

# **Delivering Ultimate Digital Service Experiences**

LAPORAN TAHUNAN  
2018







# DAFTAR

## ISI

01

### IKHTISAR 2018

Kinerja Kerja  
Ikhtisar Keuangan  
Penghargaan & Sertifikasi

04

### ULASAN BISNIS

Tata Kelola Perusahaan  
Pemasaran & Penjualan  
Ikhtisar Bisnis 2018

02

### LAPORAN MANAJEMEN

Laporan Komisaris Utama  
Laporan Direksi Utama  
Profil Dewan Komisaris  
Profil Direksi

05

### TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

03

### TENTANG METRA-NET

Ringkasan Metra-Net  
Kepemilikan Saham  
Identitas Perusahaan  
Visi & Misi  
Produk & Layanan  
Manajemen Sumber Daya Manusia  
Struktur Organisasi



# LAPORAN

## KOMISARIS UTAMA

### LAPORAN TUGAS DAN PENGAWASAN DEWAN KOMISARIS PT METRA-NET TAHUN BUKU 2018

#### I. PENDAHULUAN

Para Pemegang Saham yang Saya hormati,

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat sehingga PT. Metra-Net (**“Perseroan”**) berhasil melewati tahun 2018 dengan sangat baik.

Sepanjang tahun 2018, Perseroan menjalankan strategi yang berfokus pada peningkatan **Digital Service Experiences, Integrated Customer Insight** dan **Strategic Partnership** sesuai dengan RKAP CFU Digital Services PT. Telkom Indonesia (**Persero**) Tbk (**Telkom**) tahun 2018 untuk mendukung visi TelkomGroup **“Be The King of Digital in The Region”**.

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 2018 dengan kinerja keuangan dan operasional yang baik sebagai landasan untuk pertumbuhan masa depan.





## II. KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS TAHUN BUKU 2018

---

Selama Tahun Buku 2018, komposisi Dewan Komisaris mengalami beberapa kali perubahan. Diawali dengan keputusan tertanggal 26 Maret 2018, Pemegang Saham mengangkat **Sdr. Ir. Pramasaleh Haryo Utomo** sebagai Komisaris Perseroan sehingga terhitung sejak tanggal tersebut, komposisi Dewan Komisaris Perseroan adalah sebagai berikut:

Komisaris Utama : David Bangun

Komisaris : Ir. Pramasaleh Haryo Utomo

Pemegang Saham kembali melakukan penataan terhadap komposisi Dewan Komisaris Perseroan. Berdasarkan keputusan tertanggal 7 November 2018, Pemegang Saham memberhentikan dengan hormat **Sdr. Ir. Pramasaleh Haryo Utomo** dari jabatannya selaku Komisaris Perseroan. Sehingga terhitung sejak tanggal tersebut, komposisi Dewan Komisaris Perseroan diisi oleh satu orang Komisaris.

## III. PENGAWASAN DAN PENILAIAN KINERJA DIREKSI PERSEROAN SEPANJANG TAHUN 2018

---

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

Melalui pengawasan yang intensif, diharapkan Direksi telah mempertimbangkan dengan matang semua resiko yang mungkin dihadapi dalam setiap langkah eksekusi program strategis dan telah memastikan adanya mitigasi atas resiko 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 2018 tercermin melalui pengarahan, pengendalian, dan pemberian keputusan kepada Direksi Perseroan terkait pengelolaan bisnis dan finansial, antara lain:

1. Pelaksanaan rapat antara Dewan Komisaris dengan Direksi Perseroan yang dilakukan baik melalui forum Rapat Gabungan maupun Rapat Direksi CFU Digital Services dalam kapasitas Komisaris Utama selaku CEO CFU Digital Services;
2. Persetujuan Dewan Komisaris atas rencana Perseroan untuk melakukan penyertaan modal dalam Cellum Global Zrt dengan nilai maksimum USD 6,000,000 (enam juta Dollar Amerika Serikat) yang dikonversi menjadi 30,4% (tiga puluh koma empat persen) kepemilikan saham;

3. Persetujuan kepada Direksi Perseroan untuk menerima pinjaman melalui fasilitas pembiayaan dari PT. Bank BNI Syariah senilai maksimal Rp. 75.000.000.000,- (tujuh puluh lima miliar Rupiah) yang bersifat standby loan untuk kebutuhan pengamanan atas keberlangsungan bisnis Perseroan, berikut pengawasan atas penggunaan fasilitas pinjaman tersebut; dan
4. Persetujuan kepada Direksi Perseroan untuk menerima pinjaman melalui fasilitas kredit PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk dengan nilai maksimum fasilitas kredit sebesar Rp. 250.000.000.000,- (dua ratus lima puluh miliar Rupiah) yang bersifat standby loan untuk kebutuhan (i) modal kerja operasional Perseroan, (ii) pembiayaan CAPEX dan/atau modal kerja atas kontrak pekerjaan yang diperoleh Perseroan, (iii) pembiayaan Supply Chain Financing, (iv) Pembukaan LC atau SKBDN dalam rangka pengadaan/pembelian barang & jasa Perseroan, dan (v) penerbitan SBLC atau GB Penawaran, GB Pelaksanaan, GB Pembayaran, GB Pemeliharaan, atau GB lainnya yang bankable diterbitkan, berikut pengawasan atas penggunaan fasilitas pinjaman tersebut. Adapun realisasi fasilitas kredit yang diterima Perseroan adalah sebesar Rp. 150.000.000.000,- (seratus lima puluh miliar Rupiah) yang bersifat standby loan.

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.

### III. PENUTUP

---

Atas nama Dewan Komisaris, Saya mengucapkan terima kasih banyak atas dukungan dan kerjasama yang diberikan oleh Pemegang Saham, Direktur Perseroan dan segenap **stakeholder** Perseroan sepanjang tahun 2018. Dengan ditetapkannya portofolio bisnis Perseroan di bidang **Digital Content, Digital Advertising, Commerce, Smart Platform dan Financial Services**, Saya berharap di tahun 2019 Perseroan semakin mantap melangkah dan memenuhi target-target pertumbuhan yang telah ditetapkan.

Jakarta, 13 Mei 2019

Hormat kami,

**KOMISARIS PT. METRA-NET**

**DAVID BANGUN**



# LAPORAN

## DIREKSI UTAMA

### LAPORAN DIREKSI TENTANG KEADAAN DAN JALANNYA PERSEROAN TAHUN BUKU 2018

Para Pemegang Saham dan Dewan Komisaris yang terhormat,

Perkenankan Saya selaku Direktur Utama PT. Metra-Net (**“Perseroan”**), mewakili jajaran Direksi menyampaikan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia-Nya Perseroan berhasil melalui tahun 2018 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.

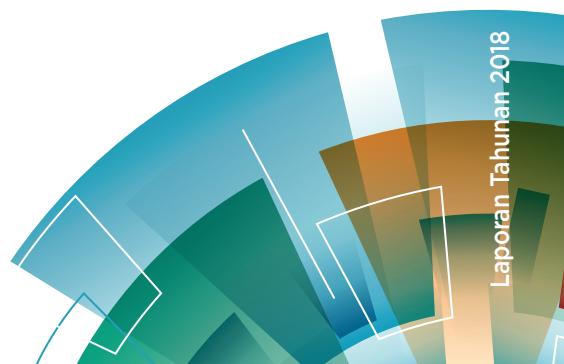
Strategi Perseroan tersebut diimplementasikan melalui langkah strategis yaitu dengan meningkatkan performa bisnis existing dan menjalankan inisiasi bisnis digital baru dengan berkolaborasi bersama perusahaan digital baik lokal maupun global. Strategi ini dilakukan untuk memberikan excellent customer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

Nilai penting dari hasil-hasil kinerja dan operasional positif Perseroan, terwujud dalam **culture activation** Perseroan Tahun 2018 yaitu, **“Big Bang - Being Bigger, Wider and Stronger”** yang sejalan dengan visi dan misi Perseroan sebagai salah satu perusahaan penyedia jasa berbasis digital guna mendukung visi TelkomGroup yaitu **“Be the King of Digital in The Region”**.

### STRATEGI DAN KEBIJAKAN STRATEGI

Sejalan dengan visi TelkomGroup yaitu **“Be the King of Digital in The Region”**, Perseroan secara konsisten menjalankan 3 (tiga) program utama yaitu **spreading portfolios by each revenue stream, implementing proper budget management** dan **developing right organization**.

Adapun program utama Perseroan Tahun 2018 tersebut tercermin dalam kegiatan-kegiatan sebagai berikut:





## 1. Spreading portfolios by each revenue stream

Perseroan menerapkan *revenue stream* untuk mendapatkan skala bisnis yang lebih besar dan pengelolaan aliran dana masuk ke dalam Perseroan secara efektif dan efisien. Selain itu, Perseroan juga melakukan pengukuran profitabilitas untuk menganalisa dan mengevaluasi kinerja keuangan sehingga dapat melihat prospek dan resiko bisnis Perseroan. Adapun pembagian *revenue stream* Tahun 2018, sebagai berikut:

**A. Content Monetizing & Payment (CMP)** - UPoint telah bekerjasama dengan lebih dari 100 publisher baik *game publisher* dan *content publisher*. *Network peering* yang dimiliki oleh TelkomGroup merupakan daya tarik tersendiri bagi para *publisher* yang ingin bekerjasama dengan UPoint. *Network peering* merupakan jalur server yang dimiliki oleh Telkom untuk *game publisher* yang tidak memiliki server di Indonesia.

**B. Digital Monetizing & Advertising (DMA)** - UAd mempunyai fokus yakni menjadi tempat bertemu 3 pihak utama dalam bisnis *digital advertising* yakni *publisher*, *advertiser* serta *agency*. Keunggulan utama yang ditawarkan UAd adalah adanya fitur *targeting* yang lebih terarah yang bisa digunakan oleh pihak pengiklan untuk mendapatkan hasil *campaign* yang lebih maksimal.

Melalui kedua portofolio tersebut, Perseroan terus berupaya mengoptimalkan dan merealisasikan potensi digital di Indonesia guna menetapkan strategi untuk menghasilkan produk yang inovatif serta tepat guna kedepannya.

## 2. Implementing proper budget management

Guna pemantauan setiap pemasukan serta pengeluaran perusahaan yang terprediksi dan terukur dengan baik secara online, Perseroan fokus menggunakan *platform budgeting* internal terintegrasi yang diberi nama “*E-Budgeting User Interface System (EUIS)*” yang telah dikembangkan sejak tahun 2017.

## 3. Developing right organization

Perseroan telah melakukan program pelatihan dengan fokus pada pengembangan kompetensi dan spesialisasi. Beberapa program pelatihan dan kompetensi, antara lain:

**A. Training Project Management**, yang diikuti oleh tujuh karyawan guna meningkatkan pemahaman terkait project management yang efektif

**B. Uji Kompetensi Wartawan**, yang ditujukan guna mendukung profesionalisme wartawan Uzone.Id. Dalam kegiatan ini, tujuh orang karyawan Perseroan telah lulus dengan hasil **kompeten**.

**C. Training Developing Holding Company**, Perseroan melakukan kegiatan **Management Strategic Discussion Developing Holding Company** yang bertujuan mempersiapkan Manajemen Metra-Net untuk mampu meletakan dasar-dasar penting bagi fungsi Metra-Net Sebagai **Sub Holding Company**.

## KINERJA PERSEROAN DAN ANAK PERUSAHAAN TAHUN 2018

### 1. Kinerja Perseroan Tahun 2018 Secara Konsolidasi

Dengan kemampuan internal, dukungan parenting yang tepat, serta pengawasan jalannya kegiatan usaha Perseroan beserta anak perusahaan yang memadai, Perseroan menutup tahun 2018 dengan pencapaian yang memuaskan. Perseroan beserta anak perusahaan atau secara konsolidasi berhasil mencapai ***Triple Double-Digit Growth*** dengan pertumbuhan *Revenue* 1 Triliyun (123%), *EBITDA* 89 Milyar (120%), dan *Net Income* 44 Milyar (164%).

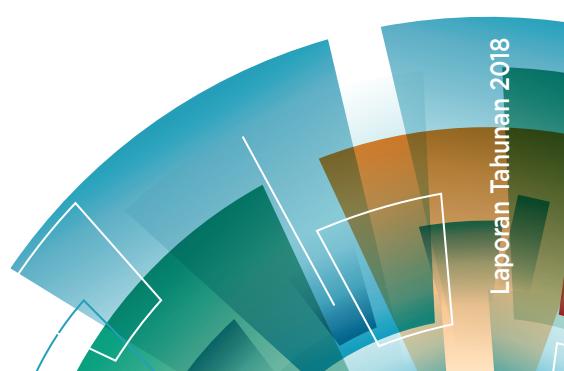
Berdasarkan rasio keuangan Perseroan beserta anak perusahaan atau secara ***konsolidasi*** selama tahun 2018 mencatatkan *Return on Asset* (ROA) sebesar 6 %, *Return on Equity* (ROE) sebesar 10 %, *Debt to Equity Ratio* (DER) sebesar 82%, dan *Current Ratio* sebesar 139%.

### 2. Kinerja Perseroan dan Anak Usaha Tahun 2018

Secara organik, Perseroan membukukan pencapaian *Revenue* 129%, *EBITDA* 124%, dan *Net Income* 89%. Pencapaian Perseroan selama tahun 2018 dikontribusi dari portofolio *Digital Monetizing & Advertising (DMA)* dan *Content Monetizing & Payment (CMP)*.

Portofolio *Digital Monetizing & Advertising (DMA)* berhasil mencatatkan *Revenue* sebesar Rp. 132,584 Miliar atau merupakan 29% dari total *Revenue* Perseroan (*unconsolidated*). Portofolio *Content Monetizing & Payment (CMP)* berhasil mencatatkan *Revenue* sebesar Rp. 317,503 Miliar atau merupakan 71% dari total *Revenue* Perseroan (*unconsolidated*). Seiring dengan pencapaian *Revenue* Perseroan di tahun 2018, Perseroan mencatatkan *Revenue* per-employee sebesar Rp. 4,2 Miliar, dengan jumlah karyawan sebanyak 106 orang.

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* 144%, *EBITDA* 144% dan *Net Income* 122%. Pencapaian MelOn selama tahun 2018 dikontribusi dari portofolio *Music* sebesar 74.3% dan *Game Content* sebesar 25.7%.



Menutup tahun 2018, Perseroan beserta entitas anak telah diaudit oleh auditor independen (EY – Purwantono, Sungkoro & Surja) dan berdasarkan Laporan No. 00157/2.1032/AU.1/05/0687-2/1/III/2019 tanggal 8 Maret 2019, laporan keuangan perseroan dinyatakan **Wajar**.

