

# Jawaban Webinar Digital Innovation

**Siti Choiriana**  
**PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk**

Q

1

Apakah Telkom akan menggarap bisnis cloud? seperti AWS, Amazon Web Services dan Alibaba mengingat market di Indonesia sangat luas dan masih berkembang. Mengapa 5 tahun yang lalu, Telkom tidak memasuki bisnis cloud?

## Jawaban :

Saat ini TelkomGroup sudah memiliki layanan *personal cloud* sejenis dengan Google Drive antara lain :

1. **IndiCloud**, *personal cloud* untuk pelanggan Indihome
2. **CloudMax**, *personal cloud* untuk pelanggan Telkomsel.

*Personal cloud* ini selanjutnya akan diextend untuk dapat dinikmati oleh masyarakat Indonesia yang tidak berlangganan Indihome maupun Telkomsel.



**IndiHome Cloud** merupakan layanan penyimpanan konten digital (Foto, Video, Musik, Dokumen, Kontak) yang dapat diakses oleh berbagai macam perangkat dimana saja melalui jaringan internet.



**CloudMAX** merupakan layanan penyimpanan cloud personal di mana Anda bisa menyimpan dan mengunduh kembali foto, video, kontak, dan dokumen lainnya dari dan ke ponsel Anda melalui aplikasi ponsel, aplikasi PC, atau web browser.

Selanjutnya, Telkom akan menggarap bisnis cloud seperti AWS. Saat ini masih dalam tahap development dan akan ready di market akhir Q3 tahun ini.

## Penanya 2 : Fauzi Muharom

Q

2

Bagaimana strategi telkom dalam mempersiapkan SDM memasuki New normal. Skill apa yang menjadi prioritas untuk dikembangkan?

### Jawaban :

- Saat ini sedang di uji cobakan (pilot) Flexible Working Arrangement untuk dapat mengimplementasikan penerapan new ways of working in digital, mendukung produktivitas, cara komunikasi, dan re-shape leadership style
- Skill yang menjadi prioritas untuk dikembangkan:
  - a. Technical skill : digital skill untuk mendukung bisnis digital services, digital platform dan digital connectivity
  - b. Professional skill: creativity & innovation, entrepreneurship, conceptual thinking, customer orientation, strategic relationship, adaptability, fostering team work
  - c. Key Behavior/Culture sesuai budaya perusahaan

## Penanya 3 : Mustika Haqqi Arasy

Q

3

Seberapa siap Telkom sendiri menghadapi para OTT yang saat ini merajalela sebagai penyedia konten digital di Indonesia? Bagaimana strategi Telkom sendiri dalam menghadapi fakta ini? Apakah hanya mengeluarkan produk/strategi baru atau mengembangkan produk/bisnis existing untuk melakukan disruptive bisnis?

### Jawaban :

Telkom siap menghadapi OTT yang saat ini merajalela menyediakan berbagai konten digital di Indonesia. Strategi Telkom adalah dengan mengembangkan Kompetensi dan Penguatan Karakter Budaya Digital. Kultur digital Telkom ialah melalui program Hack Idea, program ini untuk membuat ekosistem inovasi baru di Telkom yang tidak terpusat pada unit kerja masing-masing, tetapi dalam unit bisnis yang cross functional melalui wadah AMOEBA.

AMOEBA adalah corporate innovation lab Telkom Indonesia yang bertujuan untuk:

- Membangun digital talent pipeline yang disruptif
- Menghidupkan budaya digital ke dalam pola pikir dan praktik
- Model pembelajaran disruptif yang berdasarkan pada job learning
- Membuat platform inovasi untuk menampung ide-ide hebat.

Selain AMOEBA Telkom juga memiliki wadah inovasi untuk eksternal Telkom yaitu Indigo Creative Nation, yaitu merupakan sebuah perwujudan nyata dari Telkom dalam mendorong pertumbuhan industry digital melalui program-program Incubator dan Accelerator Startup Digital Indonesia, dari mulai tahapan pra inkubasi (ideation) hingga ke akses pendanaan (funding).

Q

4

Untuk pasang baru IndiHome apakah ada diskon? paket apa saja yang sekarang berlaku?

### Jawaban :

IndiHome selalu menyediakan beragam penawaran spesial pada setiap periodenya. Kali ini, IndiHome memiliki penawaran spesial sebagai berikut :

1. **IndiHome Paket Learning From Home**, Paket dengan harga yang terjangkau yaitu Rp.169.000 untuk *dual play* dan Rp. 199.000 untuk *triple play* dengan gratis abonemen IndiHome dan akses **IndiHome Study** sebagai platform *digital learning* selama satu bulan. IndiHome Paket Learning From Home juga memberikan tambahan kuota 50 GB yang dibuat khusus sebagai dukungan IndiHome dalam memudahkan pelajar dan mahasiswa menjalankan aktivitas belajar dari rumah di tengah situasi seperti sekarang ini.
2. **IndiHome Paket Berkah Dari Rumah**, Paket internet dengan kecepatan 10 hingga 50 Mbps dan hiburan lengkap untuk menemani Ramadan keluarga Indonesia dengan penuh berkah dan ceria. Pelanggan akan dengan nyaman bersilaturahmi bersama keluarga dengan bebas nelpon 100 menit panggilan local/interlocal dan bebas akses Add On "30 Menit Belajar Membaca Al Quran" selama satu bulan serta mendapatkan diskon 20% Upgrade Speed bagi Pelanggan yang mengajukan permintaan Upgrade Speed sampai tanggal 30 Juni 2020. Tak hanya itu, pelanggan juga akan mendapatkan voucher Blanja sebesar Rp. 50.000 dan berkesempatan mendapatkan kupon undian IndiHome Miliarder dengan total hadiah 8 M.
3. **IndiHome Paket Prestige**, Paket internet super cepat dengan kecepatan hingga 300 Mbps. Pelanggan dapat menikmati ratusan channel populer di TV interaktif IndiHome dan ribuan film box office. Pelanggan juga akan mendapatkan bebas nelpon selama 1000 menit dan berkesempatan untuk mendapatkan kupon undian IndiHome Miliarder dengan total hadiah 8 M.

## Penanya 5 : Bagus Kurniawan

Q

5

Mengingat Telkom salah satu industri telekomunikasi yang besar di Indonesia, bagaimana telkom memberikan layanan jaringan komunikasi di Indonesia hingga ke pelosok untuk mensupport seluruh masyarakat untuk WFH dan LFH?

### Jawaban:

Dalam hal pemerataan dan peningkatan layanan jaringan untuk mensupport masyarakat untuk WFH dan LFH, Telkom telah melakukan beberapa hal sbb :

1. Telkom menjamin kesiapan bandwidth internet di masa pandemi COVID-19:
  - a. Trafik internet mengalami kenaikan selama masa WFH (Work From Home) sebesar **1,3 Tbps (naik 11%** dari 8,3 Tbps pada 15 Maret menjadi **9,6 Tbps** pada 1 April 2020).
  - b. Sampai dengan 17 April 2020 telah dilakukan penambahan bandwidth internet sebesar 1,750 Tbps (menjadi 10 Tbps) dan akan ditambah lagi hingga akhir tahun menjadi **16,32 Tbps** (naik 38% dari rencana awal 11,8 Tbps).
2. Telkom menambah kapasitas dan kesiapan infrastruktur Jaringan Tulang Punggung antar Kota (Backbone):
  - a. Penambahan kapasitas *backbone* sebesar 3 Tbps (menjadi 26,2 Tbps meliputi Jabodetabek 35%, Sumatera 15%, Jabar 10%, Jateng 10%, Jatim 10%, Kalimantan 10%, KTI 10%).
  - b. Mempersiapkan *backup* infrastruktur (termasuk BBM) dan melakukan *rehearsal test* untuk memastikan kehandalan sistem.
3. Kesiapan infrastruktur jaringan broadband internet Telkom pada saat ini menjangkau **496 Kab/kota** (dapat melayani **15,8 Juta rumah**) dan di akhir tahun 2020 menjadi **514 Kab/Kota** (melayani **16,7 juta rumah**)

## Penanya 6 : Rizka Amalia

Q

6

Bagaimana strategi inovasi digital Telkom di sisi end to end assurance terhadap layanan yang diberikan kepada pelanggan (terutama di masa pandemi ini)?

