama-tama kami panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia-Nya Perseroan berhasil melalui tahun 2020 dengan mencatat kinerja keuangan dan operasional yang baik. Hal ini membuktikan bahwa langkah strategis digitalisasi yang terus dikembangkan Perseroan merupakan strategi tepat bagi pertumbuhan dan kelangsungan usaha Perseroan.

Meskipun di tengah kondisi pandemi Covid-19 yang cukup berat dan menantang, Perseroan berhasil melewati tahun 2020 dengan menerapkan adaptasi kebiasaan baru. Sejak 16 Maret 2020, Perseroan menerapkan sistem kerja Work From Home yang selaras dengan kebijakan Flexible Working Arrangement dari Telkom Indonesia serta sejalan dengan aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dari pemerintah.

Strategi Perseroan diimplementasikan melalui langkah strategis yaitu dengan meningkatkan performa bisnis existing dan menjalankan inisiasi bisnis digital baru dengan berkolaborasi bersama perusahaan digital baik lokal maupun global. Strategi ini dilakukan untuk memberikan excellent customer experiences dan value added kepada para stakeholders serta memperluas pangsa pasar guna memperkuat posisi Perseroan di industri digital.

Nilai penting dari hasil-hasil kinerja dan operasional positif Perseroan, terwujud dalam culture activation Perseroan tahun 2020 yaitu **“Achieving Exponential Growth Through Incremental Cost”** yang berarti bahwa Perseroan mengimplementasikan sumber daya yang optimal untuk mencapai pertumbuhan dan revenue yang maksimal. Hal ini sejalan dengan visi dan misi Perseroan sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa berbasis digital guna mendukung visi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia Tbk (“Telkom”) dan Group yaitu **“Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat”**.

02. KOMPOSISI DIREKSI SELAMA TAHUN 2020

Sepanjang Tahun 2020, Pemegang Saham Perseroan melakukan perubahan struktur Direksi Perseroan yang dilakukan berdasarkan Keputusan Para Pemegang Saham di Luar Rapat Umum Pemegang Saham tertanggal 24 Maret 2020 yaitu memberhentikan Sdr. Didik Budi Santoso dari jabatannya selaku Direktur, sehingga terhitung sejak tanggal tersebut hingga berakhirnya tahun buku 2020 susunan Direksi Perseroan adalah sebagai berikut

Direktur Utama	: Sdr. Widi Nugroho
Direktur Operasional	: Sdr. Setyo Budianto

03. STRATEGI DAN KEBIJAKAN PERSEROAN TAHUN 2020

Sejalan dengan visi Telkom Group yaitu **“Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat”**, Perseroan secara konsisten menjalankan kegiatannya melalui beberapa hal, yaitu optimalisasi portofolio guna memaksimalkan revenue Perseroan serta implementasi budaya kerja Perseroan yaitu **AKHLAK** sebagian bagian dari BUMN.

Adapun program Perseroan Tahun 2020 tersebut tercermin dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

OPTIMALISASI PORTOFOLIO GUNA MEMAKSIMALKAN REVENUE

Perseroan menerapkan *revenue stream* guna mendapatkan skala bisnis yang lebih besar dan pengelolaan aliran dana masuk ke dalam Perseroan secara efektif dan efisien. Selain itu, Perseroan melakukan pengukuran profitabilitas untuk menganalisis dan mengevaluasi kinerja keuangan sehingga dapat melihat prospek dan risiko bisnis Perseroan.

Adapun revenue stream Perseroan di Tahun 2019 terbagi atas 6 (enam) portofolio di bawah ini:

1. **Digital Advertising**, mempunyai fokus yakni menjadi tempat bertemunya 3 (tiga) pihak utama dalam bisnis Digital Advertising yakni *publisher*, *advertiser* serta *agency*. Keunggulan utama bisnis *Digital Advertising* yang ditawarkan perseroan adalah adanya fitur *targeting* yang bisa digunakan oleh pihak pengiklan untuk mendapatkan hasil *campaign* yang lebih maksimal. Produk *Digital Advertising* yang dikembangkan oleh Perseroan di antaranya adalah **Uzone.id** dan **UAds**.
2. **Digital Content**, merupakan layanan platform yang memberikan konten-konten dengan format video, audio, atau audio visual kepada para penggunanya. Beberapa produk Digital Content di antaranya adalah **IndiBox**, **Video Content Aggregator**, dan **iKonser**.
3. **Financial Services**, berfokus pada solusi pembayaran digital yang diantaranya adalah penyediaan alat bayar berbasis teknologi QR Code, dan penyediaan solusi pembayaran melalui perangkat selular, bertujuan untuk memudahkan pelanggan/customer Perseroan dalam mempersiapkan transaksi pembayaran secara digital. Adapun dalam bisnis Financial Service, Perseroan menembangkan dan atau memasarkan beberapa produk diantaranya **Qren**, **Bila**, **Cellum**, dan **Dila**.
4. **B2B Commerce**, merupakan subdirektorat yang yang berfokus untuk melakukan penjualan produk atau jasa melalui online dari bisnis ke bisnis (B2B). Produk B2B Commerce meliputi **Xooply**, **PaDi UMKM**, **Logee**, dan **SIPLah Blanja**.

5. **Big Data**, penyediaan platform aplikasi yang mampu mengelola data yang kompleks secara terpusat untuk membangun dan memberikan solusi bagi pengguna, yang meliputi layanan Data and Business Solution, API Business, Digital Learning, dan Scale Up Management. Produk Big Data di antaranya **BigBox, Indigo, Amoeba, Pijar Mahir, dan Kerja Indonesia**.

6. **Communication Services**, adalah unit baru yang dibentuk untuk mencari opportunity dari Value Added Services (VAS) bisnis line Telkom Group yang masih didominasi oleh bisnis connectivity. Dengan basis customer Telkom Group yang besar, tentunya masih banyak opportunity solusi VAS digital yang dapat ditawarkan ke market Telkom Group maupun non-Telkom Group, baik dalam bentuk B2B maupun B2C. Beberapa layanan VAS adalah **Travel Aja, Smart Security Camera, Voice Platform berbasis Internet Protokol, dan manage service portal WiFi.id**.

Selain 6 (enam) portfolio tersebut di atas, Perseroan mendapatkan kepercayaan dari Telkom untuk menjalankan fungsi sebagai **intermediary company** yang berperan untuk mengembangkan dan meningkatkan skala bisnis dan organisasi dari digital *startup* **Amoeba** yang diinisiasi oleh Telkom. Metra-Net menjalankan fungsi *intermediary company* melalui proses *scale-up management* dengan menguatkan fase **Go to Market**.

Berbagai inisiatif bisnis juga dijalankan oleh Perseroan dalam rangka memaksimalkan kinerja Perseroan. Beberapa inisiatif yang telah dilakukan di antaranya adalah peluncuran channel **iKonser** di awal tahun 2020, peluncuran **PaDi UMKM** pada Agustus 2020, penandatanganan Shareholder Agreement dengan **RUN System** pada Agustus 2020, dan launching **BigBox Satu Data Indonesia** pada akhir tahun 2020. Inisiatif bisnis tersebut menguatkan portofolio Perseroan sebagai **digital company terdepan di Indonesia**.



IMPLEMENTASI BUDAYA KERJA AKHLAK

Sejak ditetapkan core values AKHLAK di lingkup Kementerian BUMN oleh Menteri BUMN Erick Thohir pada Juli 2020, Perseroan turut serta dalam mengimplementasikan dan menyosialisasikan core values AKHLAK kepada seluruh karyawan Metra-Net. **AKHLAK merupakan akronim dari Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif.**

Amanah yakni setiap individu di Metra-Net harus memegang teguh kepercayaan yang diberikan dalam mengemban tugas yang telah diberikan. **Kompeten**, yaitu semangat untuk terus belajar dan mengembangkan kapabilitas kemampuan. **Harmonis** adalah rasa saling peduli dan menghargai perbedaan antar sesama individu di lingkungan kerja. Sedangkan **Loyal** berarti memiliki dedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara. Lalu **Adaptif**, yaitu keinginan untuk terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan. Terakhir **Kolaboratif** yakni membangun kerja sama yang sinergis.

AKHLAK diharapkan dapat menjadi akar yang kuat dan kokoh serta menjadi pedoman bagi seluruh karyawan dalam bertindak dan berperilaku. Sehingga hal ini dapat mendukung pertumbuhan bisnis yang semakin berkembang.