## PERSEROAN SEBAGAI HOLDING COMPANY

Sebagai *Holding Company* di bidang *Digital Services*, Perseroan terus melakukan pengawasan aktif terhadap kegiatan anak usaha Perseroan, hal tersebut tercermin dalam penataan portofolio serta penyesuaian kegiatan usaha MelOn guna menyelaraskan antara kegiatan usaha sebagaimana termasuk dalam Anggaran Dasar MelOn dengan kegiatan usaha yang dijalankan MelOn selama Tahun 2018.

## PERAN SERTA PEMEGANG SAHAM DALAM MENUNJANG KEGIATAN USAHA PERSEROAN

Segala pencapaian Perseroan selama Tahun 2018 tidak lepas dari peran serta Pemegang Saham, khususnya PT. Telkom Indonesia (Persero) Tbk (“**Telkom**”) dalam mendukung kegiatan usaha Perseroan. Hal tersebut tercermin dari persetujuan Pemegang Saham atas persetujuan *Bridge Financing* Telkom atas *Project Digital Display Managed Service (DDMS)* dan Restitusi Pajak Pertambahan Nilai (PPN) Perseroan Tahun 2017 dan Tahun 2018 dengan total Rp. 20.874.000.000, - (dua puluh miliar delapan ratus tujuh puluh empat juta Rupiah).

## PENUTUP

---

Seluruh pencapaian di tahun 2018, 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 misi TelkomGroup untuk menjadi **“The King of Digital in The Region”**.

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 2018.

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.

Hormat kami,

**A. N. Direksi PT. METRA-NET**

**WIDI NUGROHO**

*Direktur Utama*



# PROFIL

## DEWAN KOMISARIS



### DAVID BANGUN

KOMISARIS

**David Bangun** dilahirkan di Bandung, 5 September 1965. Beliau adalah lulusan ITB jurusan Telekomunikasi pada tahun 1989 dan memperoleh gelar Master of Engineering dari Cornel University New York USA pada tahun 1999.

Perjalanan karirnya dimulai pada tahun 1989 dan pernah menduduki posisi penting seperti VP Infrastructure & Service Planning (2009-2011), Coommisioner PT Telkom International (2011-2014), EGM Infratel (2011-2013), EGM Network of Broadband (2013-2014), CEO Mitratel (2014-2017), Komisaris Metra (2017-sekarang), Komisaris Utama Metra Digital Investama (MDI) (2017-sekarang), Komisaris Metra-Net (2017-sekarang).

Saat ini beliau menjabat sebagai Direktur Digital and Strategic Portfolio PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Beliau juga aktif diberbagai organisasi profesional seperti Indonesian Telematics Community, dipercaya sebagai chairman di Asosiasi Kabel Laut Indonesia, Chairman di Asosiasi Tower Indonesia, Kepala grup ICT Pengurus Pusat PII, Chairman di Badan Kejuruan Elektro Persatuan Insyinyur Indonesia, dan Ketua Badan Pengawas ASPI.

# PROFIL

## DIREKSI



### WIDI NUGROHO

#### DIREKSI 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 1996 serta Master of Commerce (Business Information System) tahun 1997 dari University of Wollongong Australia.

Perjalanan karirnya 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 diberbagai organisasi profesional seperti Indonesian Telematics Community.



# PROFIL

DIREKTUR BISNIS OPERASIONAL



## DIDIK BUDI SANTOSO

DIREKTUR BISNIS OPERASIONAL

**Didik Budi Santoso** dilahirkan di Klaten, 5 September 1974. Beliau adalah lulusan STT Telkom Bandung jurusan Teknologi Informasi pada tahun 1997 dan memperoleh gelar Master of Telecommunication Management dari HAN University, Belanda tahun 2005.

Perjalanan karirnya dimulai pada tahun 1997 dan pernah menduduki posisi penting seperti General Manager Data Monetizing & Advertising Telkom Indonesia (2013-2014), Deputy EGM Divisi Digital Business (2014-2015) dan Direktur PT Metra-Net (2015-sekarang).

Beliau pernah mengikuti Global Talent Program (GTP) Batch-1 tahun 2013 untuk inisiasi bisnis di Malaysia dan Suspim 2 International INSEAD Batch-2 tahun 2014 untuk rencana pengembangan bisnis healthcare dan juga aktif di organisasi profesional seperti Indonesian Telematics Community.

# PROFIL

DIREKTUR PENGEMBANGAN BISNIS



## SETYO BUDIANTO

DIREKTUR PENGEMBANGAN BISNIS

**Setyo 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 karirnya 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.



# 03

# TENTANG

# METRA-NET



---

Ringkasan Metra-Net

Tonggak Sejarah

Identitas Perusahaan

Visi & Misi

Produk & Layanan

Manajemen Sumber Daya Manusia

Struktur Organisasi



# RINGKASAN

## METRA-NET

### Tentang Kami

Metra-Net merupakan anak perusahaan PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk yang berdiri sejak 17 April 2009. Visi Perseroan adalah menjadi mitra monetisasi yang paling handal dalam online industry, dan misi kami adalah membawa pengalaman digital melalui keahlian terintegrasi dan kemitraan strategis pelanggan.

Dimulai pada 2013 Metra-Net fokus pada 2 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, Metranet mengakusisi perusahaan asal Eropa yaitu Cellum Global Zrt.

Sejalan dengan Strategi Perusahaan PT Telkom Indonesia Tbk, Metra-Net Holding berfokus pada 5 Portofolio yaitu Digital Content, Commerce, Big Data & Analytics, Digital Advertising, dan Financial Services dengan mengoptimalkan pengembangan Digital Mediation untuk menghadirkan lebih banyak Layanan Digital.

# KEPEMILIKAN SAHAM



69.048%



by Telkom Indonesia

30.951%



by Telkom Indonesia

0.001%



Hold 52% shares



Hold 30.4% Share



# IDENTITAS PERUSAHAAN



## Nilai Perusahaan

### ► HONOUR

Harga diri, kehormatan dan integritas diri sebagai acuan atas keyakinan, sikap dan tindakan.



### ► RESPECT

Penghormatan kepada orang lain sebagai bentuk empati



### ► TRUST

kepercayaan yang bisa diandalkan oleh orang lain



### ► CARE

Peduli kepada sesama dan lingkungan



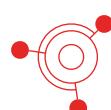
### ► SURVIVAL

Semangat untuk bertahan menghadapi segala tantangan hambatan serta mempertahankan hal yang baik



### ► YOUTH

Selalu bersemangat dan berjiwa muda dalam memahami trend yang sedang terjadi



### ► DIGITAL

Memiliki gaya hidup digital serta dapat diandalkan dalam membangun bisnis online yang menjadi andalan bagi stakeholder



# LOGO

PERUSAHAAN

---

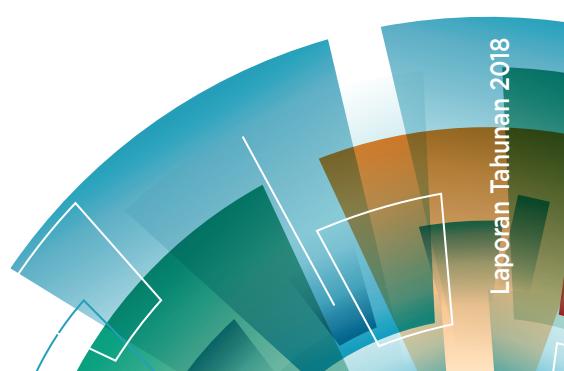


Tidak adanya huruf kapital dalam tulisan “Metra-Net” menggambarkan kedekatan, keramahan dan kehangatan, atau situasi yang non formal yang bersifat natural dana apa adanya.

Hubungan antara Telkom dan Metra-Net menunjukkan bahwa Metra-Net adalah bagian dari Telkom, serta melambangkan kolaborasi yang kuat dan sinergi untuk memberikan solusi terbaik bagi klien.

Warna Merah dan Putih diterapkan pada logo "M" mencerminkan Metra-Net sebagai perusahaan nasional yang berbasis di Indonesia yang mendukung inovasi solusi digital di kancah nasional dan global.

Warna Hitam pada kata “metra” dan Abu-Abu pada kata “net”, sehingga membentuk kata “Metra-Net” menunjukkan bahwa sejarah Metra-Net adalah menjadi bagian dari PT. Multimedia Nusantara (Metra) yang didirikan oleh PT. Telkom Indonesia dan Metra-Net dikhkususkan untuk merintis bisnis bidang digital yang dilihat dari kata “net”.





# MASKOT

## PERUSAHAAN

Maskot Metra-Net dilambangkan dengan Neo Tetuko. Tetuko adalah nama kecil dari Gatot Kaca yang lahir dari pasangan Bima dan Arimbi. Pada saat Tetuko lahir, terjadi keresahan di khayangan. Karena Kala Pracona seorang raksasa yang paling tangguh ingin mempersunting Dewi Supraba, sedangkan para dewa tidak menyetujui. Khayangan-pun diamuk oleh Kala Pracona. Singkat cerita, Tetuko dimasukkan ke kawah Candradimuka dengan pusaka. Alhasil muncullah sosok Gatot Kaca, pria gagah dengan segala pusaka-pusaka para dewa tersebut.

Neo Tetuko merupakan transformasi modern dan digital dari tokoh Tetuko yang mempunyai filosofi bahwa Metra-Net yang baru memasuki tahap embrionik harus segera menjadi perusahaan kokoh dan besar agar bisa menyaingi dan mengalahkan para kompetitornya di industri digital.

Helm yang dikenakan oleh Neo Tetuko terdapat huruf bertuliskan SYD yang memiliki kepanjangan Survival, Youth, Digital.



# VISI

& MISI

---

## 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

---





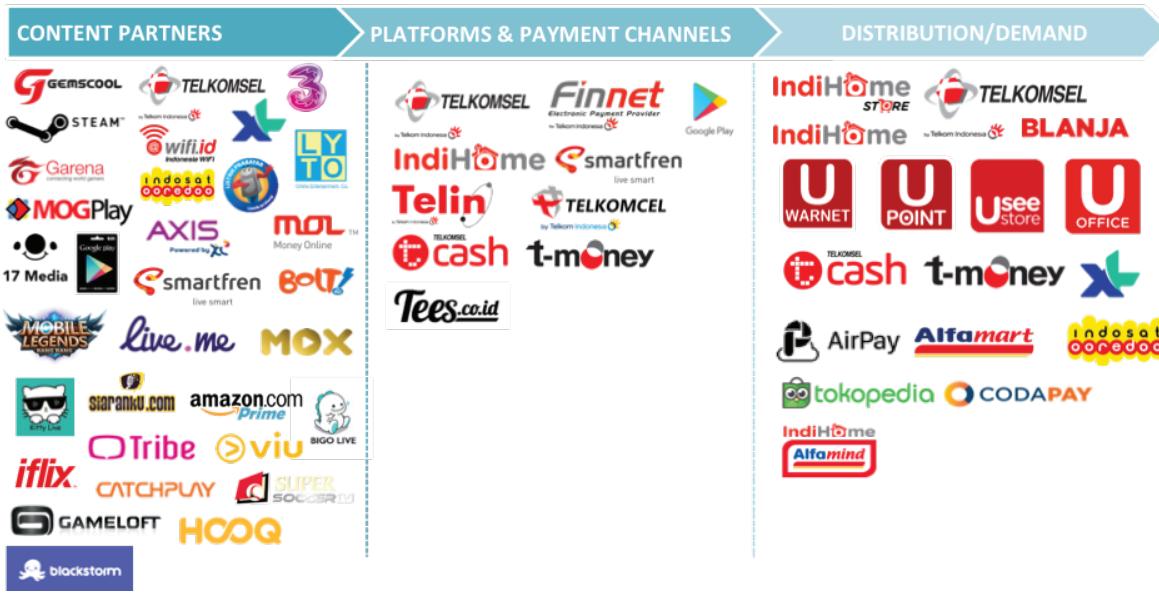
# PRODUK & LAYANAN



---

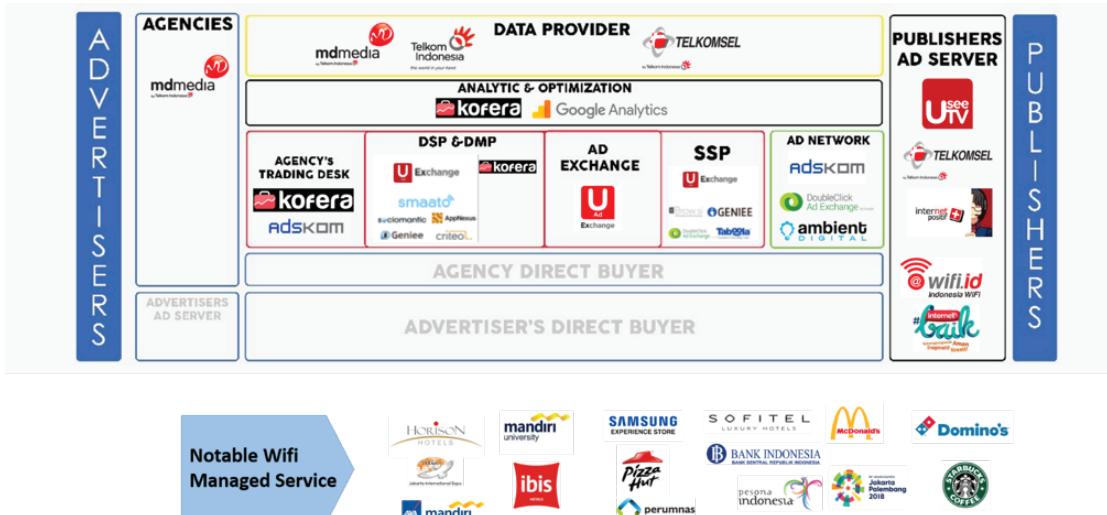
UPoint merupakan salah satu bisnis Metranet yang bergerak di digital payment dan digital voucher aggregator. UPoint telah bekerjasama dengan lebih dari 100 publisher baik game publisher dan content publisher. Adapun channel distribusi yang bekerjasama antara lain; operator selular seperti Telkomsel, XL dan Indosat; Operator Broadband yaitu Indihome, Online Store e-commerce, Modern Channel seperti Indomart, dan Other Licensed Operator (OLO). Semua itu terintegrasi ke dalam satu platform UPoint. Berada satu grup dengan Telkom Indonesia sebagai perusahaan Telekomunikasi terbesar merupakan value added dari UPoint.