### Jawaban :

Di tengah situasi pandemic Covid-19, Telkom mempersiapkan virtual plasa dan menjalankan complaint handling melalui video call dengan teknisi untuk memastikan layanan internet pelanggan tetap prima.

Complaint handling melalui video call



Virtual Plasa



Q

7

Ada diskon tidak Bu ? Kalau mau pasang baru IndiHome. Ada paket apa aja ?

## Jawaban :

IndiHome selalu menyediakan beragam penawaran spesial pada setiap periodenya. Kali ini, IndiHome memiliki penawaran spesial sebagai berikut :

1. **IndiHome Paket Learning From Home**, Paket dengan harga yang terjangkau yaitu Rp.169.000 untuk *dual play* dan Rp. 199.000 untuk *triple play* dengan gratis abonemen IndiHome dan akses **IndiHome Study** sebagai platform *digital learning* selama satu bulan. IndiHome Paket Learning From Home juga memberikan tambahan kuota 50 GB yang dibuat khusus sebagai dukungan IndiHome dalam memudahkan pelajar dan mahasiswa menjalankan aktivitas belajar dari rumah di tengah situasi seperti sekarang ini.
2. **IndiHome Paket Berkah Dari Rumah**, Paket internet dengan kecepatan 10 hingga 50 Mbps dan hiburan lengkap untuk menemani Ramadan keluarga Indonesia dengan penuh berkah dan ceria. Pelanggan akan dengan nyaman bersilaturahmi bersama keluarga dengan bebas nelpon 100 menit panggilan local/interlocal dan bebas akses Add On “30 Menit Belajar Membaca Al Quran” selama satu bulan serta mendapatkan diskon 20% Upgrade Speed bagi Pelanggan yang mengajukan permintaan Upgrade Speed sampai tanggal 30 Juni 2020. Tak hanya itu, pelanggan juga akan mendapatkan voucher Blanja sebesar Rp. 50.000 dan berkesempatan mendapatkan kupon undian IndiHome Miliarder dengan total hadiah 8 M.
3. **IndiHome Paket Prestige**, Paket internet super cepat dengan kecepatan hingga 300 Mbps. Pelanggan dapat menikmati ratusan channel populer di TV interaktif IndiHome dan ribuan film box office. Pelanggan juga akan mendapatkan bebas nelpon selama 1000 menit dan berkesempatan untuk mendapatkan kupon undian IndiHome Miliarder dengan total hadiah 8 M.

## Penanya 8 : Anugrah Bintang

Q

8

Dengan adanya pandemi ini tingkat kriminalitas juga meningkat di beberapa daerah, termasuk di daerah saya sendiri. Mungkin juga termasuk adanya kejahatan siber seperti kebocoran data yang terjadi oleh salah satu marketplace terkenal di Indonesia, lalu pertanyaan saya, langkah taktis apa yang dilakukan perusahaan untuk memproteksi sistem digital atau sistem komputasi yang ada, dalam rangka upaya perusahaan untuk tetap memberikan pelayanan yang terbaik bagi customer?

### Jawaban :

Telkom sudah memiliki kebijakan dalam perlindungan terhadap asset informasi perusahaan dalam rangka meminimalisasi resiko dari berbagai ancaman yang dapat mengganggu kelangsungan bisnis Telkom termasuk cyber attack, yang tertuang dalam Peraturan Direksi tentang Tata Kelola Keamanan Informasi (PD.406.00/r.00/HK.200/COP-D3000000/2018). Kebijakan ini mengacu pada ISO/IEC27001:2013 Information Security Management System yang merupakan standar internasional yang diakui secara global untuk mengelola resiko keamanan informasi.

Penerapan Keamanan Informasi dilakukan berdasarkan tahapan perencanaan, pelaksanaan, Monitoring, dan Continuous Improvement, dapat berupa ISMS (Information Security Management System), SIRT (Security Incident Response Team), Sistem Pengelolaan Akses Logik, Sistem Pengelolaan Akses Fisik, dan Sistem Pengelolaan Keamanan Cyber.

Dalam upaya menangkal cyber attack dan melindungi data pelanggan, data perusahaan, dan data aplikasi produk-produk, secara organisasi Telkom Group sudah menjalankan fungsi pengelolaan Vulnerability untuk mencegah pemanfaatan kelemahan sistem melalui:

- a. Pelaksanaan prosedur manajemen Vulnerability.
- b. Pelaksanaan program Vulnerability awareness.
- c. Pelaksanaan identifikasi dan asesmen risiko Vulnerability.
- d. Pemberian rekomendasi kepada pemilik sistem untuk melakukan perbaikan yang dapat meniadakan Vulnerability yang teridentifikasi.
- e. Pengujian instalasi perangkat lunak, patch, dan atau bug fixing dengan melibatkan pengelola sistem sebelum diimplementasikan pada lingkungan operasi agar tidak menimbulkan risiko terhadap operasional maupun Keamanan Informasi.
- f. Pelaksanaan Vulnerability assessment dan penetration test secara berkala.
- g. Security assessment atas aplikasi yang berbasis jaringan internet.

# Penanya 9 : Yuniar Wuwuh Tri P

Q

9

Sangat menarik perkembangan digital ini di waktu yg sangat singkat, culture dan behaviour masyarakat indonesia langsung berubah. Kita dipaksa ke era New Normal. Hubungannya dengan pertumbuhan ekonomi, dari estimasi pertumbuhan 5,1%, namun aktual sekarang baru 2,4%. Bagaimana Telkom di New Normal bisa menunjang pertumbuhan ekonomi yang ada dan menaikkan produktivitas sektor industri ?

**Jawaban:** Dalam menunjang pertumbuhan ekonomi dan menaikkan produktivitas sektor Industri di masa New Normal. Telkom terus berusaha mengembangkan dan meningkatkan produk-produk digital untuk memudahkan kehidupan digital masyarakat dengan 5 portofolio produk digital sebagai berikut:



- Video / Movie
- Music / Karaoke
- Games (Standalone and Networking Games)



HOME ENTERTAINMENT



- Video Conference
- Chat
- Collaboration Working Tools
- Cloud Storage
- Tanda Tangan Elektronik Tersertifikasi



REMOTE WORKING



- Virtual Class Room
- Video Conference
- Online Learning/Training
- Cloud Storage



EDUCATION



- COVID-19 Tracking
- Dashboard Monitoring for COVID-19



HEALTHCARE



- Digital Touch Point
- Automation Process for Sales / Upgrade / Change / Promo for Network and Digital Services
- Call Center



DIGITAL TOUCH POINT

## Penanya 10 : Rizal Munadi

Q

10

Sebagai pelanggan Indihome (utk 10, 20 dan 50 Mbps), kalau menggunakan pengukur kecepatan, pada server terdekat, hasilnya mendekati bandwidth namun ketika melakukan pengujian ke server di luar, terasa mulai merayap. Apakah dengan kebutuhan internet yang terus meningkat, apakah international backbone Indihome tetap seperti sebelum WFH? Kalau ini tidak ditingkatkan, kepuasan pelanggan memang tidak dapat terpenuhi. Sebagai penyedia infrastruktur jaringan terbesar di Indonesia, minimal tidak kalah dengan layanan operator lainnya.