Implementasi budaya kerja **AKHLAK** telah dilakukan melalui berbagai program corporate culture di antaranya **town hall meeting, Kipas Budaya, Halalbihalal, upacara peringatan HUT ke-75 RI, dan peringatan hari besar lainnya.**

04. KINERJA PERSEROAN & ANAK PERUSAHAAN TAHUN 2020

KINERJA PERSEROAN TAHUN 2020 SECARA KONSOLIDASI

Dengan kemampuan internal, dukungan parenting yang tepat, serta pengawasan jalannya kegiatan usaha Perseroan beserta anak perusahaan yang memadai, Perseroan menutup tahun 2020 dengan pencapaian yang **memuaskan**. Perseroan beserta anak perusahaan atau secara konsolidasi berhasil mencapai *Triple Double-Digit Growth* dengan mencatatkan revenue **Rp 1.763 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **19 %** dari tahun 2019, EBITDA **Rp 161 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **65 %** dari tahun 2019 dan Net Income **Rp 35 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **11 %** dari tahun 2019.

KINERJA PERSEROAN DAN ANAK USAHA TAHUN 2020

Secara organik (unconsolidated), Perseroan membukukan pencapaian revenue sebesar **Rp 398 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **16 %** dari tahun buku 2019, EBITDA sebesar **Rp 5 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **293 %** dari tahun buku 2019, dan Net Income sebesar **Rp -9 miliar** atau penurunan sebesar **- 252 %** dari tahun buku 2019 disebabkan oleh **impairment Cellum**.

PT. Melon Indonesia (“MelOn”) yang merupakan anak usaha terkonsolidasi Perseroan dengan total kepemilikan saham Perseroan mencapai **52 %** (lima puluh dua persen) dari seluruh saham yang telah ditempatkan dan disetor penuh dalam MelOn membukukan pencapaian revenue **Rp 1.373 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **20 %** dari tahun buku 2019, EBITDA **Rp 170 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **58 %** dari tahun buku 2019, dan Net Income **Rp 91 miliar** dengan pertumbuhan sebesar **75 %** dari tahun buku 2019

Pencapaian Perseroan dan Anak Usaha selama tahun buku 2020 dikontribusi dari portfolio **Digital Advertising** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 52 miliar**, **Financial Services** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 36 miliar**, **Digital Content** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 15 miliar**, **B2B Commerce** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 107 miliar**, **Big Data** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 167 miliar**, dan **Communication Services** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 14 miliar**. **Games & OTT** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 898 miliar**, dan **Music** berhasil mencatatkan revenue sebesar **Rp 480 miliar**.

Menutup tahun 2020, Perseroan beserta entitas anak telah diaudit oleh auditor independen (**EY – Purwantono, Sungkoro & Surja**) dan berdasarkan Laporan **No. 00174/2.1032/AU.1/05/0687-4/1/III/2021** tanggal **3 Maret 2021**, laporan keuangan perseroan dinyatakan **Wajar**.



05. PENUTUP

Seluruh pencapaian di tahun 2020 merupakan landasan utama bagi Perseroan untuk menjadi perusahaan yang lebih besar terlebih dengan status Perseroan sebagai Holding Company. Ke depannya, Perseroan akan difokuskan dalam pengelolaan anak perusahaan di industri digital dan mampu membawa visi Telkom Group untuk **“Menjadi Digital Telco Pilihan Utama untuk Memajukan Masyarakat”**.

Direksi Perseroan menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya atas dukungan Pemegang Saham, Dewan Komisaris, para mitra bisnis serta para pemangku kepentingan, sehingga Perseroan dapat mencapai kinerja yang sangat baik sepanjang tahun 2020. Tidak lupa Direksi Perseroan menyampaikan apresiasi yang tinggi kepada jajaran manajemen dan seluruh karyawan atas dedikasi dan kerja kerasnya dalam memastikan pencapaian kinerja yang luar biasa ini. Selanjutnya kami mengajak seluruh jajaran manajemen dan karyawan untuk bekerja lebih keras dan cerdas guna mencapai kinerja yang lebih baik lagi di masa mendatang.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu melindungi kita dan memberikan kesehatan.

Jakarta, 3 Maret 2021

Hormat kami,
Atas Nama Direksi PT METRA-NET

DIDIK BUDI SANTOSO

DIREKTUR UTAMA



PT METRANET'S PROFILE

02



PROFIL

PT METRA-NET





PROFIL PT METRA-NET

TENTANG PT METRA-NET

Metra-Net merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang berdiri sejak 17 April 2009 yang memiliki **visi menjadi mitra monetisasi yang paling handal dalam industri online** dan misi Metra-Net adalah membawa pengalaman digital melalui keahlian terintegrasi dan kemitraan strategis **pelanggan**. Selain itu kepemilikan saham terbesar yaitu **Telkom Indonesia** sebesar **72,097%**, **Telkom Metra** **27,902%** dan **MDI** sebesar **0,001%**.

Mulai tahun 2015 Metra-Net fokus pada **2 (dua) portofolio** yaitu **Digital Payment (UPoint)** dan **Digital Advertising (UAd)** dengan tagline "*Help You Monetize More*". Pada November 2016, Metra-Net **menjadi perusahaan induk sejak membeli 52% saham PT Melon Indonesia** untuk memperkuat bisnis konten digital. Tahun 2018, untuk memperkuat bisnis *Financial Service*, Metra-Net **mengakuisisi perusahaan asal Eropa yaitu Cellum Global Zrt sebesar 30,4%** Pada tahun 2020, Metra-Net menjadi pemegang saham **10,83% atas RUNSystem**.

Sejalan dengan Strategi Perusahaan PT Telkom Indonesia Tbk, Metra-Net Holding berfokus pada **6 (enam) portofolio** yaitu **Digital Content, Digital Advertising, Financial Services, Commerce, Big Data, and Communication Services**.





PROFIL DEWAN KOMISARIS

M. FAJRIN RASYID

Komisaris Utama

Muhamad Fajrin Rasyid lahir di Jakarta pada 11 September 1986 dan merupakan milenial pertama yang menduduki jabatan direksi PT Telkom Indonesia. Ia menempuh studi jurusan Teknik Informatika di Institut Teknologi Bandung (ITB) pada 2004 hingga 2008 dengan IPK 4,0. Sempat menjadi mahasiswa pertukaran pelajar di Daejeon University, Korea Selatan pada tahun 2008. Kemudian beliau melanjutkan studinya di Harvard Business School pada 2018 dan Stanford University Graduate School of Business pada 2019 di Amerika Serikat.

Setelah tamat dari ITB, Fajrin menjadi konsultan di The Boston Consulting Group yang bertanggung jawab pada industri di Asia Tenggara. Ia sempat menjadi Co-Founder dan CEO Suitmedia, sebuah digital agency yang fokus pada teknologi. Selanjutnya, bersama dua rekannya yang juga alumni ITB, Ahmad Zaky dan Nugroho Herucahyono, Fajrin merintis dan membesarkan startup Bukalapak. Selama tujuh tahun Fajrin Rasyid menjabat sebagai Chief Finance Officer (CFO) dan pada 2018 diangkat sebagai Presiden Bukalapak.





PROFIL DEWAN KOMISARIS

TORKIS ROPINDA SIHOMBING

Komisaris

Torkis Ropinda Sihombing memulai karir di Telkom Group pada Department Research & Development Tahun 1993, setelah menyelesaikan studinya dari ITB. Bidang utamanya adalah Strategi dan Portfolio Management yang didukung kemampuan Finansial Modeling. Beberapa seminar dan pelatihan terkait Strategi, Portfolio Management dan Financial Modeling telah diikuti, baik di dalam maupun luar negeri.

Beliau pernah menjabat sebagai AVP Financial & Portfolio Planning dan kemudian menapaki karir sebagai VP Portfolio Management. Saat ini beliau dipercaya untuk menjabat sebagai VP Corporate Strategic Planning Telkom Group yang bertanggung jawab terhadap penyusunan dokumen Corporate Strategy Telkom Group. Pengalaman menyusun dokumen Strategy Telkom Group merupakan sebuah tantangan tersendiri, mengingat Telkom Group adalah perusahaan besar yang sedang bertransformasi menuju digital. Beliau sangat berharap Telkom dan seluruh anak perusahaannya mampu menjadi leading company di bidangnya.





PROFIL DIREKSI

WIDI NUGROHO

Direktur Utama

Widi Nugroho dilahirkan di Malang, 17 Juni 1968. Beliau adalah lulusan ITB jurusan Teknologi Informasi pada tahun 1991 dan memperoleh gelar Master of Information and Communication Technology pada tahun 1996 serta Master of Commerce (Business Information System) tahun 1997 dari University of Wollongong Australia.

Perjalanan kariernya dimulai pada tahun 1999 dan pernah menduduki posisi penting seperti EVP Strategic Planning & Synergy PT Multimedia Nusantara (Telkom Metra), Chief Executive Officer PT Melon Indonesia (2015-2017) dan Direktur Utama PT Metra-Net (2017-sekarang).

Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur Utama PT Metra-Net. Beliau juga aktif di berbagai organisasi profesional seperti Indonesian Telematics Community.