Network piring yang dimiliki oleh TelkomGroup merupakan daya tarik tersendiri bagi para publisher yang ingin bekerjasama dengan UPoint. Network piring merupakan jalur server yang dimiliki oleh Telkom Indonesia untuk game publisher yang tidak memiliki server di Indonesia. Ini akan berpengaruh pada kecepatan gamers dalam mengakses game yang dimiliki publisher tersebut. Digital payment merupakan pembayaran menggunakan potong pulsa Telkomsel, CC, dan One Bill Indihome. Digital voucher aggregator bekerjasama dengan toko online dan modern channel untuk menjual voucher dari berbagai publisher. Sebagaimana diketahui, UPoint menjadi partner eksklusif Garena dan Steam dalam penjualan voucher Google Gift Card, Voucher Pulsa, Voucher Wifi.id dan beberapa yang lainnya.

**UPoint Business Landscape**

UAd mempunyai fokus yakni menjadi tempat bertemunya 3 pihak utama dalam bisnis digital advertising yakni publisher, advertiser serta agensi agar mampu menjalankan proses periklanan digital yang lebih efektif dan efisien dengan sasaran pasar Indonesia. Keunggulan utama yang ditawarkan UAd adalah adanya fitur targeting yang lebih terarah yang bisa digunakan oleh pihak pengiklan untuk mendapatkan hasil campaign yang lebih maksimal. Uad juga telah bekerja sama dengan perusahaan DSP (demand site platform) global seperti Google, Criteo, AdAsia, IMX, dll.

Semua campaign tersebut dapat disebarluaskan ke 135 ribu Wifi.id access point, UZone.id, Mercusuar dan lebih dari 250 publisher nasional yang sudah bekerjasama dengan UAd. Platform yang digunakan oleh yaitu UAd Exchange. Platform ini memungkinkan para advertiser dan publisher dapat melakukan self service serta mendapatkan data statistik. Adapun konten yang ditawarkan oleh UAd adalah Display Advertising, Audio Advertising, dan Video Advertising.



**UAd** Business Landscape

 <b>Exchange</b> SSP <small>Ad</small>	 <b>Exchange</b> DSP For Advertiser	 <b>Exchange</b> DSP For Agency
<p><b>User Interface</b> for Publisher to Monetize their Website or Investor.</p> <p><b>Key Features :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Site Management</li><li>2. Ad Unit Management, and support for :<ul style="list-style-type: none"><li>- Display Ad</li><li>- Video Ads</li><li>- SDK for Mobile Apps</li></ul></li><li>3. Reports (also support geographical report)</li><li>4. Invoice Management</li><li>5. Profile Management</li><li>6. User Setting</li></ol>	<p><b>User Interface</b> for Direct Advertiser to Manage their Ad Spending and Campaign.</p> <p><b>Key Features :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Campaign &amp; Creative Banner Management Support: Display Ad, Mobile Ad &amp; Video Ad.</li><li>2. Wallet / Deposit Management</li><li>3. Reports (also support geographical report)</li><li>4. Payment &amp; Deposit History</li><li>5. Account Setting</li></ol>	<p><b>User Interface</b> for Agency to Manage their Advertiser, Revenue &amp; House Ad.</p> <p><b>Key Features :</b></p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Advertiser Management</li><li>2. Revenue / Share Commission Management</li><li>3. House Ad Management</li><li>4. Campaign / Banner Approval from Advertiser</li><li>5. Wallet / Deposit Management</li><li>6. Reports (can be filtered by Advertiser)</li><li>7. Account Setting</li></ol>

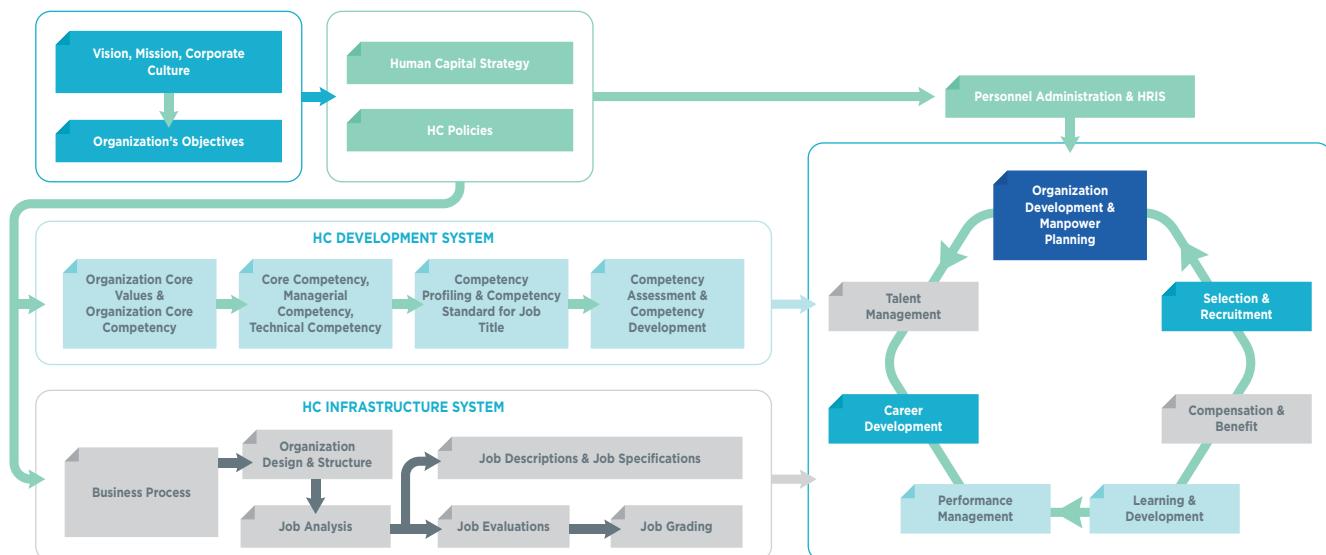
## **UAd** Business Landscape

# MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA



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 yakin dengan pengelolaan sumber daya manusia yang tepat dan berorientasi digital, pengembangan karir, remunerasi yang kompetitif, serta **culture activation** yang konsisten, Perseroan mampu bersaing menjadi salah satu perusahaan terbaik di industri digital.

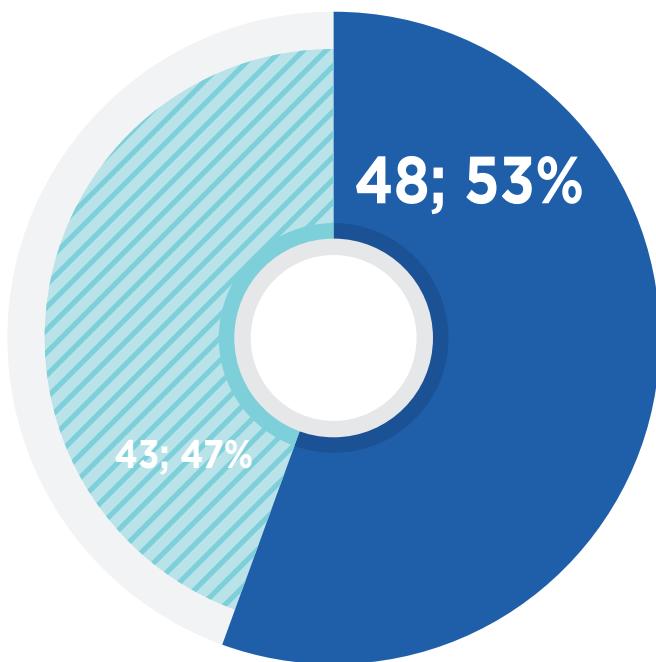




# DEMOGRAFI

## KARYAWAN

### Status Karyawan 2018

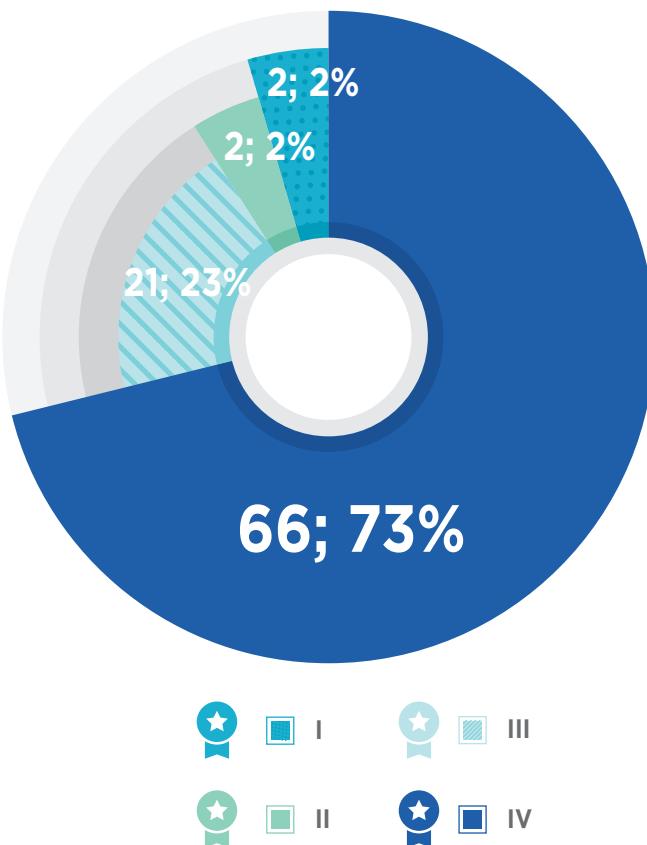


- ▶ Pada tahun 2018 Jumlah karyawan Matranet berjumlah **91 Orang** dengan Karyawan Tetap sebanyak **48 Orang** dan Karyawan Kontrak sebanyak **43 Orang**.
- ▶ Pada tahun 2018 Jumlah karyawan mengalami pertumbuhan sekitar **5%** dari tahun sebelumnya.

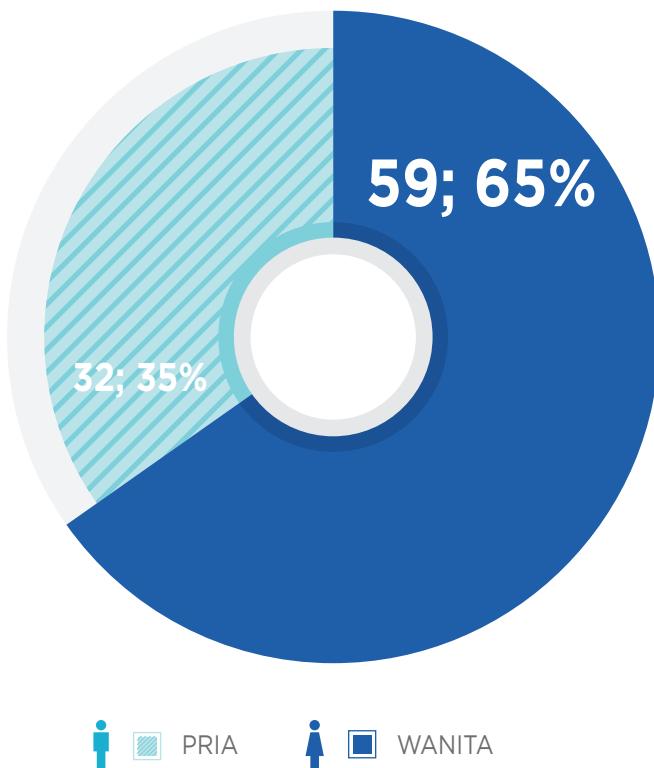


### Total Karyawan Berdasarkan Job Level

- ▶ Demografi karyawan per level jabatan mengikuti pola piramida, dengan komposisi terbanyak adalah level Executive, diikuti dengan level Manager, GM, dan VP.
- ▶ 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 kreatifitas dan ide-ide baru.
- ▶ Proses kaderisasi melewati alur yang memungkinkan organisasi mendapatkan talent terbaik dari sumber internal.



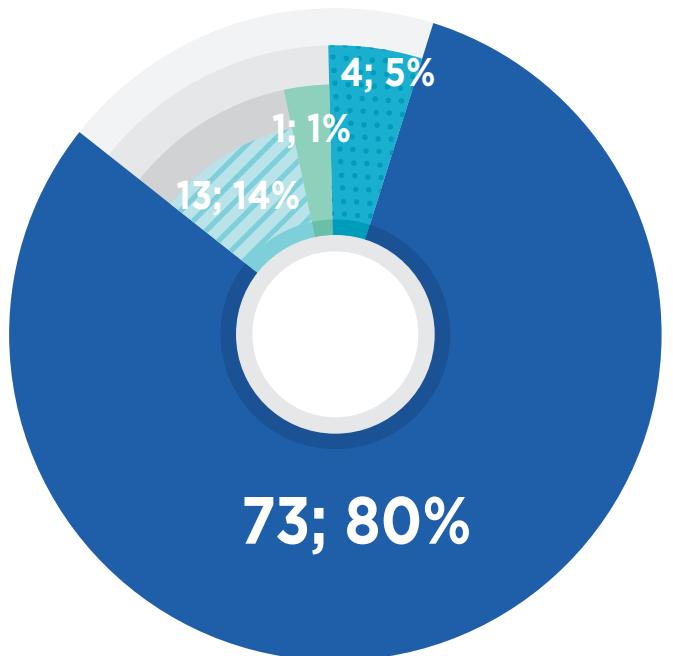
### Total Karyawan Sesuai Jenis Kelamin



- ▶ Secara jenis kelamin, sekitar 65% masih didominasi oleh karyawan pria, baik karyawan tetap maupun karyawan kontrak. Kondisi ini terjadi karena sebagian besar karyawan memiliki latar belakang pendidikan Informasi & Teknologi.
- ▶ Dominasi tenaga kerja pria memberikan indikasi bahwa jumlah jam kerja produktif relatif lebih banyak, mengingat persentase kekurangan jam kerja akibat cuti kelahiran juga relatif berkurang.