### Jawaban :

- Dalam pengelolaan tower, Telkom melalui anak perusahaannya yaitu Mitratel mengoperasikan lebih dari 15K tower di seluruh Indonesia. Pelaksanaan preventive maintenance dilakukan secara rutin untuk menjaga ketersediaan layanan dan mengimplementasikan beberapa program peningkatan kualitas seperti perkuatan tower di 360 sites, program PLN-nisasi, audit power system dan penyediaan power backup/ genset.
- Untuk pengelolaan infrastruktur kabel laut dan PoP, Telkom melalui anak perusahaannya yaitu Telin mengoperasikan kabel serat optik internasional sepanjang 64.700 km dan 63 Point of Presence di berbagai negara. Pelaksanaan operation maintenance dilakukan terpusat melalui WHOCC (World Hub Operation and Command Center) yang mengkoordinasikan 12 Posko di luar negeri, memonitor secara rutin ketersediaan kapasitas dan security jaringan internet.

## Penanya 11 : Adi B.Prasetio

Q

11

Di masa "the new normal" ini tentunya pertumbuhan bisnis diharapkan dapat tetap tumbuh di perusahaan manapun. Bagaimana strategi telkom dalam mengakuisisi customernya? sementara ada protokol covid yang wajib dipatuhi oleh perusahaan (misalnya, social distancing) serta Strategi inovasi digital seperti apa yang dapat diterapkan dalam meningkatkan customer engagement antara perusahaan dengan para customernya?

### Jawaban :

Di tengah situasi pandemic Covid-19, Telkom mengoptimalkan digital channel untuk mengakuisisi customer. Selain itu, melalui aplikasi myIndiHome, pelanggan/calon pelanggan dapat melakukan permintaan pasang baru IndiHome, melakukan upgrade layanan (menambah kuota, memasang Add On, dll), lapor gangguan, mengecek tagihan dan melakukan pembayaran. Tidak hanya itu, pelanggan juga dapat melihat poin myIndiHome yang telah dikumpulkan dan ditukar ke beberapa merchant untuk mendapatkan voucher atau diskon menarik.

## Penanya 12 : Fermi Trafianto

Q

12

Melihat aplikasi Contact Tracing, yang sudah ada di Indonesia ini dari Pemerintah melalui PeduliLindungi, memang saat bermanfaat utk mengurangi penyebaran wabah dgn memantau pergerakan PDP, ODP dan OTG, namun sejauh mana dampak terhadap privacy user ?

### Jawaban :

Assessment data privacy dan security sudah dilakukan oleh BSSN sebanyak 3 kali pada setiap apps terbaru rilis. Di sisi data center dan database kita menerapkan strategi security berlapis dari serangan DDOS, Tapping dan terintegrasi di SOC (Security Operation Center) Telkom.

# Penanya 13 : Prita M

Q

13

1. Apakah Telkom ada strategi ke depan untuk memperbaiki service dan speed?
2. Apakah Telkom punya regulasi sendiri milik telkom untuk mensupport digital security untuk produk telkom termasuk indihome apalagi saat ini banyak WFH dan transaksi online?

## Jawaban :

1. Telkom selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan layanan internet pelanggan, contohnya pada masa WFH/LFH, TELKOM telah menambah bandwidth 28% dari awal tahun sampai mei 2020, dan Telkom telah merevisi pertumbuhan gateway dari 30% ke 50% di tahun 2020 ini.
2. Untuk menjamin security, Telkom membudayakan keamanan informasi dari sisi people, process dan technology



### People

- ✓ Memahami peraturan keamanan informasi perusahaan
- ✓ Menjaga rahasia perusahaan
- ✗ Melakukan *sharing password*
- ✗ Menggunakan informasi dan hak akses secara tidak sah
- ✗ Menyimpan berkas informasi penting perusahaan tanpa pengamanan
- ✗ Meninggalkan komputer dalam keadaan terbuka tanpa pengamanan



### Process

- ✓ Menandatangani Non-Disclosure Agreement (NDA)
- ✓ Melaporkan hak akses yang tidak lagi menjadi kewenangannya
- ✓ Menginformasikan kepada pengelola keamanan informasi apabila menemukan celah keamanan
- ✓ Mempertimbangkan aspek *security* sejak tahap *design* pada setiap pengembangan

### Technology

- ✓ Menerapkan *best practice basic security hardening*
- ✓ Menerapkan kaidah *secure coding*
- ✓ Menerapkan standar *strong password*
- ✓ Menerapkan akses login/kontrol yang mumpuni
- ✓ Menggunakan akses *remote* (VPN) resmi perusahaan
- ✗ Melakukan instalasi perangkat lunak yang di luar standar, dan atau melanggar UU HAKI
- ✗ Menambahkan jaringan Internet publik pada jaringan intranet



**Do**



**Don't**

## Penanya 13 : Prita M

Q

14

Semisal harga material mahal, kenapa tidak menggunakan material pabrikan Indonesia untuk penurunan cost?

### Jawaban :

Berdasarkan Permen Kominfo No. 4 th 2019, pasal 9 mengatur bahwa perangkat internet protocol Set Top Box sebagaimana dimaksud wajib memenuhi Tingkat Kandungan Dalam Negeri (TKDN) paling sedikit sebesar 20% (dua puluh perseratus)

Kondisi saat ini di Telkom TKDN untuk material sudah mencapai 45%, pengadaan STB lebih dari 20% dan content production TVV 40% dan akan terus ditingkatkan porsi TKDN di tahun-tahun berikutnya.

## Penanya 13 : Prita M

Q

15

1. Saat ini sudah masuk ke Industrial 4.0? Sebenarnya fokus utama Telkom di sini di Digital era lebih ke customer kecil skala keluarga atau sekolah atau rumah atau juga di bidang industri?
2. Apa kendala Telkom dalam melakukan tracing CoVid-19? Kenapa tidak menjadikannya satu info?

### Jawaban :

1. Telkom saat ini melayani pelanggan baik personal, rumah, UMKM maupun perusahaan besar. Kalau dikaitkan dengan Industri 4.0, maka solusi yang lebih relevan adalah mendukung digitalisasi sektor industri baik skala kecil, menengah maupun besar. Produk utama untuk mendukung ini adalah layanan horizontal platform seperti DC/Cloud, Big Data, Security dan IoT.
2. Tracing PeduliLindungi sudah diintegrasikan juga dengan Diarium. Pegawai Telkom harus melakukan instalasi aplikasi PeduliLindungi agar bisa termonitor contact tracingnya.

Q

16

Bagaimana strategi PT. Telkom dalam menemukan produk yang dibutuhkan pelanggan

## Jawaban :

Dalam menemukan produk yang dibutuhkan Pelanggan, Telkom memiliki berbagai metode yang di gunakan. Salah satu metode yang digunakan adalah dengan design sprint, berikut tahapan dalam melakukan design sprint:

1. Set Challenge : " You need to understand what you are dealing with..."
2. Decide to Sprint : "You need to believe, this is the right way to deal with it..."
3. Mapping Process Eksisting : " You need to be clear on where you are..."
4. Interview and HMW : " You need clues on where to go..."
5. Clusterize HMW : " You need to solve the puzzle of clues..."
6. Vote Critical HMW and Mapping the journey : " You need to decided where to go..."
7. Bring in the ideas and vote : " Now...you need to choose on how to get there..."
8. Conclude the result : "Clean up your decision..."
9. Prototype : " You need to get back to reality..."
10. Validation : "...face the reality, and finalize action plan"