PROFIL DIREKSI

SETYO BUDIANTO

Direktur Operasional

Seyo Budianto dilahirkan di Kendal, 21 Desember 1972. Beliau adalah lulusan STT Telkom jurusan Telekomunikasi pada tahun 1995 dan memperoleh gelar Master jurusan Teknologi dan Informasi dari ITS Surabaya, tahun 2003. Selain itu, Beliau juga pernah menempuh pendidikan di Thunderbird School of Global Management (International Leadership).

Perjalanan kariernya dimulai pada tahun 1996 dan pernah menduduki posisi penting seperti Manager Optimization Coverage Area TelkomFelexi (2010-2011), GM Business Development at Metra-Net (2011 – 2013), VP IT & Business Development at Metra-Net (2013-2015), EVP Business Operations (2015-2017), dan Director of Business Development at Metra-Net (2017-sekarang). Beliau pernah mengikuti Global Talent Program (GTP) di Korea Selatan dan Jepang (2013-2014) dan juga aktif di organisasi profesional seperti Indonesian Telematics Community.





VISI[↗]

*To become most reliable monetizing
partner in online industry*



MISI[↗]

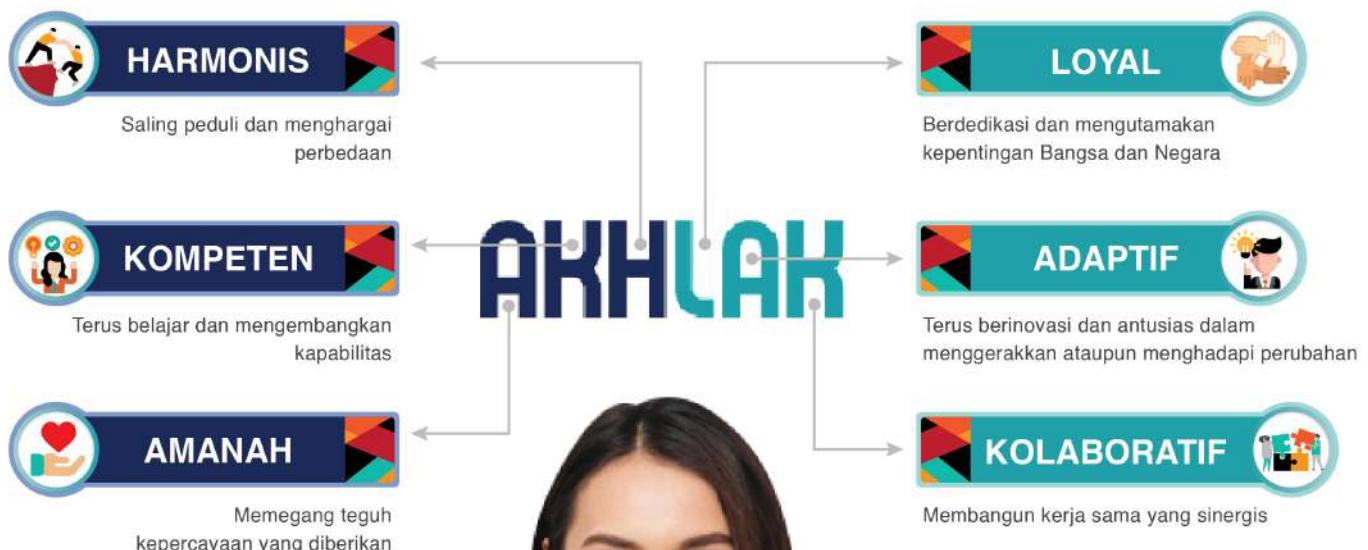
*Strengthening presence in the industry
by providing reliable platform to gain
double digit growth*



BUDAYA PERUSAHAAN

Sebagai Core Values di lingkup Kementerian BUMN, Metra-Net juga mengimplementasikan Core Values AKHLAK BUMN. AKHLAK merupakan nilai-nilai utama Sumber Daya Manusia Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang harus diadopsi oleh seluruh Perusahaan di bawah Kementerian BUMN agar setiap Sumber Daya Manusia BUMN mengetahui, mengimplementasikan, dan menginternalisasikan Nilai Nilai Utama (Core Values) tersebut secara sungguh- sungguh, konsisten, dan konsekuensi, sehingga melahirkan perilaku keseharian dan membentuk budaya kerja BUMN yang selaras dengan Nilai Nilai Utama (Core Values) BUMN.

CORE VALUES





Untuk memberikan spirit budaya kerja yang sesuai dengan target korporasi yang akan dicapai setiap tahunnya, maka setiap pergantian tahun, Perseroan menetapkan ***culture tagline*** sebagai berikut :

2020

ACHIEVING EXPONENTIAL GROWTH THROUGH INCREMENTAL COST



Achieving Exponential Growth
Through Incremental Cost

■ **SPIRIT :**

Exponential Growth, Scaling Up, Incremental Cost

■ **FOCUS ON :**

1. Metra-Net transformation *CFU to FU*
2. *Establishing Metra-Net as intermediary stage to Scale Up digital business at Telkom Group*

■ **KEY PROGRAM :**

1. *Leveraging internal capabilities to boosting them to scale-up, and generate significant values*
2. *Empowering Great Platform for strengthening Metra-Net core and digital business*
3. *Making internal business process automation by digitization & digitalization to accelerate & leverage business achievement at incremental cost*



AKTIVASI BUDAYA PERUSAHAAN



Town Hall
Meeting I



Town Hall
Meeting II dan
Halalbihalal



Town Hall
Meeting III



Town Hall
Meeting II
Direktur DB



Town Hall
Meeting IV



Rapat Umum
Pemegang
Saham 2020



RAGAB
Januari
2020



Upacara
Hari Pahlawan



Upacara
Hari Lahir
Pancasila



Kipas
Budaya

Tukar
Kado
2020



Kunjungan
Direktur
Digital
Business
Telkom ke
Metra-Net



Upacara
Peringatan
HUT ke-75 RI



Upacara
Hari Kesaktian
Pancasila



Sosialisasi
AKHLAK
Telkom
Group



TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK

Perseroan memiliki komitmen untuk menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (Good Corporate Governance – GCG) sebagai pedoman dalam pengelolaan Perusahaan pada setiap aktivitas dan pada setiap tingkat organisasi. Dalam menjalankan implementasi tata kelola Perusahaan, Perseroan senantiasa merujuk kepada berbagai perundang-undangan, peraturan dan ketentuan yang berlaku secara umum.

Dengan menerapkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik secara konsisten, Perseroan berharap dapat menjadi lebih profesional, transparan dan efisien sehingga dapat memaksimalkan nilai Perseroan bagi para pemangku kepentingan dalam bentuk meningkatnya kinerja (nilai Perseroan dalam jangka panjang) serta citra Perseroan (corporate image).





PROFIL PT METRA-NET

TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK

Kesuksesan suatu perusahaan merupakan hasil kerja keras dari para karyawannya. Setiap karyawan telah menunjukkan kemampuannya secara maksimal sebagai aset yang berharga bagi perusahaan. Di era digital ini, kesuksesan Metra-Net akan ditentukan oleh kemampuan Perseroan dalam merekrut, melatih dan mengembangkan talent-talent terbaik.