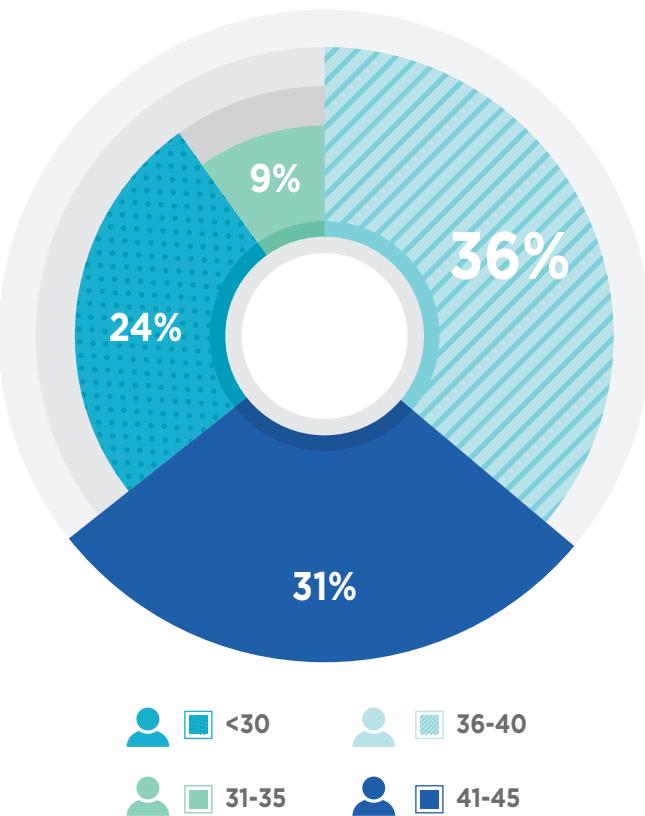
### Total Karyawan Berdasarkan Latarbelakang Pendidikan

- ▶ Pendidikan karyawan didominasi oleh **S1**, kemudian **Diploma**, dan **S2**.
- ▶ Organisasi mempertimbangkan penerimaan karyawan pendidikan setingkat SMA, dengan syarat kandidat karyawan tsb. memiliki kompetensi khusus dan pengalaman kerja spesifik yang menjadi nilai plus dan mampu memberikan kontribusi nyata bagi pencapaian target bisnis organisasi. Syarat lain adalah calon karyawan tersebut dalam kondisi sedang melanjutkan kuliah **Diploma** atau **S1**.

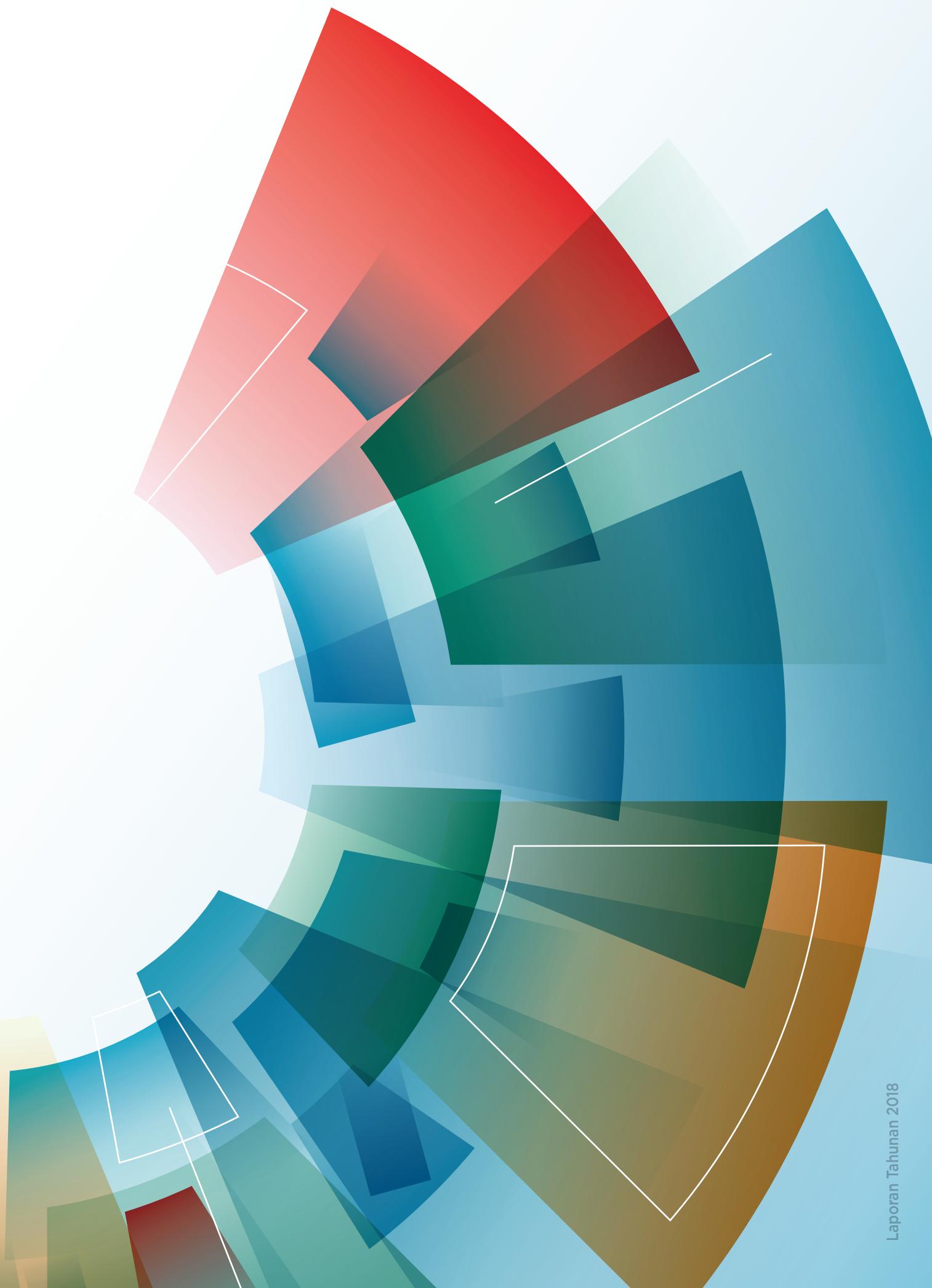


- ▶ **S1**
- ▶ **D1-D4**
- ▶ **SMA**
- ▶ **S2**

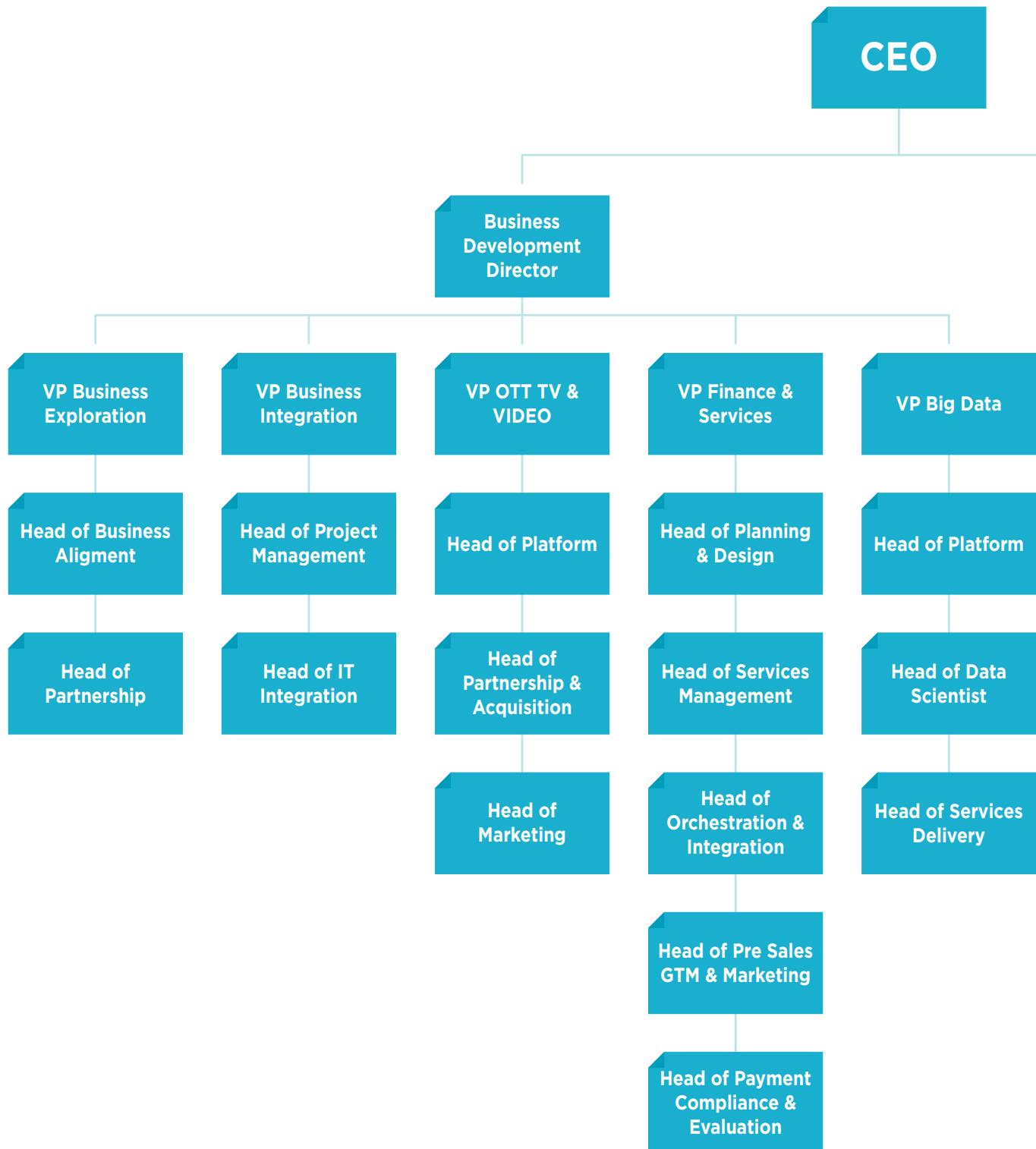
### Total Karyawan Tetap Berdasarkan Usia

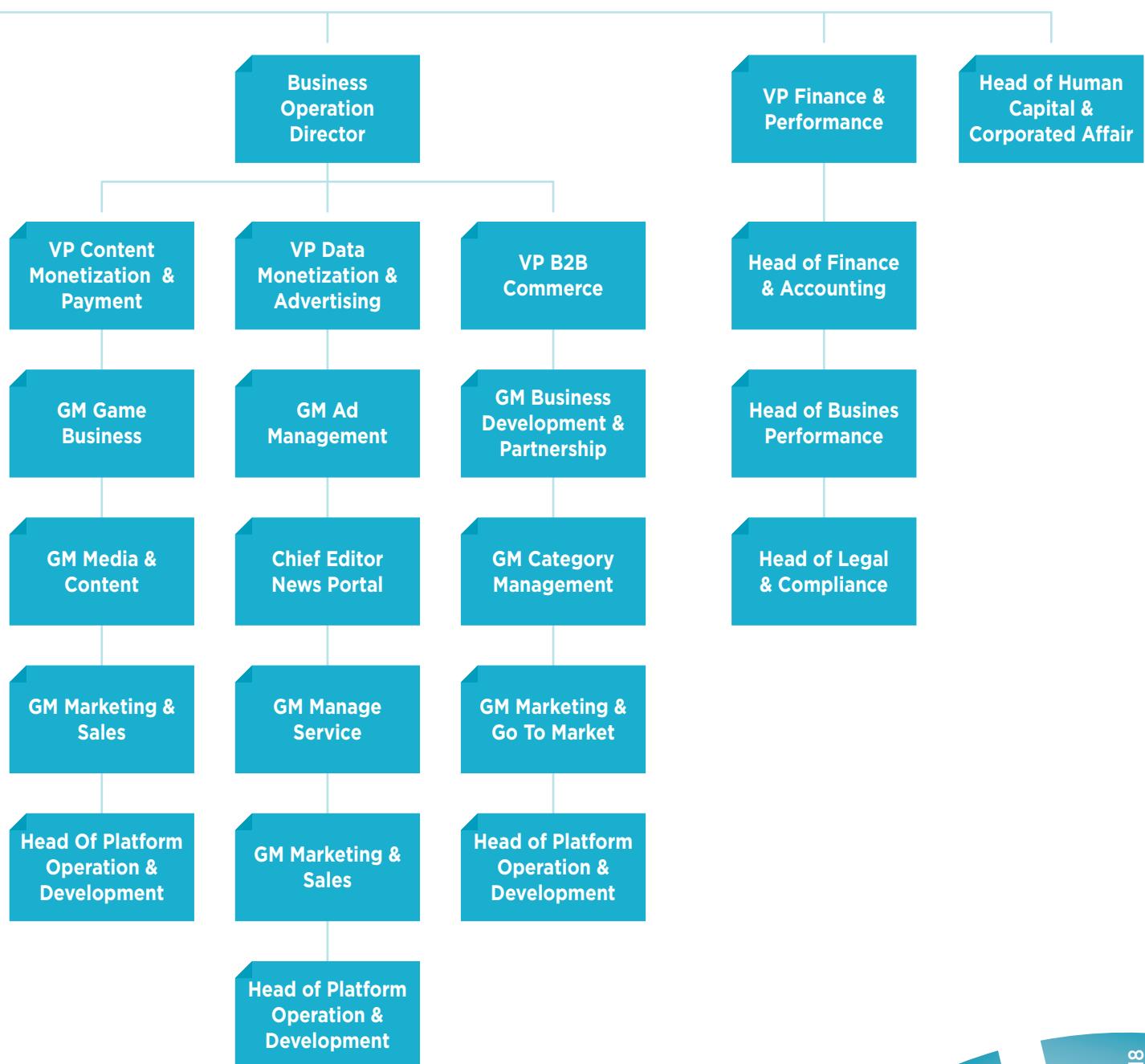


- ▶ Sebagai perusahaan yang bergerak di industri digital, organisasi didominasi oleh karyawan-karyawan dengan rentang usia sekitar **20-40 tahun**.
- ▶ Karyawan-karyawan muda Gen Y memiliki karakteristik yang khas, sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan industri digital.
- ▶ Dalam jangka waktu **2-5 tahun** ke depan, Perusahaan memiliki cukup Sumber Daya Manusia dari Generasi Y. Namun hal ini masih perlu dibina dan dikembangkan menjadi para **talent** potensial untuk ke depannya.
- ▶ Untuk kebutuhan para **talent** tersebut, organisasi perlu secara serius membangun budaya yang sesuai dengan tuntutan bisnis dan karakteristik **Gen Y**.



# STRUKTUR ORGANISASI







# 04

# ULASAN

# BISNIS



---

Tatakelola Perusahaan yang Baik  
Pemasaran & Penjualan  
Ikhtisar Bisnis 2018

# TATAKELOLA

## PERUSAHAAN YANG BAIK

Perseroan memiliki komitmen untuk menerapkan Tata Kelola Perusahaan (**Good Corporate Governance - GCG**) sebagai pedoman dalam pengelolaan Perusahaan pada setiap aktivitas dan pada setiap tingkat organisasi.