## Penanya 15 : Faiz

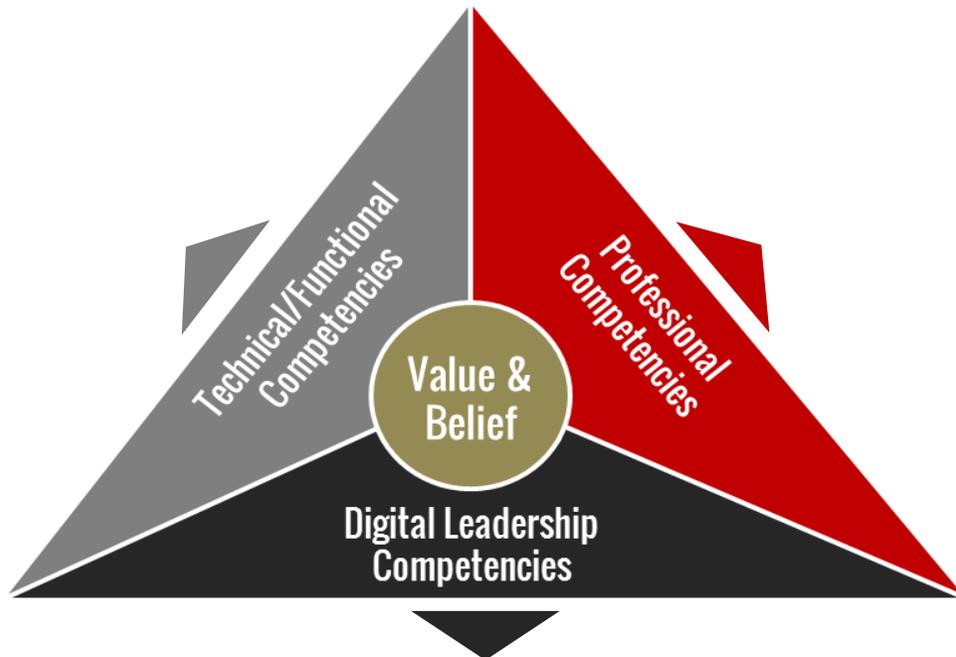
Q

17

Skill set apa yang minimal perlu dimiliki (baik lewat course / professional certification), oleh kami/pekerja dengan background non-ICT / non-Computer Science. Untuk menghadapi digital transformation kedepannya?

### Jawaban :

Tidak ada skill set khusus bagi pekerja di background non-ICT / non-computer science, namun untuk menghadapi digital transformation perlu persiapan pola kerja dengan flexible working arrangement



### Pengembangan SDM Telkom di aspek *People* (Karyawan) menggunakan 3 pendekatan, yaitu:

- A. Pengembangan Kemampuan Teknis Digital (*Technical/Functional Competencies*)
- B. Pengembangan *Personal Quality* melalui Kompetensi Profesional (*Professional Competencies*)
- C. Pengembangan Kapabilitas Kepemimpinan Digital (*Digital Leadership Competencies*)

## Penanya 16 : Ivan P

Q

18

Dengan adanya distraction terhadap hampir sebagian besar bisnis untuk menyesuaikan “the new normal” dari pandemi covid-19 ini, bagaimana langkah-langkah yang dilakukan Telkom untuk menyusun strategi 5 tahun ke depan? Apakah dampak signifikan yang berubah baik positive maupun negative impact dari adanya pandemi ini dalam melihat strategi 5 tahun ke depan?

### Jawaban :

Dalam menyusun strategi perusahaan 5 tahun ke depan, tentunya Telkom memperhatikan perubahan kondisi dan karakteristik market. Khususnya terkait meningkatnya kebutuhan pasar akan kualitas layanan internet, digital connectivity and services, excellent customer experience, serta tantangan untuk dapat melakukan pengelolaan cost yang efektif-efisien, dan menciptakan digital talents berkualitas.

# Penanya 17 : Rizky Indah

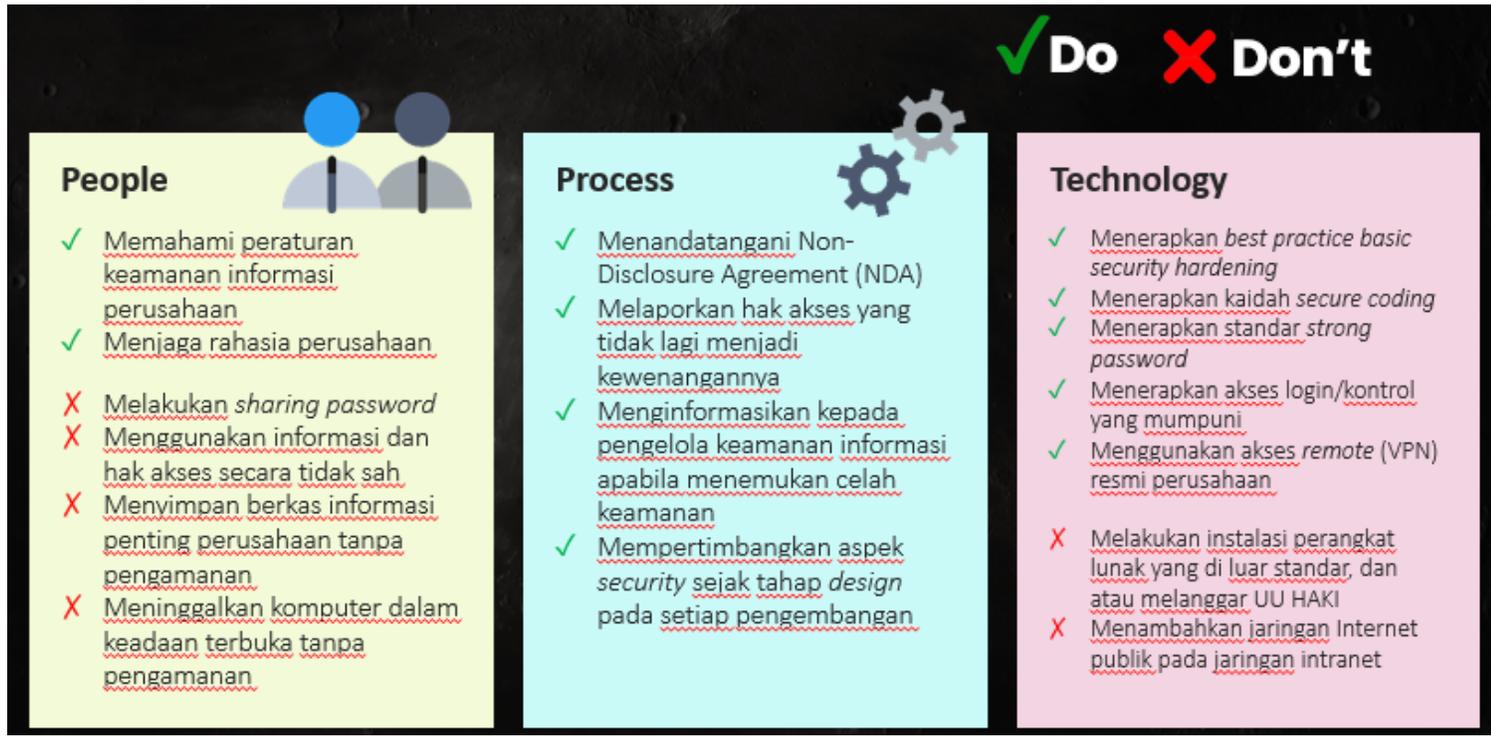
Q

19

Dalam digital inovasi tentunya perlu memikirkan "security" di setiap aplikasi yang digunakan. Bagaimana security yang diterapkan agar data tidak mudah diretas? Mengingat kita harus berhubungan dengan digital, tapi kita ingin data data kita tetap aman

## Jawaban :

Langkah nyata dalam upaya agar data tidak mudah di retas adalah dengan Membudayakan Keamanan Informasi. Terapat tiga aspek yang harus diperhatikan sbb:



**✓ Do ✗ Don't**

People	Process	Technology
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Memahami peraturan keamanan informasi perusahaan</li><li>✓ Menjaga rahasia perusahaan</li><li>✗ Melakukan <i>sharing password</i></li><li>✗ Menggunakan informasi dan hak akses secara tidak sah</li><li>✗ Menyimpan berkas informasi penting perusahaan tanpa pengamanan</li><li>✗ Meninggalkan komputer dalam keadaan terbuka tanpa pengamanan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Menandatangani Non-Disclosure Agreement (NDA)</li><li>✓ Melaporkan hak akses yang tidak lagi menjadi kewenangannya</li><li>✓ Menginformasikan kepada pengelola keamanan informasi apabila menemukan celah keamanan</li><li>✓ Mempertimbangkan aspek security sejak tahap design pada setiap pengembangan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Menerapkan <i>best practice basic security hardening</i></li><li>✓ Menerapkan kaidah <i>secure coding</i></li><li>✓ Menerapkan standar <i>strong password</i></li><li>✓ Menerapkan akses login/kontrol yang mumpuni</li><li>✓ Menggunakan akses <i>remote (VPN)</i> resmi perusahaan</li><li>✗ Melakukan instalasi perangkat lunak yang di luar standar, dan atau melanggar UU HAKI</li><li>✗ Menambahkan jaringan Internet publik pada jaringan intranet</li></ul>

## Penanya 18 : Rizky Indah

Q

20

Untuk digital signature, sejauh ini bagaimana implementasinya dan sosialisasinya? Karena hingga saat ini masih banyak big corporate yang ragu akan penggunaan digital signature ini

### Jawaban :

Digital signature sudah mulai banyak diadopsi oleh beberapa perusahaan. Telkom mengembangkan ini melalui start-up binaannya yaitu PrivyID. PrivyID sudah digunakan di internal Telkom maupun beberapa perusahaan lainnya. Dalam kondisi pandemic Covid-19, solusi semacam ini akan lebih banyak dibutuhkan sehingga dalam dokumen yang membutuhkan tandatangan bisa dilakukan contactless. Karena produk ini ditawarkan kepada perusahaan, maka sosialisasi dilakukan sebagaimana kita menjual produk-produk untuk corporate. Sejauh ini digital signature PrivyID sudah digunakan oleh korporasi besar untuk berbagai jenis dokumen mulai dari kontrak kredit, procurement, pembukaan rekening, aplikasi kartu kredit, hingga kontrak kerja. Sudah lebih dari 400 perusahaan menjadi pengguna aktif PrivyID, contohnya Astra International, Bank Mandiri, BRI, BNI, CIMB Niaga, BNI, HSBC, BCA Finance, Adira Finance, Indosat Ooredoo, XL Axiata, Gramedia group, Kawasan Industri Jababeka, President University, RS Carolus, dsb.

## Penanya 19 : Tatang Taufik

Q

21

Apakah UMeetMe sudah bisa menjadi platform di perguruan tinggi? Mungkin ITS bisa menjadi tempat ujicoba daripada devisanya keluar untuk membayar Zoom

### Jawaban :

Untuk mendukung edukasi, UmeetMe sudah memiliki cluster khusus yang diperuntukkan untuk edukasi yaitu [edu.umeetme.id](http://edu.umeetme.id), cluster infrastruktur yang terpisah ini dibuat terpisah dari infrastruktur public agar memberikan experience yang lebih bagus. [edu.umeetme.id](http://edu.umeetme.id) sudah bisa digunakan saat ini dan secara produk baik kapasitas, fitur dan performansi masih terus dilakukan penyempurnaan agar bisa setara dengan produk global yang sudah dikembangkan terlebih dahulu.

# Penanya 20 : Hana Talitha

Q

22

Terkait dengan produk-produk dari TELKOM yang semakin bervariasi bagaimana dengan innovation yg diberikan? Apa yang menjadi pembeda dengan pesaingnya sehingga produk TELKOM lebih unggul di pasar Indonesia? Apakah dengan memblokir beberapa situs yang serupa dengan produk TELKOM merupakan langkah yang efektif?

## Jawaban:

Telkom secara berkelanjutan melakukan inisiatif inovasi melalui pengembangan potensi sumber daya internal maupun eksternal, melalui:

1. DiLo (Digital Innovation Lounge) untuk pengembangan *talent* dan *pre-startup* yang tersebar di 17 wilayah Indonesia
2. Indigo Creative Nation yang sampai saat ini telah melahirkan 131 start-up
3. Digital Amoeba untuk pengembangan inovasi karyawan
4. Digital Valley
5. Telkom Hackaton yang dilakukan secara rutin dan massif
6. The NextDev dan Telkomsel Innovation Center (TINC) yang merupakan pilar inovasi digital untuk memwadahi *early stage startup* (*seed* dan *pre-series*) local
7. Tribe: new digital way of working yang bergerak memungkinkan dapat bekerja secara agile dengan pendekatan Top-Down
8. Akselerasi inovasi juga dijalankan dengan inkubasi melalui anak perusahaan Metra Digital Innovation (MDI) dan Telkomsel Mitra Inovasi (TMI).



Inovasi yang telah dilakukan oleh Telkom, khususnya untuk layanan digital, telah memberikan kontribusi *digital revenue* yang sudah mendekati operator global di kawasan Asia Pasific, hal ini dapat ditunjukkan dengan pencapaian kontribusi *digital revenue* Telkom sebesar 6,3% dari total pendapatan, yang tidak terlalu jauh jika dibandingkan dengan kontribusi *digital revenue* operator SK Telecom yang sebesar 6.7% dan Singtel sebesar 7.3%.

# Penanya 21 : Christina Martha

Q

23

Bagaimana mengatasi kendala digitalisasi di bidang pendidikan untuk sekolah dan akademisi yang belum terjamah teknologi digital?

## Jawaban :

Untuk mengatasi kendala digitalisasi di semua bidang termasuk bidang Pendidikan. Telkom telah menyediakan layanan pendukung melalui penyelenggaraan jaringan akses telekomunikasi, Telkom telah menyelenggarakan layanan IndiHome dengan jaringan fiber optik yang sampai saat ini sudah dinikmati oleh 7 juta rumah yang tersebar di **496** kabupaten/kota, **5.115** kecamatan, serta mengcover **34.285** kelurahan/desa di seluruh Indonesia.

Saat ini, jaringan akses fiber optik Telkom memiliki kapasitas 10,1 Juta port Fiber Optik, 32,51 Juta HomePasses dan 386.420 Wifi Access Point.

Di tahun 2020, layanan Indihome ditargetkan dapat melayani hingga **7.75 juta pelanggan** melalui peningkatan layanan *Digital Customer Experience*, penawaran produk baru Indihome Lite yang menjangkau masyarakat menengah ke bawah, peningkatan layanan dan *values* kepada pelanggan dengan *guarantee service fault handling*, pemanfaatan digital channel MyIndihome, serta layanan *one day service* kepada seluruh pelanggan, yang didukung oleh berbagai channel pembayaran (61 bank, 18 channel retail, 5 channel e-commerce dan 2 channel fintech).