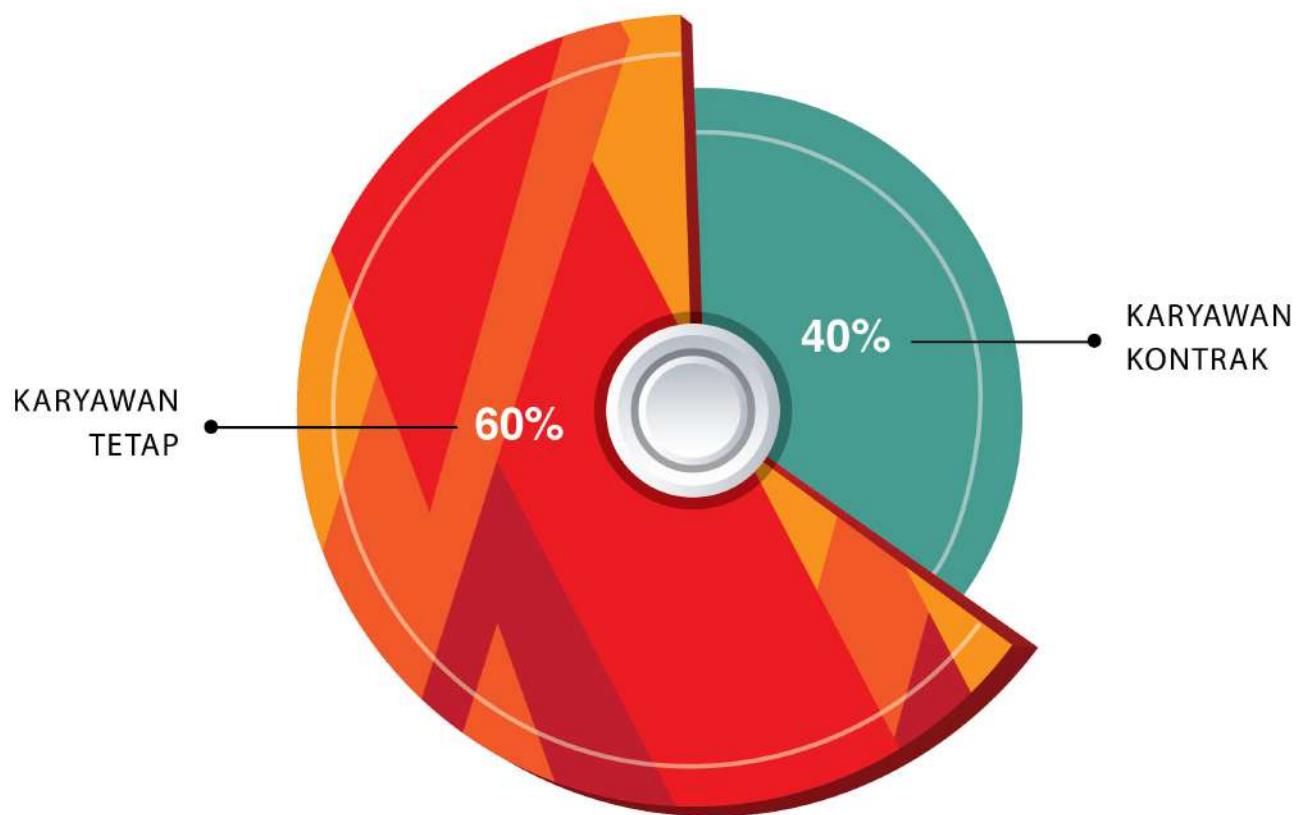
Perseroan melakukan proses pengelolaan sumber daya manusia yang tepat dan berorientasi digital, pengembangan karier, remunerasi yang kompetitif, serta culture activation yang konsisten; dengan tujuan agar mampu bersaing menjadi salah satu perusahaan terbaik di industri digital.





DEMOGRAFI KARYAWAN

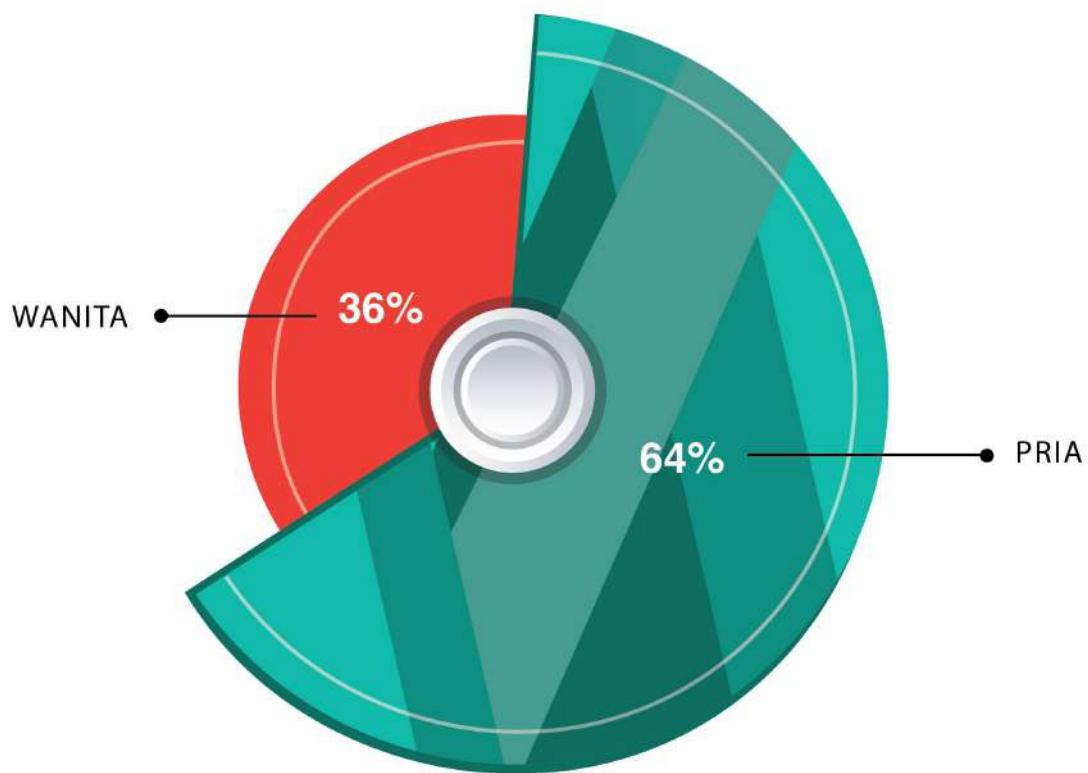
STATUS KARYAWAN 2019



- Pada tahun 2020, jumlah karyawan Metra-Net sebanyak **197** orang, dengan jumlah karyawan tetap sebanyak **119** orang atau **60%** dan karyawan kontrak sebanyak **78** orang atau **40%**.
- Pada tahun 2020, jumlah karyawan mengalami pertumbuhan sekitar **65,5%** dari tahun sebelumnya. Hal ini disebabkan terjadinya **perpindahan dari karyawan Metraplaza ke Metra-Net**.

TOTAL KARYAWAN

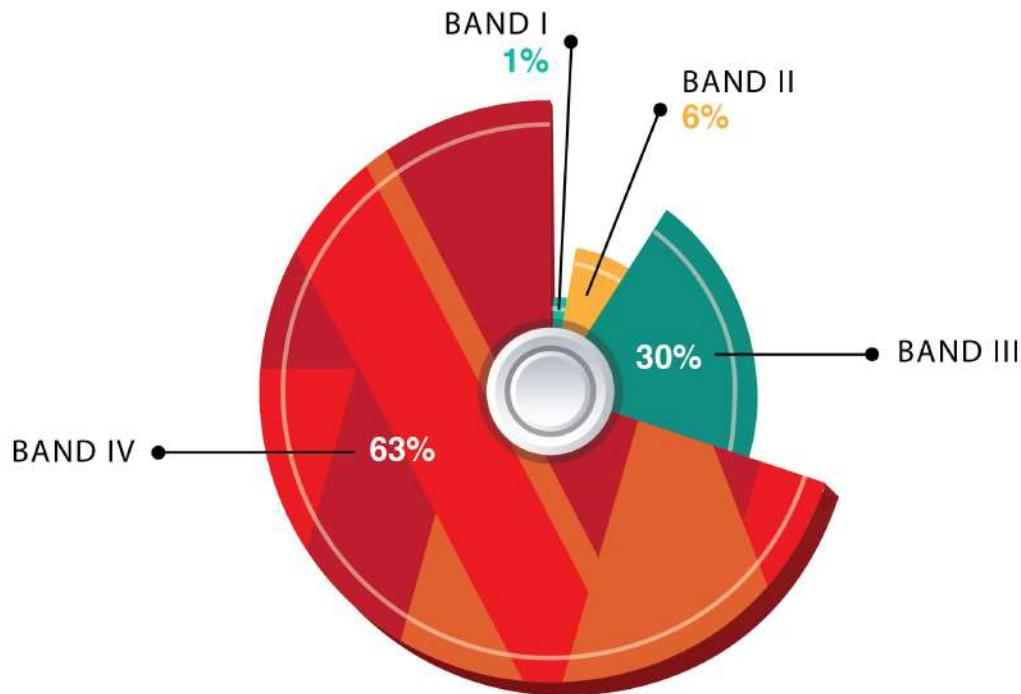
BERDASARKAN JENIS KELAMIN



- Berdasarkan jenis kelamin, komposisi karyawan didominasi oleh **64%** karyawan laki-laki atau sebanyak **127** orang. Sedangkan jumlah karyawan perempuan sebanyak **36%** persen atau **70** orang. Kondisi ini terjadi karena sebagian besar karyawan memiliki latar belakang pendidikan Teknologi & Informasi.
- Dominasi tenaga kerja laki-laki memberikan indikasi bahwa **jumlah jam kerja produktif relatif lebih banyak**, mengingat persentase kekurangan jam kerja akibat cuti kelahiran juga relatif lebih rendah.