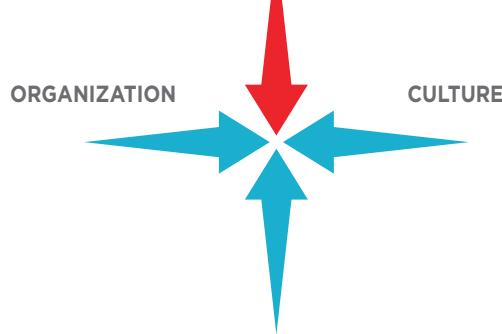
Dalam menjalankan implementasi tata kelola Perusahaan, Perseroan senantiasa merujuk kepada berbagai perundang-undangan, peraturan dan ketentuan yang berlaku secara umum.

Dalam menjalankan implementasi tata kelola Perusahaan, Perseroan senantiasa merujuk kepada berbagai perundang-undangan, peraturan dan ketentuan yang berlaku secara umum.

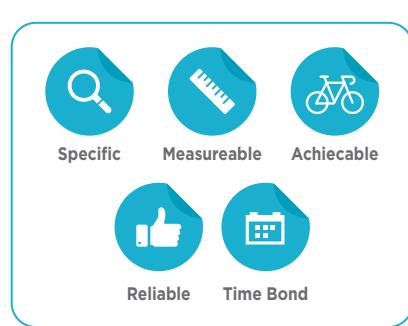
Dengan menerapkan Tata Kelola Perusahaan secara konsisten, Perseroan berharap dapat menjadi lebih profesional, transparan dan efisien sehingga dapat memaksimalkan nilai Perseroan bagi para pemangku kepentingan dalam bentuk meningkatnya kinerja (nilai Perseroan dalam jangka panjang) serta citra Perseroan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



### Sustainable Business



### Always Set SMART Goal



### BUSINESS Acceleration On 3P



### The Telkom Way:

1. Integrity
2. Enthusiasm
3. Totality
4. Solid
5. Speed
6. Smart
7. Imagine
8. Focus
9. Action

# METRANET

BUSINESS ECOSYSTEM



**Metranet Business Ecosystem**

BISNIS EKOSISTEM METRANET TERDIRI DARI 4 (EMPAT) LAYER UTAMA YAITU :

## ► CONNECTED PLATFORM

Pada Connected Platform, Metra-Net melakukan kerjasama dengan global payer yang terbukti di market antara lain Google Play, Google ADX, Google DFP, Criteo.

## ► CONNECTIVITY

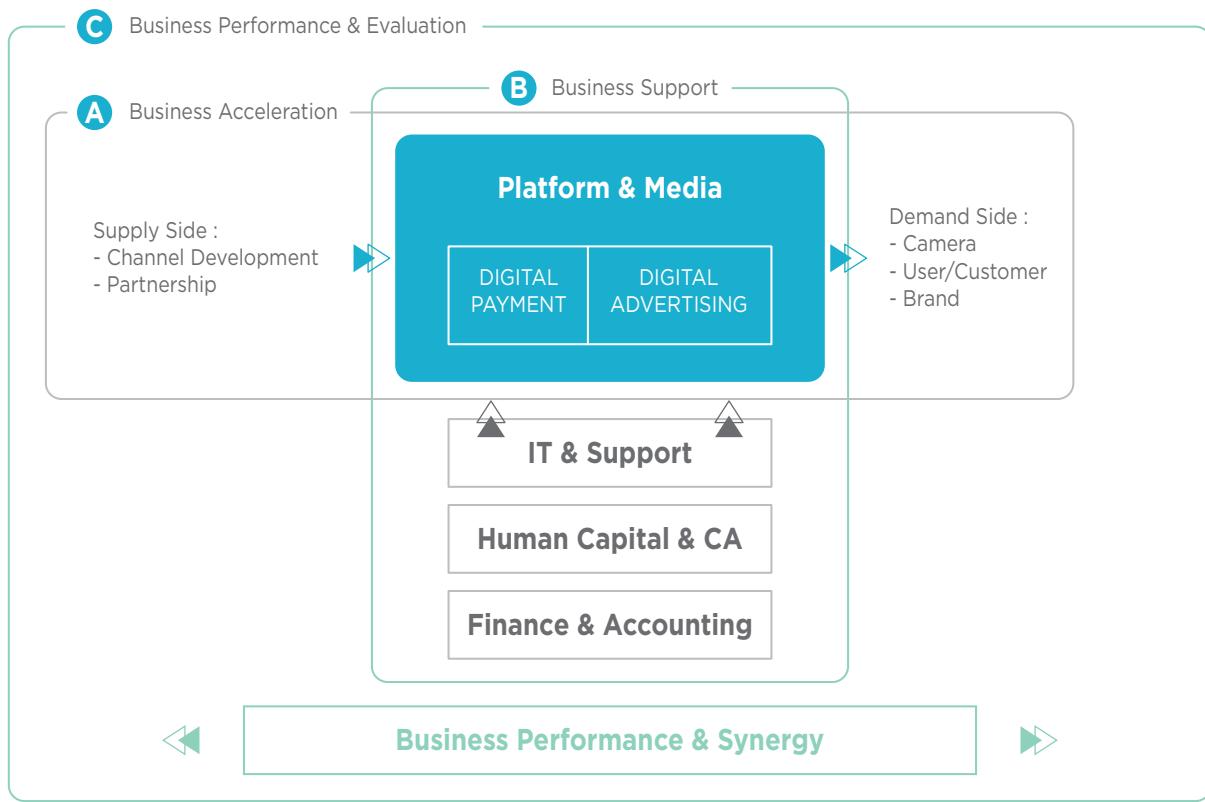
Metra-Net juga didukung oleh kekuatan TelkomGroup berupa trafik yang cukup besar yang berpotensi menghasilkan revenue, yaitu IndiHome, Telkomsel dan Wifi.id.

## ► PLATFORM

Pada layer platform, Metra-Net fokus pada penguatan platform UPoint untuk Digital Payment dan UAd untuk Digital Advertising.

## ► PUBLISHER

Hal yang terpenting untuk mendukung bisnis Metra-Net yaitu pada layer publisher. Selain publisher internal yaitu Internet Positif, Mercusuar, Internet Baik, UZone dan USearch, Metra-Net menjalin kerjasama dengan publisher dan content partner global dan lokal yang ternama.



2015



2016



2017



2018



## ► 2015

- Spirit : be honor and to be survival company (exit red alert)
- Focus on two porNolios : Upoint and Uad
- Key Program :
  - Governance
  - Cost leadership

## ► 2016

- Spirit : Business calling
- Focus on product, partner and platform
- Key Program :
  - Product definition - not only platform/enabler but also as “supplier” and “distribution”
  - Getting significant partners
  - Enhance plaNorm reliability to drive business acceleration
  - Tax audit

## ► 2017

---

- Spirit : enhancement business support management
- Focus on competency development and implementing enterprise resource planning for efficiency internal business process
- key Program :
  - Training & certification programs
  - ERP Adoption

## ► 2018

---

- Spirit : Being bigger, wider and stronger
- Focus on :
  - Exploiting legacy business by focusing on profitability performance
  - Exploring new business development by emphasizing on market validation
- Key Program :
  - Spreading portfolios by each revenue stream and measuring the profitability
  - Implementing budget management
  - Developing right organization & competency enhancement

# PEMASARAN & PENJUALAN

## Special Gift From Uzone.id



Untuk meningkatkan new profile, traffic and engagement pembaca, Uzone.id mengadakan campaign bertemakan Valentines dengan nama #LovelyPoint for Valentines. Para pembaca (Uzoners) yang sudah memiliki profil aktif di Uzone.id akan mendapatkan special point untuk artikel yang dibaca, diberikan komentar dan share ke social media. Point yang sudah dikumpulkan dapat ditukarkan (redeem point) pada 14 februari 2018 dengan pulsa gratis. Periode champaign 1-14 februari 2018. Campaign ini akan berdampak positif pada peningkatan data user untuk kegunaan Big Data. So, sign up now & collect #lovelypoint Uzone.id : Your Latest Entertainment Zone

## UZone.id menjadi Media Partner di Film terbaru MD Entertainment (Danur 2)



Untuk meningkatkan traffic dan engagement Uzone.id, serta menindaklanjuti kerjasama eksklusif dengan MD Entertainment, Uzone.id mendapatkan kesempatan kunjungan Media Visit dari Tim MD entertainment dan pemeran utama film Danur, Prilly Latuconsina & Shawn Adrian Khulafa. Film Danur merupakan film keluaran terbaru MD Entertainment yang akan tayang di bioskop.

Hal ini merupakan salah satu benefit yang diperoleh Uzone.id sebagai Exclusive Media Partner, dimana Uzone berkesempatan untuk mendapatkan liputan ekslusif pada beberapa film MD Entertainment yang akan ditayangkan. Mulai dari produksi film, promosi, hingga penayangan perdana. Selain itu, logo Uzone.id akan muncul dalam banner dan dalam credit title di film MD Entertainment.

## Metranet Ikut Serta Dalam Acara APMF 2018



Untuk membangun & memperluas networking dengan banyak perusahaan di bidang digital (Seperti Kaskus, Anterin, Ambient Digital, Alternative Media Group, dll), Metra-Net ikut serta dalam acara Media Forum APMF (Asia Pasific Media Forum) 2018 yang diadakan di Bali, Bali Nusa Dua Convention Center, 2-4 Mei 2018. Selain itu juga agar nama Uzone.id serta Oona lebih meluas lagi di masyarakat, khususnya di masyarakat penggiat digital.

APMF merupakan kegiatan tahunan yang bertujuan untuk memfasilitasi para delegasi yang terdiri atas perusahaan, inovator, pencetak tren digital, dan media dari Asia Pasifik untuk berkolaborasi bagaimana industri digital dapat tetap relevan di tengah revolusi yang tengah terjadi. Pada kegiatan APMF kali ini Tim Uads menampilkan beberapa produk-produk unggulannya, diantaranya adalah UAd Advertising, Uzone.id serta produk terbarunya Oona.

### Oona & The Stars Volume 1



Untuk meningkatkan awareness Oona, tim Oona mengadakan kegiatan "Oona & The stars" di Upnormal Raden Saleh yang dihadiri oleh sekitar 100 peserta. Syarat untuk menjadi peserta adalah download aplikasi Oona dan wajib mengajak 5 teman untuk download aplikasi Oona.

Kegiatan ini bertujuan untuk mensosialisasikan aplikasi Oona. Oona merupakan sebuah platform TV dengan beragam channel yang bisa ditonton di handphone. Oona bekerja sama dengan saluran TV dan penyedia konten lokal dan internasional. Terdapat beberapa kategori channel yakni: kids, religi, horor, music, sports, automotif dll yang dapat ditonton secara gratis.

Selain mendapatkan sosialisasi tekait Oona, para peserta juga mendapatkan tips sukses menjadi selebgram/youtuber dan bermain games seru bersama Ria Ricis sebagai tamu pada acara tersebut.

## Oona & The Stars Volume 2



Metra-Net Bersama Telkom menggelar Event Oona & The Stars di Warunk Upnormal Cibubur Bersama 6 artis dengan 2 youtuber terkenal, yaitu Atta Halilintar dan Yori. Event ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah user Oona.

Event Oona & The Stars dimeriahkan oleh sharing session dari Atta Halilintar (Youtubers yang memiliki lebih dari 4juta subscribers) dan Yoriko (social media influencer) serta penampilan special yang menghibur dari penyari Rey, Arnold Leonard dan Evra. Dengan melakukan activity event dalam bentuk Roadshow, diharapkan dapat meningkatkan jumlah user OONA. Hingga saat ini total jumlah download aplikasi OONA adalah sebesar 258,4 ribu.

## Uzone.id Ikut Serta dalam Acara Launching Samsung Note 9 di New York



Untuk meningkatkan traffik dan awareness, uzone.id mendapatkan kesempatan liputan secara langsung launching produk terbaru samsung yaitu samsung note 9 di New York, Amerika Serikat. Brand awareness yang dilakukan berupa live di Instagram Uzone.id ketika launching samsung note 9 serta pembuatan artikel di Uzone.id yang membahas tentang samsung note 9. Sehingga diharapkan mampu menaikkan traffik pembaca uzone.id. Keikutsertaan Uzone.id ke acara tersebut, memberikan kesempatan Uzone.id untuk mempublikasikan keunggulan produk terbaru samsung note 9 lebih cepat dibandingkan media lainnya. Selain itu, dengan adanya kegiatan ini menegaskan bahwa uzone.id semakin dikenal dan mampu bersaing dengan media besar lainnya seperti : liputan 6, kompas.com dan detik.com.

## Uzone.id diundang oleh Toyota dalam acara deklarasi event sponsor Olimpiade 2020 di Singapore

**uzone.id**



Untuk meningkatkan jumlah traffic dan awareness, Uzone.id mendapatkan kesempatan emas berupa undangan dari Toyota dalam acara Deklarasi Event Sponsore Olimpiade 2020 dikawasan Asia, tepatnya di Singapore. Dengan keikutsertaan Uzone.id pada event tersebut, memberikan kesempatan pada Uzone.id untuk mendapatkan content terkait produk terbaru Toyota. Selain itu, Uzone.id menjadi satu-satunya media Entertainment Millenials yang ikut serta. Kegiatan ini merupakan event kedua bagi Uzone.id untuk dapat meliput event dari Brand ternama. Hal ini semakin menunjukkan eksistensi Uzone.id sebagai media besar, karena semakin banyak Brand yang mengundang Uzone.id dalam Event acaranya.

## Customer Acquisition Uzone.id melalui kegiatan CFD di Bekasi



**uzone.id**

Untuk meningkatkan Brand Awareness dan member baru Uzone.id (Uzoners), Uzone.id team melakukan program Customer Acquisition (CA) dalam acara Car Free Day (CFD) di depan Landmark Kota, GOR, Taman Kota, & Jl. Ahmad Yani, Kota Bekasi

Kegiatan ini menunjukkan hasil yang cukup signifikan, jumlah register baru Uzoners pada hari tersebut naik 40% mencapai 901, dibandingkan dengan rata-rata register baru perhari sekitar 500an

## UZone.id menjadi Media Partner di Film terbaru Falcon



Untuk memberikan brand awareness, menaikan traffic dan enggangement pembaca Uzone.id bekerjasama dengan Falcon Picture. Pada Maret 2018 ini, Falcon Picture akan meluncurkan film terbarunya yang berjudul Benyamin: Biang Kerok, yang dibintangi oleh Reza Rahadian dan Delia Husein.