Fiber Optic di Pulau Batu, Kep. Nias



Fiber Optic di Pulau Telo, Kep. Nias



Fiber Optic di Kabupaten Rote Ndao



## Penanya 22 : Aulia Arif Shalihuddin

Q

24

Apakah dengan berbagai banyaknya Digital Inovasi tersebut apakah ada target khusus yg ingin dicapai? semisal salah satu inovasi tsb bakal dikenal oleh seluruh pengguna internet/smartphone di Indonesia ini. Karena dgn kurangnya sosialisasi ataupun branding Digital Innovation tsb bakal hanya sbg inovasi tp tanpa adanya implementasi

### Jawaban:

Berbagai digital inovasi yang di bangun oleh Telkom adalah sebagai upaya menjawab tantangan industry digital, mendukung digitalisasi nasional dan untuk meninternalisasi agenda tranformasi demi terwujudnya digital telco pilihan utama untuk memajukan masyarakat. Telkom senantiasa menjaga misinya untuk terus mendukung sekaligus berperan aktif dalam pengembangan dan inovasi digital untuk dapat berkompetisi secara global. Telkom terus berinovasi dalam mengembangkan layanan digital secara lengkap melalui peningkatan kapabilitas internal perusahaan, pengembangan sumber daya manusia, serta menjalin kemitraan dengan ekosistem digital baik di dalam maupun luar negeri. Tuntutan berbagai layanan digital dan kastemisasi layanan ICT dengan sendirinya telah mendorong Telkom untuk mengembangkan inovasi digital yang lebih bertumpu pada ekosistem di dalam negeri.

## Penanya 23 : Adhy Prasetya

Q

25

Dengan begitu banyak inovasi yang ada, tentu saja informasi yang dikelola sangat besar. bagaimana dukungan/improvement yang dilakukan dalam hal keandalan network back bone?

### Jawaban:

Telkom menambah kapasitas dan kesiapan infrastruktur Jaringan Tulang Punggung antar Kota (Backbone)

- a. Penambahan kapasitas *backbone* sebesar 3 Tbps (menjadi 26,2 Tbps meliputi Jabodetabek 35%, Sumatera 15%, Jabar 10%, Jateng 10%, Jatim 10%, Kalimantan 10%, KTI 10%)
- b. Mempersiapkan *backup* infrastruktur (termasuk BBM) dan melakukan *rehearsal test* untuk memastikan kehandalan sistem

Saat ini Telkom Group telah menjalankan dan mengelola layanan untuk beroperasi tanpa putus 24 jam per hari, 7 hari dalam seminggu, dalam kendali operasi yang terintegrasi melalui TelkomGroup Integrated Operation Center (TIOC), yaitu pusat kendali layanan dan infrastruktur Telkom Group secara Nasional yang meliputi (Operation & Maintenance [O&M], Assurance/penanganan gangguan, Fulfillment/pasang baru layanan dan Surveillance/monitoring layanan).

TIOC dijalankan dalam organisasi yang berbentuk hirarki dari level Nasional, Regional hingga Wilayah dengan pembagian peta peran sebagai berikut:

1. **IOC-N (Integrated Operation Center Nasional)** Merupakan fungsi Assurance dan Fulfillment yang berada di Telkom Pusat, yang mempunyai tugas dan fungsi Assurance, Fulfillment & Surveillance serta O&M, dengan scope Jaringan Tulang Punggung (backbone) nasional, infrastruktur broadband, Wifi, Jaringan Akses serta fungsi eskalasi dari Telkom Regional.
2. **IOC-R (Integrated Operation Center Regional)** Merupakan fungsi Assurance dan Fulfillment yang berada di Divisi Telkom Regional, yang mempunyai tugas dan fungsi Assurance, Fulfillment & Surveillance serta O&M, dengan scope Transmisi Radio, Link Transport intra Regional, Access Point, Perangkat akses (modem/ONT), dan Civil & Mechanical Electrical [CME]. serta fungsi eskalasi dari Telkom Wilayah.
3. **IOC-W (Integrated Operation Center Witel)** Merupakan fungsi Assurance dan Fulfillment yang berada di Telkom Wilayah. Yang mempunyai tugas dan fungsi eksekusi terhadap order Assurance & Fulfillment serta O&M domain fisik dengan berinteraksi dan berkolaborasi dengan Mitra terkait.

Q

26

Skill set seperti apa yang harus dimiliki karyawan telco untuk menghadapi covid19 ini sampai ke 2 tahun kedepan, terutama dibidang sales and marketing karena adanya physical distancing yang menyulitkan approaching calon customer dalam hal akuisisi pelanggan?

### Jawaban :

1. Skill yang menjadi prioritas untuk dikembangkan:
  - Technical skill : digital skill untuk mendukung bisnis digital services, digital platform dan digital connectivity
  - Professional skill: creativity & innovation, entrepreneurship, conceptual thinking, customer orientation, strategic relationship, adaptability, fostering team work
  - Key Behavior/Culture sesuai budaya perusahaan
2. Telkom mempersiapkan pelatihan Account Manager dan tim Marketing untuk menghadapi New Normal, dan memaksimalkan digital channel untuk melakukan approach ke calon pelanggan

# Penanya 25 : Meita

Q

27

Apakah produk Telkom bisa dibuatkan iklan terutama untuk aplikasi yg small business semisal umkm?

Telkom telah memiliki dan menyediakan portfolio platform digital yang dapat mendukung UMKM. Berikut merupakan platform digital yang telah disediakan oleh Telkom:

**BLANJA**  
.COM

Marketplace B2C (blanja.com) & B2B (bisnis.blanja.com) untuk kebutuhan retailer & wholesale, serta program inisiatif distribusi hasil peternakan dan pertanian ke seluruh Indonesia.

**sakoo**  
by Telkom Indonesia

<https://www.youtube.com/channel/UC7kO34dycerKJqI0pir6HfA>  
<https://www.instagram.com/sakoo.id/>

Platform commerce serta market place aggregator yang sudah terhubung ke beberapa market place.

**bonum**

<https://www.youtube.com/channel/UC0s-cRkODaSkLyqzwrR3e6g/videos>  
<https://www.instagram.com/bonum.pos/>

Platform point of Sales serta inventory dan reporting. Berbasis cloud untuk pengelolaan kasir toko, warung, resto dan lainnya dengan dilengkapi kalkulator digital, pembayaran cash dan non tunai.

**DigiConnect**

Paket One Stop Solution untuk kalangan bisnis UMKM, seperti koneksi internet, IPTV, Telepon, serta Solution as Service

<https://www.youtube.com/channel/UCusVRiuUCIL4ouN7tbfMHSw>  
<https://www.instagram.com/qrenofficial/>



Payment system QREN yang dilengkapi dengan platform MPS sebagai Multi Payment Service Aggregator



Agree Modal untuk penyaluran modal kepada retailer, dan Pijar Mahir digunakan untuk meningkatkan kompetensi user



Mitra logistik Telkom untuk layanan pengiriman barang



Layanan untuk menunjukkan 'Near By' services, yang dapat ditemukan di map

Q

28

Untuk digital signature privyid, apa yang menjadi kelebihan sistem ini dibanding sistem sejenis seperti adobe e-sign ? untuk pemakaian corporat apakah bisa langsung diterapkan. apakah digital signature dgn QR code terdapat di privyid?

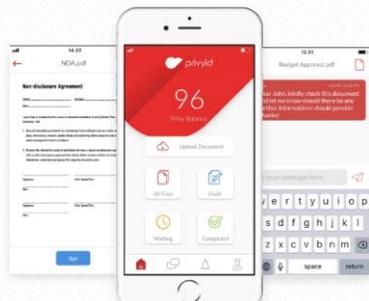
## Jawaban :

PrivyID telah disertifikasi oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika untuk menerbitkan sertifikat elektronik yang mendukung setiap tanda tangan elektronik yang dilakukan melalui aplikasi PrivyID sehingga setiap tanda tangan menjadi sah menjadi alat bukti di pengadilan Indonesia. Selain itu PrivyID memiliki semua fitur Adobe E-sign dan juga fitur2 yang belum dimiliki Adobe e-sign seperti batas waktu penandatanganan, pengingat otomatis, pemisahan akun personal dan korporat, manajemen kewenangan, aplikasi chat terintegrasi antar pihak dalam satu dokumen, dll.