TOTAL KARYAWAN

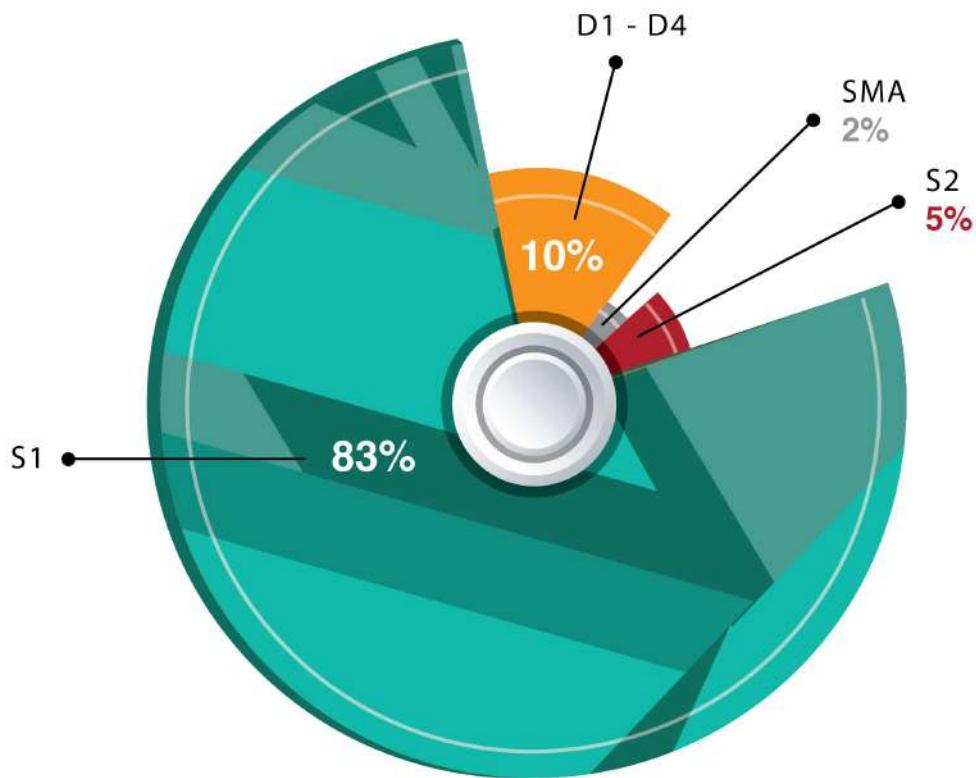
BERDASARKAN BAND POSISI



- Demografi karyawan sesuai band posisi jabatan mengikuti pola piramida, dengan komposisi terbanyak adalah **level Executive (Band IV)**, diikuti dengan level Manager (Band III), General Manager (Band II), dan Vice President (Band I).
- Job level I sebanyak **2** orang, job level II sebanyak **11** orang, job level III sebanyak **59** orang, dan job level IV sebanyak **125** orang.
- Jenjang level dalam organisasi relatif **sederhana, tidak mencirikan birokrasi dan hirarki**. Dengan organisasi seperti ini akan memudahkan dalam proses pengambilan setiap keputusan. Selain itu, akan mendorong terciptanya kreativitas dan ide-ide baru.
- Untuk mempercepat proses business delivery sesuai tuntutan revolusi industri digital, diterapkan **flexible organization** melalui pola organisasi **tribe-squad-chapter** di unit-unit bisnis yang dikelola oleh Perseroan.
- Proses kaderisasi melewati alur yang memungkinkan organisasi mendapatkan **talent terbaik dari sumber internal**.

TOTAL KARYAWAN

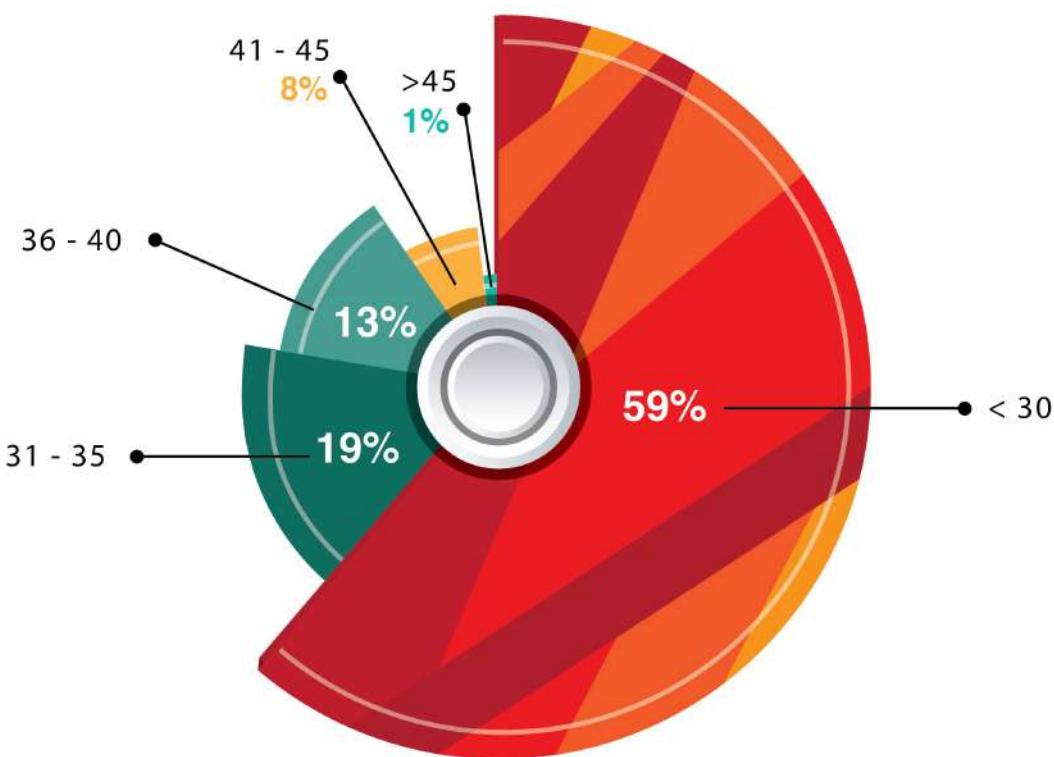
BERDASARKAN LATAR PENDIDIKAN



- Pendidikan karyawan didominasi oleh level Pendidikan Strata-1 (S1) yaitu sebanyak **163** orang, kemudian Diploma sebanyak **20** orang, dan Strata-2 (S2) sebanyak **9** orang.
- Organisasi **mempertimbangkan penerimaan karyawan pendidikan setingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), dengan syarat** kandidat karyawan tersebut memiliki kompetensi khusus dan pengalaman kerja spesifik yang menjadi nilai tambah dan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pencapaian target bisnis organisasi. Syarat lain adalah calon karyawan tersebut dalam kondisi sedang melanjutkan pendidikan Diploma atau S1.