Dalam kerjasama ini Uzone.id mendapatkan media visit bintang utama film Biang kerok (Reza Rahardian dan Delia Husen) hasil dari media visit tersebut adalah content original berupa video pendek wawancara dan promo film benyamin biang kerok, serta mendapatkan porsi pemasangan Logo pada Kredit Tittle Film serta pemasangan Logo pada Space banner di Galapremiere

## Kemerahan OONA Media Launch



Metra-Net melangsungkan event OONA Media Launch yang meriah untuk memperkenalkan OONA kepada media. Kegiatan ini dilaksanakan di Lantai 6 Telkom Landmark Tower.

Event OONA media launch bertujuan untuk memperkuat aktifitas marketing via lokal media coverage yang tinggi, sehingga dapat mengakselerasi penetrasi OONA di pasar Indonesia, dan mencapai target 2 juta app download dan 250 ribu active user.

Event ini berlangsung begitu meriah, dibuka dengan opening speech oleh Direktur Digital Strategy Portfolio Telkom dan dihadiri oleh tokoh-tokoh digital seperti Helmi Yahya (TVRI), David Burke (VIVA Group), Gregg Creevey (Omni Channel Asia), Gert Van De Ven (Brightcove Asia), Henky Prihatna (Google) dan media-media lainnya.

Kemudian disempurnakan oleh penampilan hiburan memukau dari Virzha (Indonesian Idol). Event ini dimuat oleh media-media besar, seperti: MetroTV, Suara, Kontan, Sindonews, Wowkeren, Merdeka, Antara, Technologue, dan lainnya.

### Upoint support Telkomsel pada event IGC 2018



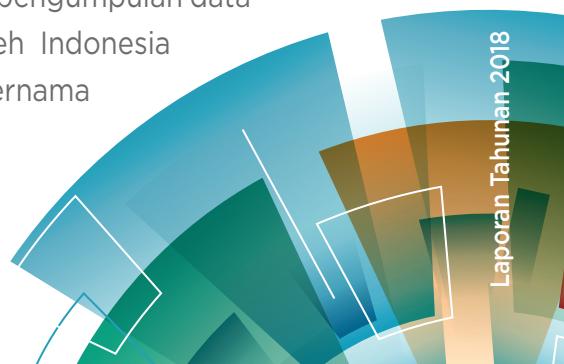
Sebagai bentuk eksistensi Content Monetation Platform dan agar Upoint dapat lebih dipercaya oleh Publisher besar sebagai partner maka upoint ikut mensupport Telkomsel dalam event game terbesar di Indonesia (IGC 2018). Acara ini diselenggarakan di Balai Kartini, 20-22 April 2018.

Upoint ikut serta men-support bandwidth sebesar 500Mbps, 1:1 via Astinet untuk seluruh kegiatan turnamen & streamingnya. Dalam kesempatan ini pula Upoint diberikan booth spesial untuk memperkenalkan publisher game asal Vietnam, VNG, untuk gamenya yang tengah populer di Indonesia yaitu Rules of Survival (rekomendasi telkomsel). Terdapat berbagai macam aktivitas dan hadiah mulai dari official rules of survival merchandise, samsung smartphone hingga ratusan ribu diamonds (virtual item in game).

### Seminar Nasional Inrate



Inrate melangsungkan seminar nasional bertema "Ada apa dengan TV rating di Indonesia?" Metra-Net turut mengelola tv rating di Indonesia bernama Inrate . Inrate merupakan system TV Rating yang mengombinasikan teknologi pengumpulan data termutakhir dengan metode penelitian aktual yang diolah oleh Indonesia Strategic Institute (Instrat). Instrat merupakan lembaga kajian ternama di Indonesia.





Untuk meningkatkan brand awareness, Inrate menggelar seminar nasional yang dihadiri oleh sekitar 100 orang. Narasumber dari seminar ini merupakan tokoh yang sudah berpengalaman dalam dunia pertelevisian Indonesia yakni Achjuman A. Achjadi. Narasumber lainnya adalah: perwakilan dari Net TV, perwakilan dari Komisi Pernyiaran Indonesia (KPI) dan Deddy Mizwar yang membahas topik mengenai revolusi gaya menonton masa kini, relevansi rating TV di Indonesia, rating dan kualitas tayangan TV dan bagaimana TV Rating berpengaruh bagi TV, production house dan ilkan. Metra-Net sebagai pengelola melakukan go to market dan telah berhasil mendapatkan kepercayaan dari Metra dan Net TV untuk menggunakan layanan Inrate.

# IKHTISAR

## BISNIS 2018



JANUARI

### 01. Kerjasama Baru Antara Metranet dan AdAsia



Setelah Ad Asia diakuisisi FourM pada October 2017, AdAsia menjadi AdAsia Holdings meluncurkan product baru yaitu AdAsia Digital Platform for Advertiser. Metra-Net sebelumnya sudah melakukan kerjasama dengan adAsia berupa campaign video & display banner yang ditayangkan pada uzone.id.

Kerjasama baru ini bertujuan agar Metra-Net dapat menjadi publisher dan advertiser. Jika ada kebutuhan campaign bisa melakukan delivery ads terhadap publisher-publisher yang telah terintegrasi dengan platform AdAsia Digital Platform for Advertiser Advertisers (platform manajemen terpadu yang memberikan akses kepada pemilik media online atau publisher untuk memantau aktivitas campaign) dengan menggunakan technology Artificial Intellegent.

### 02. Eksklusif Artis MD Entertainment dengan Uzone.id



Uzone menjalin kerjasama dengan MD Entertainment, dimana MD akan memberikan hak ekslusif satu artisnya secara bergantian untuk diliput kegiatannya dan dipublikasikan di Uzone.id. Diharapkan dengan kerjasama tersebut akan menambah organik user dan memperkaya konten user terutama yang berbungan dengan Entertainment, dan juga sejalan dengan slogan Uzone.id yaitu Your Latest Entertainment Zone.



FEBRUARI

## 01. Metranet monetizing RoLi dan Langitmusik



Untuk menambah inventory dan menindaklanjuti perpanjangan kontrak kerjasama Advertising antara Metra-Net dan Telkomsel, Metra-Net melakukan monetizing di dua aplikasi Telkomsel yaitu di RoLi dan Langit Musik. Aplikasi ROLi menyediakan berbagai fitur menarik untuk memperoleh informasi berisi promosi dan iklan. Inventory iklan Metra-Net yang terpasang di aplikasi RoLi berupa Audio Advertising sedangkan Inventory iklan Metra-Net yang terpasang di aplikasi Langitmusik berupa Audio dan Display Ads. Ads sources yang akan mengisi inventory Audio Advertising disupport oleh Triton Digital, sedangkan untuk Display Ads disupport oleh Uad Exchange.

## 02. Direct Top Up Garena via Tcash



Pada akhir Februari telah dilakukan kerjasama antara UPoint dan Tcash terkait Direct Top Up Garena. Dengan bertambahnya metode pembayaran menggunakan Tcash diharapkan dapat menambah transaksi dan revenue bagi Upoint. Layanan ini memungkinkan pengguna untuk melakukan top up di website Garena (kiosgamer.com) dengan menggunakan metode pembayaran melalui Tcash, yang sebelumnya metode pembayarannya adalah potong pulsa Telkomsel.



MARET

## 01. Peran serta Upoint dalam acara Indonesia Games Championship 2018



Bertempat di The Pallas, SCBD, Telkomsel mengadakan Press Conference Indonesia Games Championship (IGC 2018). Indonesia Games Championship merupakan event game terbesar yang dihadirkan oleh Telkomsel kepada para gamer di Indonesia. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan transaksi dan revenue upoint. Upoint berperan sebagai fasilitator partner yang notabene adalah publisher game yang berpartisipasi dalam acara IGC tahun ini, yaitu AOV dari Garena, DOTA2 dari Valve/Steam, dan Mobile Legends dari Moontoon.

Kompetisi yang memasuki tahun kedua ini diprediksi akan diikuti oleh lebih dari 15.000 peserta dan pengunjung. IGC 2018 diharapkan dapat menjadi event turnamen online games (eSports) terbesar di Indonesia dengan berbagai turnamen eSports yang berhadiah total Rp 600 juta.

## 02. Peluncuran Tribe dan Telkomsel VideoMax



Untuk meningkatkan transaksi dan partner Media & Content, Telkomsel melakukan kerjasama dengan Tribe dalam layanan VideoMax, di mana Upoint bertindak sebagai pemilik Content Partner License untuk Tribe

Tribe merupakan aplikasi streaming TV dan film asal Malaysia yang telah diunduh oleh 2,5 juta pengguna, dimana pengguna dapat menyaksikan serial asli premium yang dikolaborasikan antara Indonesia dan negara-negara ASEAN, episode terbaru dari drama Korea, Anime hari yang sama dengan Jepang, serta eSports. Selain memiliki beragam serial dan film yang bisa dipilih langsung (on-demand), Tribe juga memiliki sejumlah saluran TV yang biasanya hanya dapat dinikmati oleh pengguna TV berlangganan, seperti Warner TV, KBS, TvN, Aniplus, dan Kix.

Untuk menyaksikan tayangan Tribe, user dapat mengunduh aplikasi Tribe di Google Play Store dan App Store, dengan mengaktifkan paket data bulanan melalui menu akses \*363# atau aplikasi My Telkomsel dari smartphone.



APRIL

## 01. Kerjasama antara Upoint dan Softbank untuk Produk Qustodio



Untuk menambah transaksi pada Media & Content Upoint, Pada minggu pertama april 2018, Upoint melakukan kerjasama dengan Softbank untuk produk Qustodio. Qustodio merupakan layanan parental control asal Spanyol yang memiliki berbagai macam fungsi untuk melindungi anak-anak terhadap konten negatif yang ada di internet. Aplikasi Qustodio dapat digunakan di berbagai jenis perangkat mulai dari Android, iOS, Windows, Mac serta Kindle.

Fitur-fitur yang ditonjolkan oleh Qustodio antara lain memonitor segala aktifitas dalam gadget anak, memfilter internet dari konten negatif, mengatur aplikasi serta batas waktunya aktifnya, melacak telepon dan SMS serta melacak lokasi. Aplikasi ini telah diunduh oleh lebih dari 500.000 pengguna Android. Saat ini sudah live, tetapi sedang menunggu penetapan untuk komersialisasi product.

Para pengguna dapat berlangganan layanan ini dengan 2 macam metode yaitu: 1) pembayaran melalui potong pulsa Telkomsel, dan 2) billing Indihome setiap bulan untuk paketnya. Paket yang akan dijual dengan harga Rp 25.000 untuk 3 perangkat dan Rp 40.000 untuk 5 perangkat.

## 02. Uzone.id : Partnership dengan PT XL Axiata



Untuk menjaga engagement level uzoners melalui redeem point maka disediakan voucher XL bagi uzoners yang menggunakan operator XL. Uzone.id sudah deal partnership dengan PT XL Axiata, untuk program Uzone Point. PT XL Axiata tertarik dengan program tersebut, karena program ini dapat mengakomodir para pengguna XL dan Axis yang sudah menjadi Uzoners (Uzone.id active users) ketika melakukan redeem point dengan pulsa XL atau Axis, melalui Uzone Point yang sudah dikumpulkan ketika membaca berita, memberikan komentar dan berbagi berita ke social media.

Melalui partnership ini, Uzone.id mendapatkan sponsorship berupa penyediaan pulsa di redeem point. Diharapkan dengan adanya kerjasama ini akan ada lagi kerjasama lanjutan baik dengan PT XL Axiata ataupun dengan Provider lainnya.

### 03. Kerjasama UPoint dengan UPLive



Untuk menambah payment channel, Upoint melakukan kerjasama dengan UPLive, dan telah Live in Service pada tanggal 18 April. UPLive merupakan aplikasi live video streaming berbasis mobile yang berasal dari Hongkong.

Dalam aplikasi UPLive user dapat melihat siaran langsung dari para host dan memberikan gift berupa diamond kepada mereka, untuk melakukan top up diamond, user dapat menggunakan payment channel Upoint dengan potong pulsa Telkomsel, melalui 3rd party app.

Hingga saat ini, aplikasi live video streaming ini sudah di download oleh lebih dari 10jt pengguna Android. Dengan kerjasama ini jumlah partner upoint untuk kategori live streaming bertambah menjadi 7 (me.live, Bigolive, Kittylive, Live.me, fanatik.id, meetU).

### 04. Uzone.id menggandeng ComScore untuk Monetizing Audience



Untuk memonetizing para audience dalam kebutuhan pengembangan bisnis perusahaan ketika melakukan penetrasi penjualan ataupun partnership kepada agency, publisher, retail brand dan dalam berbagai lini B2B, Uzone bekerjasama dengan ComScore.

ComScore merupakan perusahaan asal Amerika dan sebuah perusahaan global yang diakui dalam pengukuran lintas-platform, iklan dan perilaku konsumen. Sampai saat ini ComScore sudah memiliki lebih dari 3.200 klien dan jejak global di 70 negara. ComScore merupakan masa depan dalam pengukuran media melalui data tampilan digital dan film dengan detail demografis yang luas untuk mengukur perilaku multilayar konsumen dalam skala besar.

Lebih rinci dari Comscore, Uzone.id akan menggunakan Media Metrix (MMX) dan Mobile Metrix (MoMX). Dari MMX dan MoMX, dapat digunakan dalam kombinasi multi platform (MMX Multi Platform) untuk audience pengguna desktop, smartphone & tablet secara bersamaan. Mulai dari editorial berita, analisa audience, competitor insight, marketing program development, business & monetizing.





MEI

## 05. Kerjasama dengan BPS untuk survei wisatawan asing melalui platform Wifi.id



Untuk menambah revenue, brand awareness, serta synergy BUMN, Metra-Net ditunjuk oleh Telkom untuk bekerjasama dengan Badan Pusat Statistik (BPS) dalam memenuhi kebutuhan data wisatawan asing melalui form survei di platform Wifi.id.

Para wisatawan yang bersedia mengisi data diri valid, akan mendapatkan free internet pertama selama 30 menit dan kode akses wifi.id selama seminggu (dikirimkan melalui email). Kegiatan survei ini ditargetkan akan berjalan pada W2 Mei. Sasaran lokasi untuk pelaksanaan survei ini bertempat di 8 bandara terbesar (Soetta, Ngurah Rai, Kualanamu, Juanda, Husein Sastranegara, Adi Sucipto, Samratulangi, Minangkabau).

Salah satu peranan penting BPS adalah menyediakan kebutuhan data bagi pemerintah dan masyarakat. Data ini didapatkan dari sensus atau survey yang dilakukan sendiri dan juga dari departemen atau lembaga pemerintahan lainnya sebagai data sekunder.