Privy dapat langsung dipakai oleh perusahaan kapan saja tanpa perlu instalasi karena bersifat SaaS (Software as a Service)

QR code juga secara otomatis dihasilkan pada saat penandatanganan secara digital dari dokumen yang menggunakan aplikasi PrivyID dan dapat diverifikasi dengan QR code scanner apapun

### PrivyID Features



- ✓ Sign documents anytime, anywhere
- ✓ Signature's identity is valid and verified
- ✓ Detect any changes to signature or document's content
- ✓ Request for multiple signatures in one go
- ✓ Discuss document with your counterparts right from the app
- ✓ Earn loyalty points as you sign more documents
- ✓ Secured with RSA-2048 and 2-factor authentication

### EnterpriseID Features



- ✓ Sign multiple documents in one go with our bulk signing feature
- ✓ Collect multiple signatures in predetermined order or in parallel
- ✓ Store, find, and filter documents based on document's category, process updates, or date uploaded
- ✓ Define roles, permissions, and access to your EnterpriseID's account management
- ✓ Seamlessly switch between your personal and enterprise account in one click
- ✓ Integrate your company's branding to your EnterpriseID's dashboard

Q

29

Bagaimana cara telkom untuk bisa menyampaikan berbagai macam produk yang di miliknya? Karena saat ini saya baru tau kalau ternyata inovasi telkom sangat bnyak dan kalau saya tidak ikut seminar ini saya mungkin tidak mengetahui hal itu?

**Jawaban:**

:

Telkom menyampaikan layanan Fixed Broadband IndiHome melalui beragam inovasi dan strategi campaign yang menarik. Mengawali tahun 2020, IndiHome meluncurkan *tagline* terbaru yaitu **Semua Rumah Semua Bisa** untuk membangun keyakinan setiap keluarga Indonesia bahwa mereka mampu menembus dunia dari rumah melalui konektivitas dan layanan *edutainment* dari IndiHome. Selaras dengan ini, IndiHome juga mencerminkan semangat serta citra baru dalam menjadi bagian dari langkah kemajuan bangsa Indonesia guna mewujudkan Indonesia unggul.

Tak hanya dengan *tagline*, IndiHome juga menyampaikannya dalam bentuk strategi marketing yang menarik, diantaranya fokus pada penetrasi penjualan IndiHome melalui digital aktivasi yang terintegrasi dengan *new platform digital marketing* serta mengemas penjualan IndiHome dengan berbagai gimmick yang menarik seperti IndiHome Semarak Kebahagiaan, IndiHome Wujudkan Rumah Ceria 2020 dan lain sebagainya.

IndiHome menggunakan berbagai *channel* untuk menyampaikan atau memasarkan berbagai macam produknya melalui media digital (aplikasi myIndiHome, Website [indihome.co.id](http://indihome.co.id), dan sosial media @indihome, DOOH), mass media (media online, radio, televisi) dan media cetak (majalah, flyer, brosur, dan billboard)

# Penanya 28 : Irene

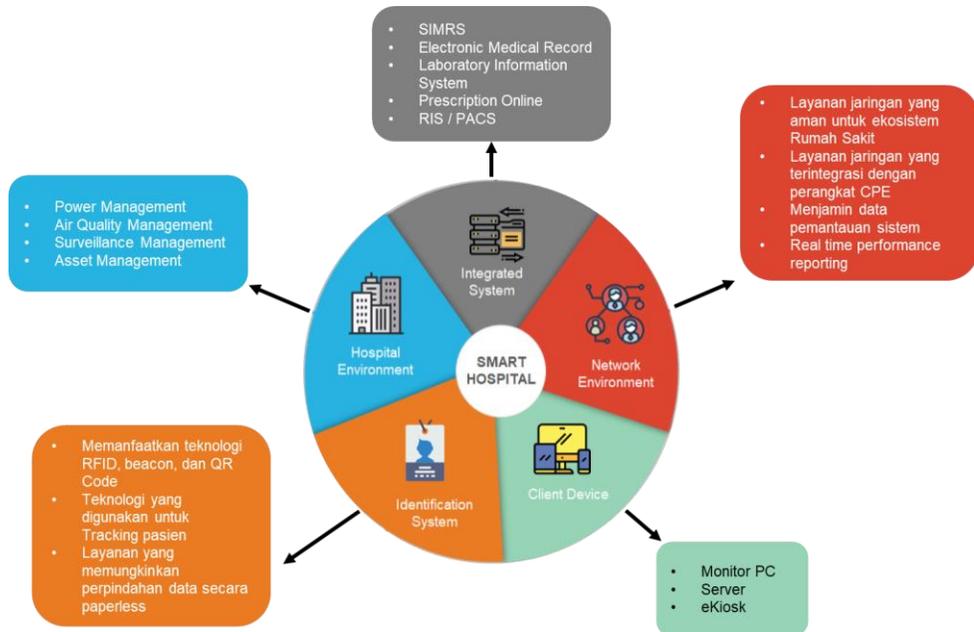
Q  
30

Bagaimana cooperation TELKOM selama ini dengan rumah-rumah sakit dan perusahaan-perusahaan farmasi di Indonesia dalam hal digital inovasionnya sejauh ini?

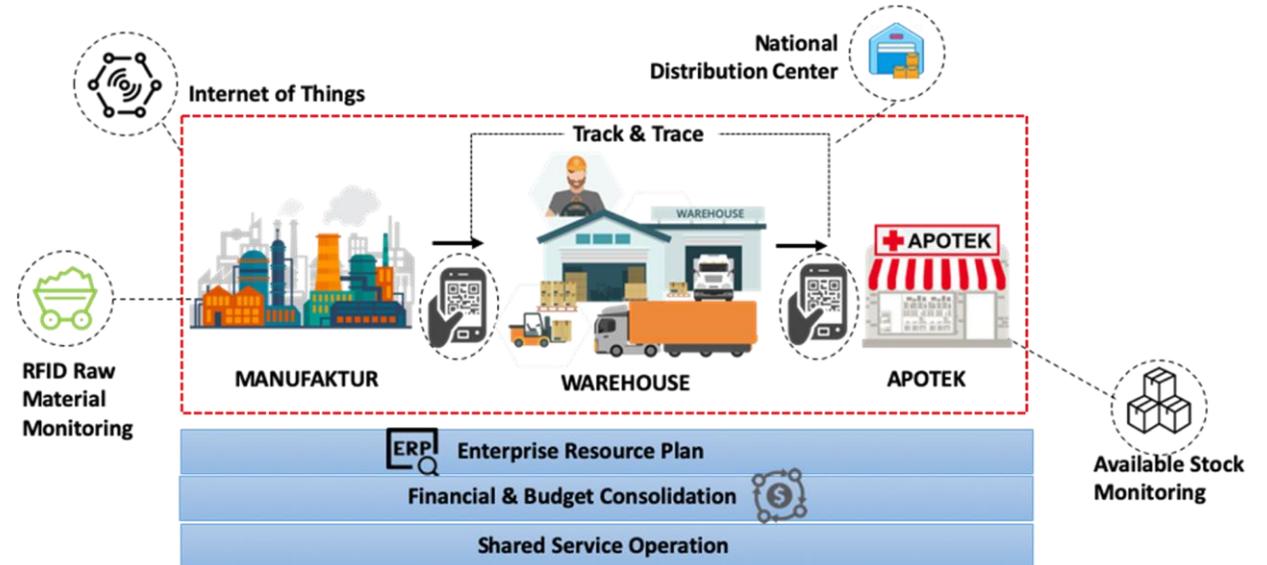
## Jawaban :

Saat ini Telkom sudah melakukan digitalisasi Rumah Sakit dan Perusahaan Farmasi (e.g Kimia Farma). Berikut skema digitalisasi yang dilakukan Telkom untuk rumah sakit dan perusahaan farmasi

### Digital Innovation: Rumah Sakit



### Digital Innovation: Farmasi



Q

31

Bagaimana dengan kesenjangan teknologi di daerah Indonesia timur? apa yang harus dilakukan untuk mengembangkan teknologi disaat dibutuhkan perubahan tapi masyarakat masih menolak?