TOTAL KARYAWAN

BERDASARKAN RENTANG USIA

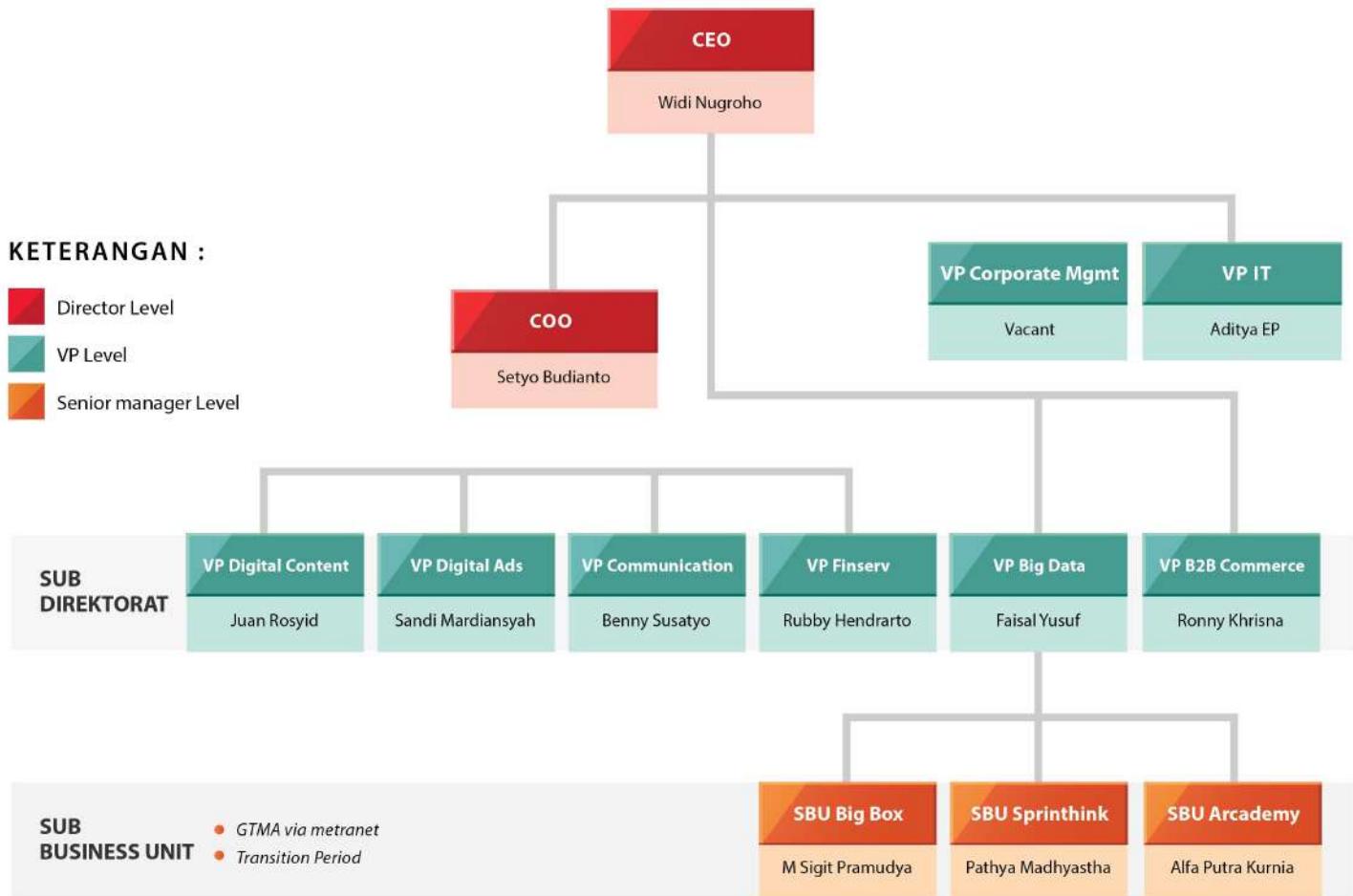


- Sebagai perusahaan yang bergerak di industri digital, organisasi didominasi oleh karyawan-karyawan dengan rentang usia sekitar kurang dari 30 tahun yaitu sebanyak **106** orang. Sedangkan rentang usia 31-35 tahun sebanyak **35** orang, 36-40 tahun sebanyak **24** orang, 41-45 tahun sebanyak **15** orang, dan > 46 tahun sebanyak **1** orang.
- Karyawan-karyawan usia muda atau **Generasi Millennials** memiliki karakteristik yang khas, sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan industri digital.
- Dalam jangka waktu **2-5 tahun ke depan**, **Perseroan memiliki cukup Sumber Daya Manusia (SDM)** dari **Generasi Millennials**. Namun mereka masih perlu dibina dan dikembangkan menjadi talent yang potensial ke depannya.
- Untuk kebutuhan para talent tersebut, **organisasi perlu serius membangun budaya yang sesuai** dengan tuntutan bisnis dan karakteristik Generasi Millennials.

STRUKTUR ORGANISASI

KETERANGAN :

- Director Level
 - VP Level
 - Senior manager Level





PORTOFOLIO BISNIS
PERUSAHAAN



C O R P O R A T E B U S I N E S S P O R T F O L I O

04



04



PORTOFOLIO BISNIS PERUSAHAAN

BUSINESS PORTFOLIO



DIGITAL CONTENT

DIGITAL ADVERTISING

B2B COMMERCE

FINANCIAL SERVICES

BIG DATA

COMMUNICATION

IndiBOX

Uzone.id

kooply

finbox

BIGBOX

@wifi.id

ViCA

UAds

PaDi UMK

QRen

pijar

Travel Aja!

it-konser

MARTETIZ

HALOGEET

BILA

Indigo

IndiPhone

SIPLAH.
BLANJA

bonum

AMOEBA

MelOn

cellum

RUN System

REACH

Customer Base

Distribution

INSIGHT

Traffic Data

Transaction

Billing & Payment

PLATFORM

INFRASTRUCTURE

Data Center

Fixed Broadband

Mobile Broadband

Fixed Wireless Broadband

DIGITAL CONTENT

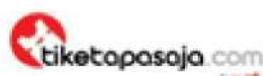
Digital Content adalah konten dalam beragam format, baik teks atau tulisan, gambar, video, audio atau kombinasinya yang diubah oleh mesin pembaca ke dalam bentuk kode sehingga dapat dibaca, ditampilkan atau dimainkan oleh mesin digital. Fitur Digital Content adalah OTT TVV. Beberapa produk tersebut diantaranya adalah IndiBox, Upoint, Dunia Games, Tiketapasaja, Kerjaindonesia, Digischool, dan LangitMusik.



IndiBox



ikonser



Video Content Aggregator

UPOINT.ID

Easy, Fast and Fun

DIGITAL ADVERTISING

Digital Advertising merupakan media penjualan dan promosi berbasis digital. Perusahaan menggunakan digital advertising untuk membangun brand image dan produk atau jasa kepada pelanggan. Iklan bisnis dengan format digital advertising diaktifkan secara online serta muncul di berbagai kanal digital seperti smartphone. Di antara produk digital advertising adalah Uzone dan UAds.



FINANCIAL SERVICES

Financial Services adalah bidang usaha jasa pembiayaan keuangan non-bank. Bidang usaha ini terbagi ke dalam dua jenis, yaitu retail dan korporasi. Fitur yang ditawarkan berupa Biller Aggregator, Merchant Aggregator, dan Co-Branding. Sedangkan produk Financial Services adalah Finbox, Qren, Bila, dan Cellum.





B2B COMMERCE

B2B Commerce adalah penjualan dan pemasaran barang atau jasa melalui sistem internet (website) dengan instansi atau perusahaan yang menjadi customer.



BIG DATA

Big Data adalah kumpulan data yang lebih besar dan lebih kompleks, terutama dari sumber data baru. Set data ini sangat banyak sehingga software pemrosesan data tradisional tidak dapat mengelolanya. Namun, sejumlah besar data ini dapat digunakan untuk mengatasi masalah bisnis yang sebelumnya tidak dapat ditangani. Smart Platform adalah platform cerdas yang mengelola data secara terpusat, yang berfungsi sebagai big data aplikasi ke dalam satu solusi untuk membangun, mendistribusi dan mengelola Big Data. Produk-produk Big Data dan Smart Platform di antaranya BigBox, Run System, Amoeba, Pijar, dan Indigo



COMMUNICATION SERVICES

Unit bisnis Communication Services adalah unit yang dibentuk untuk mencari opportunity dari Value Added Services (VAS) bisnis line Telkom Group yang masih didominasi oleh bisnis connectivity. Dengan basis customer Telkom Group yang besar, tentunya masih banyak opportunity solusi VAS digital yang dapat ditawarkan ke market Telkom Group maupun non Telkom Group, baik dalam bentuk B2B maupun B2C. Beberapa layanan VAS adalah Travel Aja, Smart Security Camera, Voice Platform berbasis Internet Protokol, dan manage service portal WiFi.id



PRODUK & LAYANAN

IndiBOX



IndiBox merupakan produk yang menyediakan layanan OTT dengan menggunakan akses internet untuk pelanggan IndiHome yang berbasis perangkat Android TV Box/Smart Box

LangitMusik adalah platform streaming musik digital yang dapat mengunduh musik secara legal tanpa dikenakan biaya data dan tanpa batas.



UPoint merupakan sebuah solusi bagi seluruh lapisan masyarakat untuk melakukan transaksi pembelian secara virtual untuk melakukan transaksi pembelian secara virtual untuk beragam konten digital

tiketapasaja.com

Tiketapasaja melayani secara profesional untuk pembelian tiket box secara online dan offline dengan berbagai macam event konser musik Nasional maupun Internasional.



Duniagames merupakan portal berita, download games, dan beli voucher games terpercaya di Indonesia dengan lebih dari 500 gamers tergabung di dalam fan page.

iKonser

iKonser merupakan channel konser musik berbayar pertama di dunia dengan model berlangganan dan video-on demand.

uzone.id

Informasi
Teknologi
Terkini

Uzone adalah media atau news portal yang fokus pada pemberitaan teknologi dan otomotif.

UAds

Your Advertising Solutions

UAds merupakan layanan Ad Exchange yang menghubungkan antara advertiser dan advertisee di Indonesia.



NSP adalah produk yang ditujukan untuk mengekspresikan keunikan, kepribadian, serta menjaga suasana penelepon agar tetap terhibur.



QRen adalah layanan yang menghubungkan penjual dengan penerbit alat bayar dengan teknologi Quick Response (QR) code.



BILA Bisnis Co Branding DILA adalah penyediaan bisnis pemanfaatan platform transaksi e-money Telkom, pemanfaatan lisensi yang diberikan Bank Indonesia kepada Telkom



Cellum merupakan penyedia solusi terkemuka yang membuat pembayaran melalui perangkat seluler lebih aman dan nyaman.



Bonum adalah aplikasi kasir digital (point of sales) tanpa biaya untuk para pelaku UMKM di Indonesia.



Finbox merupakan sebuah platform Digital Touch Point yang dikembangkan oleh Metra-Net dalam rangka menyediakan kemudahan bagi Personal maupun Bisnis dalam mendapatkan layanan produk-produk digital yang meliputi produk Financial Service (Biller, Pulsa, Token Listrik, ZIS, Payment Gateway dll) dan produk digital Metra-Net Lainnya seperti registrasi IndiBox, registrasi Netflix, Digital Content untuk TV android dll.