## 01. Metranet Ikut Serta Dalam Acara APMF 2018



Untuk menambah transaksi pada Media & Content Upoint, Pada minggu pertama april 2018, Upoint melakukan kerjasama dengan Softbank untuk produk Qustodio. Qustodio merupakan layanan parental control asal Spanyol yang memiliki berbagai macam fungsi untuk melindungi anak-anak terhadap konten negatif yang ada di internet. Aplikasi Qustodio dapat digunakan di berbagai jenis perangkat mulai dari Android, iOS, Windows, Mac serta Kindle.

Fitur-fitur yang ditonjolkan oleh Qustodio antara lain memonitor segala aktifitas dalam gadget anak, memfilter internet dari konten negatif, mengatur aplikasi serta batas waktunya aktifnya, melacak telepon dan SMS serta melacak lokasi. Aplikasi ini telah diunduh oleh lebih dari 500.000 pengguna Android. Saat ini sudah live, tetapi sedang menunggu penetapan untuk komersialisasi product.

Para pengguna dapat berlangganan layanan ini dengan 2 macam metode yaitu: 1) pembayaran melalui potong pulsa Telkomsel, dan 2) billing Indihome setiap bulan untuk paketnya. Paket yang akan dijual dengan harga Rp 25.000 untuk 3 perangkat dan Rp 40.000 untuk 5 perangkat.



JUNI

## 01. Kerjasama Advertorial Telkomsel di Uzone.id

**Uzone**.id

Untuk meningkatkan revenue, Uzone.id melakukan kerjasama dengan Telkomsel berupa pemasangan konten advertorial yang mempromosikan fitur dan teknologi terbaru dari Telkomsel. Uzone.id diwajibkan membuat artikel mengenai Telkomsel yang akan dipublish setiap minggunya.

Telkomsel merupakan salah satu anak perusahaan Telkom dan juga merupakan Telekomunikasi provider terbesar yang memiliki jaringan terluas se Indonesia.

## 02. Kerjasama antara IndiHome dengan VNG melalui UPoint

**IndiHome**

Untuk meningkatkan transaksi dan revenue, serta melengkapi paket langganan HSI Gamer, Upoint melakukan kerjasama dengan VNG, Developer dari game Rules of Survival PC.

Rules of Survival PC akan memberikan benefit berupa 1000 gold every day + 5000 gold at the first log-in “Yakuza Blue” skin valued 196 GEM + discount skin with price of 60 diamond + buy random skin with special prize setiap bulannya untuk para pelanggan.



JULI

## 01. Kerjasama Recurring Campaign AXA di Wifi.id Bandara



Untuk meningkatkan revenue dan awareness layanan Wifi.id di lingkungan Bandara. Tim UAd melakukan kerjasama dengan AXA Financial Indonesia berupa campaign profiling yang dijalankan khusus di Bandara Soekarno Hatta (Jakarta), Bandara Halim Perdanakusuma (Jakarta), dan Bandara Husen Sastranegara (Bandung). User/Customer diharuskan mengisi data profiling untuk mendapatkan free internet selama 30 menit.

AXA Financial Indonesia merupakan bagian dari AXA Group, salah satu perusahaan asuransi dan manajemen aset terbesar di dunia yang fokus pada asuransi jiwa dan manajemen asset.

## 02. Pengalihan Bisnis UPoint dari Metranet kepada Melon Indonesia



Pada bulan Juli 2018 di The Hook Restaurant, Jakarta, telah dilaksanakan acara penyerahan SK pengalihan tim UPoint dari PT Metra-Net ke PT Melon Indonesia. UPoint akan masuk ke dalam bisnis 'Games & OTT', sesuai dengan slogan baru PT Melon yaitu GO-CORE (Games & OTT, Content, Open Music, RBT & Events). Diharapkan dengan bergabungnya Upoint dengan PT Melon Indonesia dapat memberikan kontribusi pencapaian yang lebih baik lagi untuk TelkomGroup.

### 03. Workshop Go to Market Cellum



Pada awal tahun 2018 Metra-Net telah melakukan kerjasama dan mengakuisisi saham Cellum sebesar 30,4%. Cellum merupakan perusahaan asal Hungaria yang berfokus pada financial teknologi. Untuk menindaklanjuti aksi korporasi tersebut, serta dalam rangka meningkatkan kontribusi revenue digital Metra-Net. DWS melakukan workshop untuk me-leverage layanan Cellum khususnya untuk segmen Other Lisenced Operator (OLO) dan Internet Service Provider (ISP).

Beberapa agenda dalam workshop ini diantaranya mendiskusikan pricing strategy, sales process, channel dan partnership, revenue target dan penandatanganan kesepakatan. Sebelumnya Metra-Net telah menjalin kerjasama dengan DWS untuk pemasaran digital advertising yang telah berjalan selama 1 tahun.

### 04. Pengelolaan Wifi dan Digital Signage Bandara Angkasa Pura 2



Pada bulan Juli 2018 di The Hook Restaurant, Jakarta, telah dilaksanakan acara penyerahan SK pengalihan tim UPoint dari PT Metra-Net ke PT Melon Indonesia. UPoint akan masuk ke dalam bisnis 'Games & OTT', sesuai dengan slogan baru PT Melon yaitu GO-CORE (Games & OTT, Content, Open Music, RBT & Events). Diharapkan dengan bergabungnya Upoint dengan PT Melon Indonesia dapat memberikan kontribusi pencapaian yang lebih baik lagi untuk TelkomGroup.



AGUSTUS

## 05. Uzone.id ikut serta dalam acara premier Si Doel The Movie di Belanda



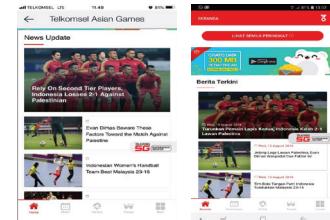
**Uzone.id**

Sebagai pembuktian salah satu media platform yang memiliki kredibilitas baik, Uzone.id berkesempatan menjadi salah satu dari puluhan media besar lainnya yang mendapatkan undangan untuk mengikuti Premier Si Doel The Movie di Amsterdam, Belanda.

Pemutaran premier film ini pertama kali dilakukan di Amsterdam, tepatnya di Pathe Tuschinski atau Teater Tuschinski. Dengan hadirnya Uzone.id di tengah-tengah media besar lainnya, menegaskan bahwa Uzone.id semakin dikenal dan mampu bersaing dengan media besar seperti: detik.com, liputan 6 dan kaskus.

Sebelumnya, pada 09 Juli 2018 lalu para pemain Si Doel The Movie yakni Rano Karno, Mandra, dan Suti Karno juga melakukan kegiatan media visit ke studio Uzone.id.

## 01. Uzone.id sebagai News Feeder di Telkomsel Asian Games



Untuk meningkatkan revenue, Uzone.id bekerjasama dengan Telkomsel untuk meliput event Asian Games 2018 dan menuangkannya dalam bentuk artikel yang mencakup kegiatan sebelum event, saat event, dan setelah event Asian Games 2018 berlangsung. Total ada 600 artikel yang harus dibuat oleh tim Uzone.id sejak tanggal 1 Agustus - 5 September 2018, 300 artikel menggunakan bahasa Indonesia dan 300 artikel lainnya menggunakan bahasa Inggris. Setiap artikel adalah eksklusif hanya untuk Telkomsel karena akan dipublish di aplikasi milik Telkomsel yaitu aplikasi MyTelkomsel dan aplikasi Telkomsel Asian Games.

## 02. Metranet Dipercaya

Sebagai Salah Satu Consulting  
Partner Apigee Google diIndonesia



Apigee merupakan API Management Platform specialist terbaik yang telah digunakan oleh berbagai perusahaan besar di dunia. Selain merupakan bagian dari Google group, Apigee menjadi salah satu leader / quadran terbaik untuk API management oleh lembaga Gartner (Gartner Magic QUadrant), Forrester Wave, Kuppingcole Leadership Compass, Ovum Decision Matrix dan lainnya. Saat ini, Apigee dengan bangga mempercayakan Metra-Net sebagai salah satu dari dua consulting Partnernya di Indonesia. Sebagai consulting partner, Metra-Net akan mendapatkan dukungan langsung berupa Marketing and Technical Material kit, Technical Training, serta Sales and Pre-Sales Training.

Untuk meningkatkan revenue, Metra-Net menjalin kerjasama dengan Apigee sebagai consulting partner resmi yang akan memasarkan produk apigee di Indonesia. Setelah sukses dalam project Big Data BRI dengan implementasi API management, saat ini Metra-Net sedang melakukan approach ke beberapa perusahaan besar, diantaranya: Telkomsel, Pertamina dan Mandiri.

## 03. Workshop Policy SSO

antara Uoffice dan Telkom Group



Workshop kerjasama pembahasan PKS dan Policy SSO (share service operation) terkait penunjukan Uoffice sebagai aplikasi office supply di lingkungan TelkomGroup.

TelkomGroup merupakan gabungan dari seluruh anak perusahaan yang dimiliki oleh Telkom Indonesia. Perusahaan TelkomGroup yang ikut serta dalam kegiatan workshop diantaranya adalah: GSD, TELIN, METRA, MITRATEL.



SEPTEMBER

## 01. Kerjasama Metranet dengan Astra Agro Lestari



Untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan revenue, Uoffice bekerjasama dengan Blanja.com untuk penyediaan kebutuhan groceries anggota Koperasi, dalam hal ini dimulai dari anggota di Astra Agro Lestari. Tahap awal akan dimulai dari 3 site di daerah Pekan baru dari total 17 site yang ada. Program ini berpotensi untuk diterapkan di koperasi seluruh Astra group. Blanja.com menyediakan supplier atas kebutuhan produk dan Uoffice (Usupply) sebagai platform B2B transaksi dengan Koperasi Astra.

## 02. Kick Off - Interoperability Test Google Station



Metra-Net bersama Telkom DSO, DDS, Telin dan Google menyelenggarakan kick off interoperability test untuk Google Station.

Google Station adalah layanan Google yang memungkinkan partner/mitra untuk membangun jaringan Wi-Fi yang berkualitas tinggi di tempat umum dengan mengubah koneksi fiber menjadi Wi-Fi. Google Station mengintegrasikan iklan premium ke jaringan Wi-Fi publik. Google station telah diluncurkan di India, Indonesia, Mexico, Thailand, dan Nigeria.

Untuk meningkatkan revenue digital advertising, serta meningkatkan jumlah pengguna WiFi terutama pada lokasi @wifi.id yang termasuk dalam kategori low occupation. Metra-Net bekerjasama dengan Telkom dan Google station, untuk menawarkan akses internet gratis dengan kualitas premium untuk 1 jam pertama, dan diberlakukan limitasi 1 Mbps setelahnya. Dalam kerjasama ini Metra-Net berperan sebagai manage service wifi.id dan pengelola landing page.



OKTOBER

## 01. Kick Off Pengembangan Laboratorium dan Pendidikan Big Data UGM



Guna meningkatkan revenue, tim Big Data Metra-Net terus memperkenalkan & menawarkan solusi ke berbagai organisasi dan lembaga, termasuk lembaga Pendidikan. Saat ini, UGM telah menjadi salah satu client Metra-Net untuk layanan big data. Metra-Net dan UGM melangsungkan kick-off project di UGM Jogjakarta, setelah kick-off ini dilangsungkan maka pekerjaan akan mulai dilaksanaan. Lingkup pekerjaan yang akan diprovide adalah: (1) Pengembangan ruang laboratorium dan data center big data yang ditargetkan akan selesai pada 15 November 2018 serta (2) Pelatihan pengembangan kapasitas big data.

## 02. Kerjasama dengan Maingames untuk Indihome Paket Gamer



Upoint melakukan inisiasi kerjasama dengan Maingames.co.id sebagai partner yang menyediakan games untuk IndiHome Paket Gamer

seperti Art of War : Battle of Luoyang dan Dews Ngamuk. dengan penambahan game ini total Game pada IndiHome Paket Gamer adalah 13 Game.

## 03. Kerjasama IndiHome dengan Team Ticketing Konser untuk diskon harga tiket Konser God Bless



IndiHome Music melakukan kerjasama channel promo dengan IndiHome dan Team Ticketing Konser Melon. Hasil dari kerjasama tersebut adalah Pelanggan IndiHome yg mempunyai paket Add-on IndiHome Music akan mendapatkan potongan harga tiket sebesar Rp 50.000. Mekanisme penukaran potongan tiket: 1) Pelanggan harus menunjukan aplikasi IndiHome Music yang sudah login dan mempunyai paket add-on IndiHome Music. 2) pelanggan mengisikan no IndiHome & No PSTN dipetugas loket tiket. 3) Potongan harga hanya berlaku untuk pembelian tiket on the spot.



## NOVEMBER

## 01. Penandatanganan MoU Dengan GCA



GCA (Gyeonggi Content Agent) yang merupakan perusahaan yang menaungi kreator konten termasuk pengembang game dari Provinsi Gyeonggi, Korea Selatan, kembali menggelar GCA Global Game Expo Summarecon Mal Bekasi.

GCA bekerja sama dengan PT Melon Indonesia yang menyediakan platform distribusi untuk judul game yang diperkenalkan di ajang ini. Untuk kedepannya bersama-sama mendistribusikan berbagai macam game ke seluruh operator di Indonesia.

## 02. Sinergi Kolaborasi Melon, BosQ dan TCash



Melon serta Bosqu bersinergi dan berkolaborasi dengan TCash untuk menggunakan TCash sebagai wallet dalam aplikasi BOSQU. Benefit yang diperoleh yaitu TCash mendapatkan tambahan sebanyak 4000 merchant aktif Bosqu (total 7000 merchant), Bosqu mendapatkan biller yang lebih murah dari TCash, Merchant Bosqu mendapatkan kemudahan dalam melakukan topup balance.

## 03. Kerjasama UPoint dan EMAGO



UPoint berkerjasama dengan EMAGO Cloud Gaming untuk menyediakan layanan streaming game berkualitas dan berlisensi resmi untuk pelanggan IndiHome.

Layanan Emago dapat dinikmati secara instan tanpa perlu menggunakan PC berspesifikasi tinggi. Kerjasama ini dapat menambah value dari IndiHome Gamer berupa varian game berkualitas yg dapat dinikmati user, seperti LEGO® Star Wars™: The Complete Saga, Outcast - Second Contact, GRID, dan lain-lain.



DESEMBER

## 01. Penandatanganan Perjanjian Kerjasama Masyarakat Telematika untuk Platform kerjaindonesia.id



Metra-Net melakukan penandatanganan perjanjian kerja sama dengan Masyarakat Telematika (MASTEL) dalam acara Digital Innovation Festival 2018. MASTEL merupakan wadah seluruh pemangku kepentingan Industri Digital, yang didirikan pada tanggal 1 Desember 1993. Saat ini anggota mastel terdiri dari 25 asosiasi dan 103 perusahaan.