## Jawaban :

Saat ini, Telkom melalui produk Telkomsel telah hadir di 144 Kabupaten yang ada di Sulawesi, Maluku dan Papua dengan jumlah pelanggan sebanyak 36 juta dari 40,2 juta pengguna mobile dengan penetrasi 89,5%.

Sedangkan melalui produk IndiHome telah hadir di 126 dari 144 Kabupaten yang di Sulawesi, Maluku dan Papua dengan jumlah pelanggan sebanyak 600ribu dari 5juta household dengan penetrasi 12%.

Untuk meingkatkan kemajuan Teknologi, Telkom di Kawasan Timur Indonesia telah membangun :

- 5 modern propinsi 100% fiber (Modernisasi teknologi ICT pada suatu lokasi provinsi atau kota yang sudah berbasis 100% fiber optik) dengan total kapasitas alat produksi 823k port
- 12k BTS 4G (Base Tranceiver Station adalah sebuah infrastruktur telekomunikasi yang memfasilitasi komunikasi nirkabel antara piranti komunikasi dan jaringan operator dengan kecepatan tinggi)
- 23 lokasi Smart City (merupakan wilayah kota yang telah mengintegrasikan teknologi informasi dan komunikasi dalam tata kelola sehari-hari, dengan tujuan untuk mempertinggi efisiensi, memperbaiki pelayanan publik, dan meningkatkan kesejahteraan warga)
- 232 Wifi Corner (layanan telkom yang menyediakan sarana akses internet kecepatan tinggi berbasis teknologi wifi untuk masyarakat yang berdaya beli rendah)
- Makassar Digital Valley dan 2 digital lounge (Makassar Digital Valley (MDV) merupakan inkubator bisnis ICT/ startup yang dikembangkan oleh PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang bertujuan untuk meningkatkan akselerasi jumlah pengembang untuk aplikasi games, edutainment, music, animation dan software khususnya di kota Makassar dan sekitarnya)
- Festival Inovasi merencong-rencong dan sagoo festivity (Festival Inovasi Digital dalam rangka meningkatkan kompetensi digital di Kawasan Timur Indonesia; Ma'Rencong Rencong Festival adalah ajang unjuk kebolehan dan kreatifitas komunitas digital, musik, otomotif, dll di Makassar)

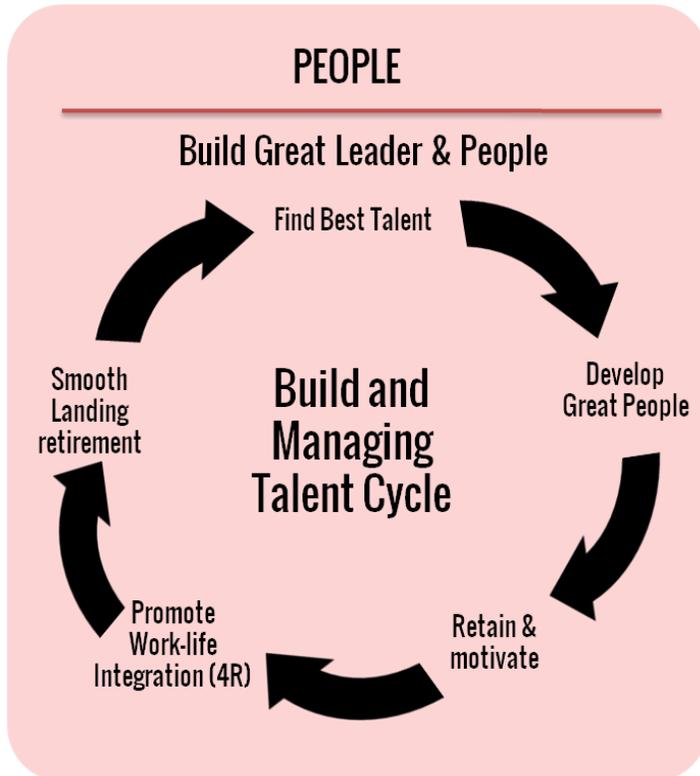
Q

32

Bagaimana cara Telkom develop employee Gen-X?

**Jawaban :**

Program development di Telkom bukan berdasarkan generasi, tetapi dengan menerapkan philosophy great people from finding best talent to smooth landing retirement. Berikut talent cycle yang diterapkan oleh Telkom:



### Great People Trainee Program (GTP)

Acquisition & development program for New Recruit (Trainee) to become **Great People** & **future Great Leader** to support achieving Corporate Strategic Objectives.

### Great People Development Program (GPDP)

Preparing Great Leader who have strong character, strong leadership, have vision on Digital Business, National and Global

### Great People Managerial Program (GPMP)

Strengthening the Managerial capabilities to provide Great People in managing the execution of the functions, resources, changes and new ways of collaboration is aligned with strategy

### Great People Retirement Program (GPRP)

- Preparing Great People in managing Retirement Phase  
[Spiritual | Financial Planning | Sosialisasi Hak Pensiun | Entrepreneurship]
- Graduation Night by serving the best services to give last memorable moment in Telkom

## Penanya 30 : Ade Setiawan

Q

33

Telkom memiliki komunitas kumpulan para creator yang dibina oleh Telkom. Ya pastinya dengan tujuan untuk mensupport pelaku content creator ini agar mampu upscaling dari sisi kualitas agar mampu mengundang banyak viewer dan subscriber

### Jawaban :

1. Telkom menjadi aggregator content baik musik, video dan game. Kita distribusikan lewat channel-channel yang dimiliki TELKOM (Langit Musik/Indihome Musik - untuk musik, UseeTV/ Indibox/UseeTVGo/ Maxstream - untuk video, Dunia Games/Gameqoo - untuk games) termasuk membantu pembayarannya yang menggunakan direct carrier billing dan emoney yang dimiliki Telkom Group;
2. Untuk content development saat ini yang sudah berjalan adalah membantu inkubasi pengembangan game lokal dengan inisiatif yang dinamakan OOLEAN yang mulai dilakukan pada tahun 2019 (disiapkan ruang kerja, fasilitas komputer untuk pembuatan games, mentor, dana dan bantuan komersialisasinya).

## Penanya 31 : Semy Rudyard Balukh

Q

34

Apakah saat ini dengan pandemic covid-19, media massa berbasis digital semakin menguasai informasi dan news, lalu bagaimana dengan media cetak, apakah harus ikut bertransformasi ke digital?

### Jawaban :

Digitalisasi sudah menjadi hal yang sangat utama. Tidak hanya pada masa pandemic Covid-19, *digital consumers* dan kebutuhan masyarakat akan informasi dan berita yang akurat, cepat dan nyaman dengan menggunakan teknologi pun terus meningkat. Digitalisasi telah membawa perubahan dalam seluruh elemen bisnis, termasuk pada media massa konvensional menjadi digital.

Kehadiran digitalisasi harus dilihat menjadi kesempatan dan tantangan untuk media dapat berkembang menjadi lebih besar lagi. Oleh karena itu, Media massa konvensional harus senantiasa meningkatkan kapabilitas dan kapasitasnya dengan menjalankan etika dan profesionalisme yang baik untuk meningkatkan kompetensi secara digital agar terus dapat bersaing pada era digital ini.