Xooply adalah platform yang menyediakan kebutuhan bisnis seperti stationary, consumer goods, electronic, custom product, dan berbagai produk serta layanan lainnya yang ditujukan bagi perusahaan.



SIPLAH Blanja (Sistem Informasi Pengadaan Sekolah) Blanja merupakan platform pengadaan barang/jasa di sekolah melalui Bantuan Operasional Sekolah (BOS) Kementerian pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud).



Logee adalah layanan digital yang mempertemukan supply-demand antara pemilik barang (Cargo Owner) dengan pengangkut barang (Trucker) secara mudah, cepat dan transparan, yang didukung fitur-fitur digitalisasi, pencarian armada, invoice, trace-tracking, digital and smart contract, reporting yang memberikan win-win solution kepada Cargo Owner dan Trucker.



PaDi UMK Pasar Digital UMKM adalah sinergi BUMN untuk meningkatkan ekonomi UMKM melalui platform pegadaan serta pemasaran B2B dan B2C. Dan melalui platform Control Tower dapat dilihat transaksi yang dilakukan oleh BUMN kepada UMKM yang menjadi binaan maupun partner



BigBox adalah layanan platform dengan fitur pengembangan berbasis big data di Indonesia.



Amoeba Pasar Digital UMKM adalah sinergi BUMN untuk meningkatkan ekonomi UMKM melalui platform pegadaan serta pemasaran B2B dan B2C. Dan melalui platform Control Tower dapat dilihat transaksi yang dilakukan oleh BUMN kepada UMKM yang menjadi binaan maupun partner .



Pijar merupakan produk dan layanan ekosistem edukasi di Indonesia secara end-to-end berupa platform pembelajaran berbasis digital untuk mendukung terciptanya SDM unggul Indonesia yang kompeten, inovatif, dan siap kerja.



Wifi.id adalah jaringan internet nirkabel yang disediakan untuk publik.



TravelAja merupakan penyediaan service platform yang fokus pada corporate travel management.



Indiphone merupakan aplikasi mobile untuk phone extender.

KERJASAMA STRATEGIS

Let's Talk Music with Armada Launching Single "Awas Jatuh Cinta"



20 Januari 2020

Langit Musik memberikan kejutan spesial Pada tanggal 30 Januari 2020. Disiarkan secara live streaming launching lagu dan video klip 'Awas Jatuh Cinta' dari Armada.

Kerja Sama Monetisasi Data dengan Dentsu Aegis Network



21 Januari 2020

Untuk mengoptimalkan monetasi data untuk layanan advertising, Metra-Net melalui Tribe Digital Advertising bekerja sama dengan salah satu perusahaan periklanan global terkemuka, Dentsu Aegis Network (Iprospect Valukik).

Acara Peluncuran Channel i-Konser



29 Januari 2020

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk lewat brand IndiHome & PT Metra-Net mengadakan peluncuran channel i-Konser. i-Konser merupakan channel konser musik berbayar pertama di dunia dengan model berlangganan dan video-on demand.

Game Lokapala Close Beta di Indonesia Electronic Game Show 2020



31 Januari - 2 Februari 2020

PT Melon Indonesia bersama Dunia Games sebagai Publisher dari Lokapala, Game Karya Anak Bangsa dengan genre Multiplayer Online Battle Arena (MOBA) ini unjuk gigi pada Indonesia Electronic Game Show 2020 yang berlangsung selama 3 hari.

Sosialisasi Penggunaan QRREN di Seluruh Outlet Green Nitrogen Jabodetabek



11 Februari 2020

Metra-Net sebagai business owner QRen bekerja sama dengan PT Global Insight Utama yang bergerak di bidang pengisian Green Nitrogen yang tersebar di seluruh Indonesia sebanyak 630 outlet. Kerja sama ini mencakup penggunaan Qren untuk melakukan transaksi pengisian di outlet Green Nitrogen.

Park Jihoon Concert



xxx

Canal Global Media bekerja sama dengan Tiketapasaja selaku exclusive official ticketing parner menggelar acara Park Jihoon Fancon Asia Tour 2020 di ICE BSD hall 5, BSD City Tangerang.

Webinar Big Data and Digital Solution ke DWS



03 April 2020

Telah dilaksanakan Webinar yang difasilitasi oleh TCU WINS Academy melalui Zoom. Kegiatan Webinar ini diikuti sebanyak 54 peserta dari rekan DWS dan Metra-Net. Dalam Webinar ini menjelaskan 6 produk unggulan yang disosialisasikan sesuai dengan kebutuhan dari DWS itu sendiri yaitu Big Data (Bigbox, Bagidata, Sprinthink), Smarteye, Vutura, Privy ID, Amtiss, dan Netmonk (Ketitik).

Metra-Net sebagai Partner Google Cloud untuk Produk G Suite



06 Mei 2020

Metra-Net telah resmi menjadi salah satu partner Google Cloud untuk Produk G Suite. Kerjasama ini melingkupi sebagai reseller atau go to market (GTM) produk G Suite. Diharapkan Metra-Net dapat menjadi reseller produk G Suite khususnya untuk semua subsidiary Telkom Group yang menggunakan layanan G Suite.

Yura An Intimate Stream Concert



20 Juni 2020

Konser online “Yura an Intimate Stream Concert” telah ditayangkan pada 20 Juni 2020 di platform tiketapasaja.com pukul 19.00 WIB.

Kerja Sama QRen dengan Kitabisa



10 Juli 2020

Metra-Net & Yayasan Kitabisa melakukan inisiasi kerjasama implementasi teknologi pembayaran QRen. Dengan adanya kolaborasi ini, pengguna Kitabisa yang ingin melakukan donasi kepada masyarakat yang membutuhkan dapat berdonasi dengan cara scan QR yang difasilitasi QRen.

Kick Off Project Big Data (BigBox) di Kementerian Pertanian RI



05 Agustus 2020

Telah dilaksanakan penunjukan pemenang Tender LPSE di Kementerian

Pertanian RI untuk kegiatan Pengadaan Platform Big Data Analitik Tahun 2020 pada Satuan Kerja Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian.

Penandatanganan Perjanjian Kerja Sama Antara PT Metra-Net dan PT INTI



07 Agustus 2020

PT Metra-Net melakukan penandatanganan Perjanjian Kerja Sama (PKS) dengan PT Industri Telekomunikasi Indonesia (INTI) yang dilakukan secara virtual di Google Meet. Kerja sama ini mencakup dua hal, yaitu penyediaan Android TV dan mesin EDC.

Penandatanganan Shareholder Agreement PT Metra-Net dan RUNSystem



12 Agustus 2020

PT Metra-Net telah melakukan proses penandatanganan Shareholder Agreement dengan PT Global Sukses Solusi (RUNSystem) yang dilakukan di kantor Metra-Net di Pancoran, Jakarta Selatan. Penandatanganan Shareholder Agreement ini dilakukan langsung oleh Direktur Utama PT Metra-Net Bapak Widi Nugroho dan Direktur Utama RUNSystem Sony Rachmadi Purnomo.

Live Instagram with Rossa Bareng Aneth & Nagita



19 Agustus 2020

Langit Musik bekerja sama dengan Rossa dengan membuat program Bisik (Bincang Musik) dan live di Instagram @itsrossa910 dengan mendatangkan bintang tamu Anneth dan Nagita Slavina.

Uzone Talks: 3 Dekade untuk Telkom Indonesia



27 September 2020

Dalam rangka memperingati Hari Bhakti Postel 2020, Uzone.id sebagai salah satu media teknologi terkemuka di Indonesia melalui kanal UZone Talks melakukan bincang interaktif dengan Former Strategic Portfolio Director of Telkom Indonesia, Achmad Sugiarto.

Uzone Talks: Big Data Harta Karun Indonesia



01 Oktober 2020

Uzone.id kembali menghadirkan Uzone Talks dengan menghadirkan Founder & CEO Bigbox, M. Sigit Pramudya. Bigbox

merupakan salah satu start-up penyedia solusi big data platform on-premise dan data analisis yang berada di bawah PT Telkom Indonesia.

Uzone Talks: Industri Musik Go Digital



07 Agustus 2020

PT. Metra-Net melalui Uzone melakukan Live Streaming Bersama Dedi Suherman (CEO Melon Indonesia) dan Bongky Marcel (Musisi) melalui program Uzone Talks. Menurut Dedi, platform digital dengan perkembangan teknologi dapat memangkas mata rantai distribusi, benefit-nya musisi bisa mendapatkan right dan ada transparansi karena musisi dapat melihat langsung dashboard.