Kerjaindonesia merupakan platform yang mempertemukan dunia usaha, dunia industri dengan institusi pelatihan, badan sertifikasi, komunitas profesi, pencari kerja dan pencari sertifikasi secara mudah, cepat, berkualitas dan transparan. Metra-Net sebagai business owner melakukan approach secara massive ke berbagai instansi dalam berbagai bidang.

Saat ini, Mertranet telah melakukan kesepakatan dengan MASTEL untuk penyediaan materi digital learning melalui platform kerjaindonesia dalam acara Digital Innovation Festival yang dihadiri oleh Kepala Bekraf Bapak Triawan Munaf, Menteri Perhubungan Bapak Budi Karya Sumadi, Menkominfo Bapak Rudiantara, dan Menteri BUMN Ibu Rini Soemarno.

## 02. Pengalihan Bisnis UPoint dari Metranet kepada Melon Indonesia



Telah dilakukan kerjasama antara UPoint dengan salah satu penyedia layanan OTT video streaming, HOOQ, untuk bisnis DCB recurring.

Selain untuk meningkatkan revenue, kerjasama ini diharapkan dapat memperkuat posisioning UPoint karena menambah content yang sudah cukup besar.

# KEGIATAN

PERUSAHAAN 2018

## 9 Tahun HUT Metra-Net



## Employees Gathering 2018



## Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Tahun Buku 2017



## Developing Holding Company Workshop

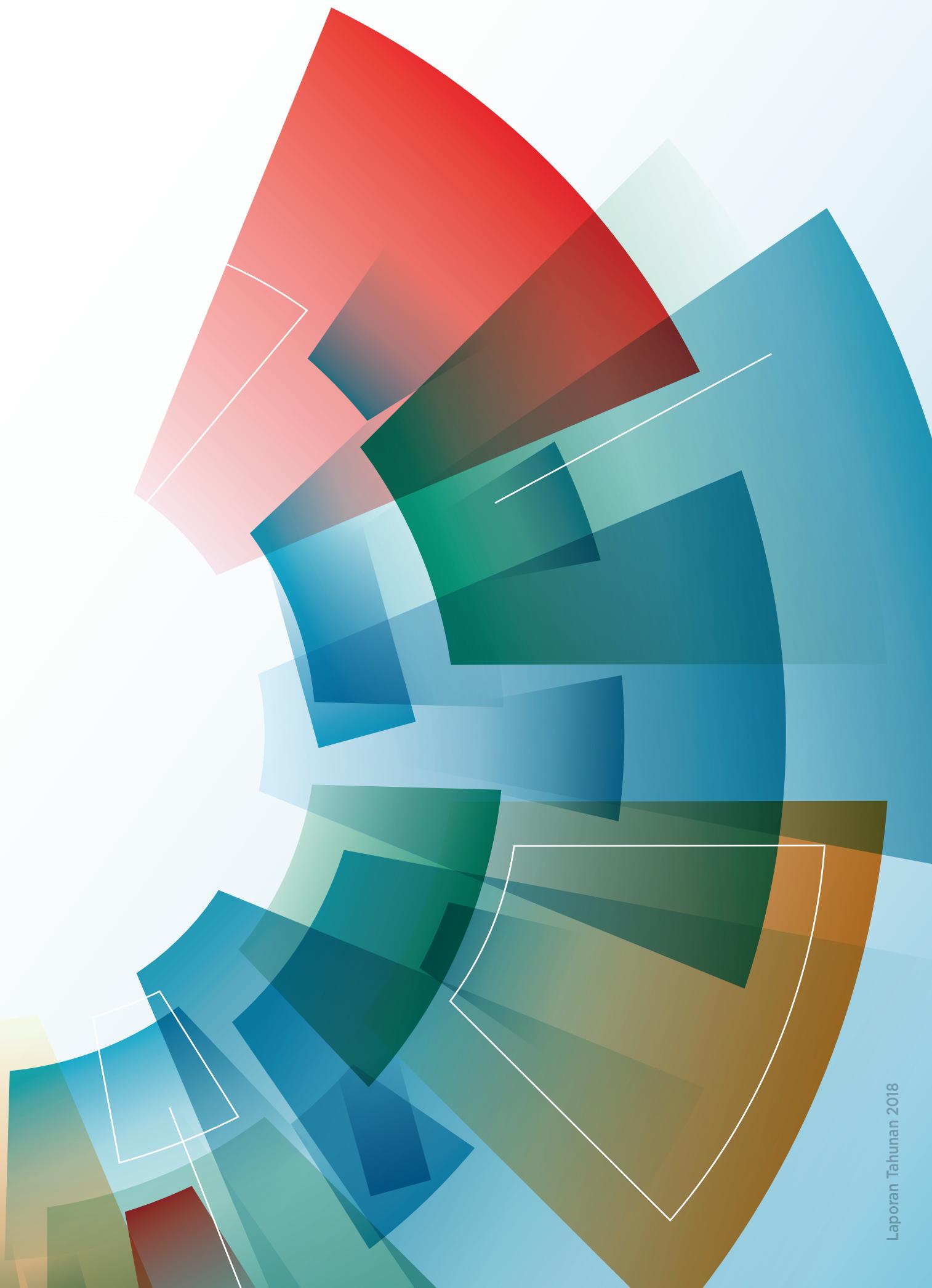


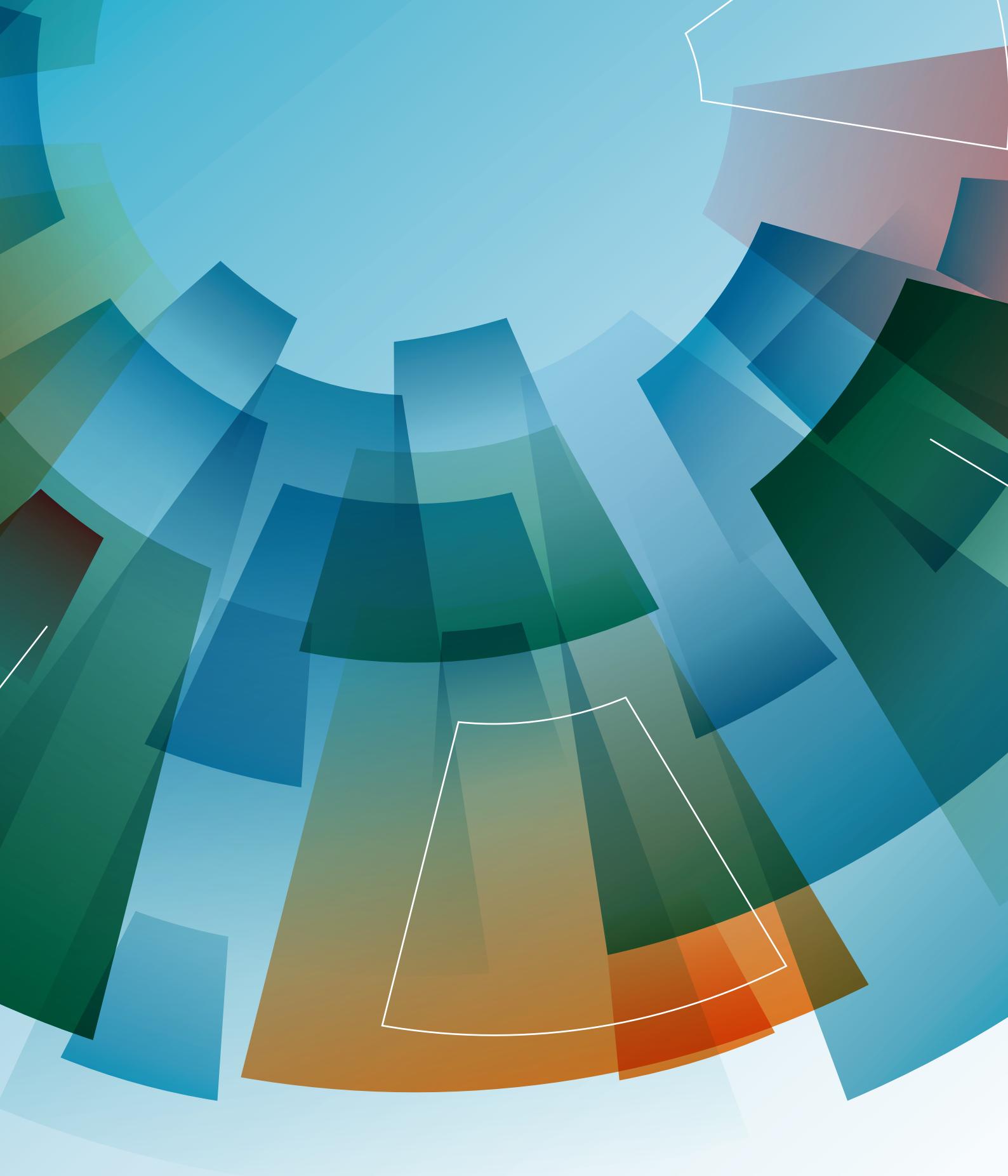
### Tribe-Squad Implemenation Workshop



### Peringatan Hari Pahlawan









# 05

# TANGGUNG

# JAWAB

# SOSIAL

# PERUSAHAAN





# TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

Sebagai institusi bisnis, Perseroan berkomitmen untuk tidak memikirkan 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.

Pendekatan ini menandakan bahwa tanggung jawab Perseroan sebenarnya tidak hanya dilihat dari sudut pandang ekonomi saja, tetapi juga mencakup aspek sosial dan lingkungan hidup. 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.

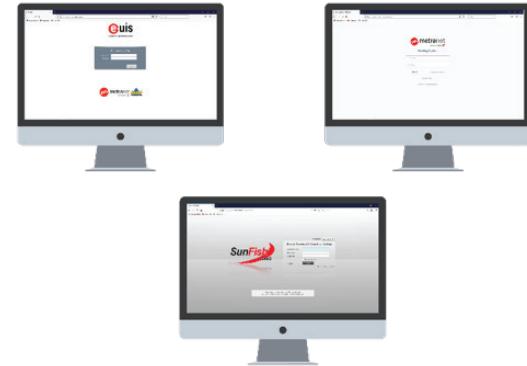
Untuk mewujudkan relasi yang baik antara Perseroan dan lingkungan, Perseroan senantiasa mendorong partisipasi aktif dari para pemangku kepentingan guna mewujudkan nilai-nilai dan dampak positif dari kegiatan CSR ini. Dalam hal ini, para pemangku kepentingan berperan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan evaluasi dalam setiap program kerja yang dilaksanakan. Merujuk pada Surat Keputusan Ketua Bapepam-LK Nomor: Kep-431/BL/2012 tertanggal 1 Agustus 2012, maka Perseroan menyusun kebijakan dalam pembangunan berkelanjutan yang mencakup empat pilar, yaitu:

- ▶ Kesehatan, sosial, kemasyarakatan dan lingkungan hidup
- ▶ Ketenagakerjaan, kesehatan dan keselamatan kerja
- ▶ Pengembangan masyarakat dan kegiatan kemanusiaan
- ▶ Tanggung jawab terhadap konsumen

## 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. Salah satu wujud program Perseroan untuk menjalankan pilar ini adalah melalui sistem SunFish,

Booking Mobil dan E-budgeting User Interface System (EUIS), Sistem-sistem ini dapat mengurangi penggunaan kertas dalam kegiatan operasional Perseroan. Sebagaimana diketahui, kertas merupakan salah satu produk olahan dari pohon. Maka dengan mengurangi kertas, Perseroan turut berpartisipasi dalam kampanye “Go Green” yang akan berdampak positif bagi kelestarian bumi. Penggunaan sistem juga sebagai upaya Perseroan untuk mengikuti arus kemajuan teknologi yang semakin pesat dan mengokohkan posisi Perseroan sebagai perusahaan digital. Dalam praktiknya, penggunaan sistem ini dapat memberikan kemudahan dalam menjalankan semua kegiatan operasional Perseroan.



SunFish merupakan sistem Human Capital terintegrasi. Dalam kegiatan usaha Perseroan, sistem ini digunakan karyawan untuk memantau secara langsung jumlah kehadiran, pengisian form cuti, ijin atau lembur yang langsung dapat di approved atasan serta kebutuhan slip gaji.

Booking Mobil merupakan sistem yang dapat digunakan karyawan untuk kebutuhan pemesanan mobil. Setelah melakukan booking, karyawan akan mendapatkan notifikasi secara real time melalui email terkait dengan jenis kendaraan dan pengemudi yang tersedia.

EUIS adalah sistem financial terintegrasi dalam kegiatan operasional Perseroan. Karyawan dapat mengajukan dana dan mengetahui jumlah dana dari setiap unit yang sudah disepakati dalam setiap Program Kerja. Sistem ini juga merupakan alat kontrol management dalam mengatur cash flow Perseroan. Sehingga dalam setiap pengajuan dana, tidak lagi diperlukan bukti fisik. Semua cash flow sudah terekam dalam sistem ini. Perseroan menilai, pengelolaan lingkungan hidup tidak hanya dengan



mengurangi penggunaan kertas, melainkan juga dalam penghematan energi. Dalam hal ini, langkah yang diambil oleh Perseroan yaitu penggunaan mesin multifungsi sebagai printer dan mesin foto kopi. Dengan begitu Perseroan sudah bisa mengurangi penggunaan energi listrik dalam kegiatan operasionalnya.

### **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.

### **Kesehatan**

---

Sebagai bentuk perhatian kepada karyawan dalam bidang kesehatan, Perseroan menyediakan program olahraga yang berada di lingkungan kantor. Adapun program olahraga yang disediakan yaitu Tenis Meja, Futsal, serta Zumba.

Untuk lebih menunjang kesehatan para karyawannya, ditahun-tahun mendatang, Perseroan telah menambahkan beberapa program olahraga. Ini sejalan dengan salah satu program TelkomGroup yaitu 4R, Olah Raga, Olah Ruh, Olah Rasa dan Olah Rasio.

### **Beasiswa Bagi Anak Karyawan**

---

Selain mengedepankan kesejahteraan karyawan, Perseroan juga memberikan perhatian kepada keluarga karyawan. Bentuk dari perhatian tersebut melalui pemberian dana bantuan pendidikan untuk anak-anak karyawan, 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 Juli 2017, 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. Selain itu, Perseroan juga aktif memberikan bantuan untuk pembangunan rumah-rumah ibadah.



Laporan Tahunan 2018