Prambanan Jazz Virtual 2020



31 Oktober - 1 November 2020

Perhelatan tahunan Prambanan Jazz akhirnya disiarkan secara Virtual Live dari Candi Prambanan Yogyakarta pada 31 Oktober 2020 s.d 01 November 2020. Ditayangkan melalui platform Tiketapasaja.com, Prambanan Jazz Virtual Menghadirkan musisi tanah air seperti Tompi, Tulus, Yura Yunita, Isyana Sarasvati, Nadin Amizah, Fourtwnty, Pamungkas, Ardhitto Pramono, Pusakata, Joko in Berlin, and Sinten Ramen.

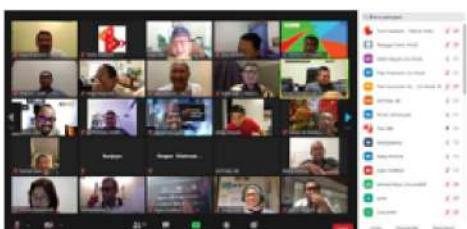
Uzone Talks: Peran Telekomunikasi Munculkan Pahlawan Digital



10 November 2020

Dalam rangka Hari Pahlawan Nasional, Uzone Talks menebarkan semangat perjuangan melalui bincang interaktif dengan Direktur Utama Telkomsel, Setyanto Hantoro, dengan topik Peran Telekomunikasi Munculkan Pahlawan Digital.

Diskusi Tanah Air Digital Exchange (TADEX) dengan Asosiasi Media



23 November 2020

Telkom Group meluncurkan TADEX (Tanah Air Ad Exchange) yang merupakan suatu platform yang mendukung periklanan digital di Indonesia, terutama untuk publisher/media. Diskusi ini dihadiri oleh Ririek Ardiansyah (Direktur Utama Telkom), Setyanto Hantoro (Direktur Utama Telkomsel), Widi Nugroho (Direktur Utama Metra-Net), Paulus Jatmiko (Direktur Utama MDMedia), Fajrin Rasyid (Direktur Digital Bisnis Telkom) dan juga jajaran direksi Telkom Group Lainnya.

Launching BigBox : Enabling Satu Data Indonesia



03 Desember 2020

BigBox sebagai salah satu perusahaan intermediary di bawah manage service Metra-Net menyelenggarakan kegiatan launching. Acara yang dilaksanakan secara virtual ini mengangkat tema Enabling Satu Data Indonesia. Tema ini diambil sebagai dukungan Telkom Group dalam kebijakan tata kelola data pemerintah untuk menghasilkan data yang terintegrasi, akurat, mutakhir, terpadu, dan dapat dipertanggungjawabkan, serta mudah diakses dan dibagi-pakaikan.



PENGHARGAAN & SERTIFIKASI

TOP 3 INSPIRING INNOVATION



Tiga startup Amoeba di bawah manage service Metra-Net berhasil meraih penghargaan Top 3 Inspiring Innovation dalam rangka Hari Ulang Tahun PT Telkom Indonesia ke-55 yang diselenggarakan di Ballroom Telkom Landmark Tower, Jakarta, Senin (6/7). Ketiga startup Amoeba tersebut adalah BigBox (Digital Platform), OCA (Digital Services), dan Netmonk (Digital Connectivity).

Penghargaan ini diberikan secara langsung oleh Direktur Utama PT Telkom Indonesia Ririek Adriansyah, Direktur Digital Business Muhamad Fajrin Rasyid, dan Direktur Human Capital Afriwandi. Pemberian penghargaan ini bertujuan untuk menginspirasi seluruh Telkomers agar selalu lebih inovatif dalam berkarya dan menjawab tantangan perubahan digital.



TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN



CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY





C S R

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Sebagai institusi bisnis, Perseroan berkomitmen untuk tidak terbatas pada aspek keuntungan ekonomi semata, melainkan juga memberikan manfaat ekonomi bagi terciptanya keseimbangan dan relasi harmonis dengan lingkungan serta masyarakat. Perseroan juga berkomitmen untuk meningkatkan kualitas taraf hidup yang lebih baik untuk lingkungan dan masyarakat.

Sebagai pemain industri digital, Perseroan berpandangan bahwa penerapan dari tanggung jawab sosial (Corporate Social Responsibility – CSR) sebagai sebuah bentuk pertanggungjawaban akan keberadaan Perseroan kepada seluruh pemangku kepentingan. Perseroan juga memiliki kesadaran untuk tidak membuat kerusakan, mencegah kerusakan dan berbuat kebaikan di tengah masyarakat Indonesia.

Kewajiban ini dilandaskan pada prinsip 3P, yaitu People, Profit, dan Planet (triple bottom line). Ketiga prinsip ini merupakan landasan dari segala bentuk tanggung jawab sosial Perseroan, yaitu perpaduan keseimbangan antara kelestarian lingkungan, manfaat ekonomis dan keberdayaan manusia. Untuk mewujudkan relasi yang baik antara Perseroan dan lingkungan, Perseroan senantiasa mendorong partisipasi aktif dari para pemangku kepentingan guna mewujudkan nilai-nilai dan dampak positif melalui kegiatan CSR ini. Dalam hal ini, para pemangku kepentingan berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi dalam setiap program kerja yang dilaksanakan.



Sepanjang tahun 2020, Perseroan menyusun kebijakan dalam pembangunan berkelanjutan yang diimplementasikan ke dalam beberapa program, yaitu:

Pengelolaan Lingkungan Hidup

Perseroan menyadari bahwa pengelolaan lingkungan hidup merupakan salah satu faktor utama dalam pengelolaan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan meskipun dalam kegiatan usaha Perseroan, tidak berdampak langsung dengan aspek lingkungan hidup. Oleh karena itu, Perseroan harus memastikan setiap kegiatan operasionalnya tidak berdampak negatif baik secara langsung ataupun tidak langsung terhadap lingkungan hidup.

Implementasi pengelolaan lingkungan hidup Perseroan melalui penyelenggaraan kegiatan Kid Goes to Office dan Telkomers Back to School yang bertujuan untuk memberikan edukasi kepada anak-anak di lingkungan sekitar kantor Perseroan. Kegiatan ini juga sekaligus mengajak anak-anak untuk peduli terhadap lingkungan dengan menanam pohon bersama di lingkungan sekitar Perseroan.

Ketenagakerjaan

Tidak hanya berfokus pada pengembangan masyarakat secara umum, Perseroan juga memperhatikan SDM yang berada di lingkungan kerja. Perseroan menghargai keterampilan setiap individu tanpa melakukan diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan satus sosial. Perseroan juga mengakui keahlian dan profesionalisme yang dimiliki oleh putra-putri bangsa. Oleh karena itu, seluruh tenaga kerja yang dimiliki Perseroan merupakan Warga Negara Indonesia (WNI). Selain itu Perseroan juga memperhatikan aspek kesetaraan gender serta tidak membedakan faktor suku, ras dan agama.

Beasiswa Bagi Anak Sekolah

Perseroan memberikan perhatian kepada anak-anak di lingkungan sekitar Perseroan. Bentuk dari perhatian tersebut melalui pemberian dana bantuan pendidikan untuk anak-anak, khususnya yang berada di tingkat Sekolah Dasar (SD) dan Sekolah Menengah Pertama (SMP). Diharapkan bantuan tersebut dapat mendukung pemerataan pendidikan dan mewujudkan generasi cerdas masa depan.

Metra-Net Peduli – Anak Yatim Piatu dan Kaum Dhuafa

Berbagi kepada lingkungan dan masyarakat sekitar sudah menjadi komitmen Perseroan dalam menjalankan prinsip Good Corporate Governance dan Good Corporate Citizen. Salah satu bentuk nyata dari kedua prinsip tersebut adalah dengan memerhatikan keberadaan anak-anak kurang beruntung. Melalui kegiatan CSR Perseroan, perhatian kepada mereka diwujudkan dalam beragam kegiatan. Bersamaan dengan kegiatan Buka Puasa Bersama yang dilaksanakan pada bulan Mei 2019, Perseroan memberikan santunan kepada Yayasan Anak Yatim yang berada disekitar lingkungan kantor Perseroan.





Metra-Net Peduli – Keagamaan dan Sosial Kemasyarakatan

Kewajiban sosial Perseroan tidak terlepas dari dukungan untuk kegiatan keagamaan dan sosial kemasyarakatan, baik bersifat internal maupun eksternal.

Perseroan menyelenggarakan kegiatan ibadah dan perayaan hari-hari besar serta kegiatan sosial lainnya yang termasuk dalam agenda rutin tahunan Perseroan. Perseroan juga aktif dalam memberikan bantuan terkait dengan kegiatan keagamaan seperti Maulid Nabi, Isra Miraj, Buka Puasa Bersama dan Perayaan Natal. Perseroan juga aktif memberikan bantuan untuk pembangunan rumah-rumah ibadah.





PT METRANET

Mulia Business Park Building J,
Jl. M.T. Haryono Kav. 58-60
Pancoran, Jakarta Selatan
Indonesia 12780
Telp. +62 21 791 87250
Fax. +62 21 791 87252

