



lintasarta

PREMIUM CONNECTION

EDISI 30 - FEBRUARI 2014



IT OUTLOOK

Menyingkap Tren ICT 2014



INDEX

6 STRATEGY
IEPL
Teman Tumbuh Global

10 STRATEGY
SUNPRIDE
Tasting Is Believing

12 LEISURE
Banyuwangi
Bersuka di The Sunrise of Java

Penasehat:
Dido Priadi

Penanggung Jawab/Pengarah:
Herry Waldi Wilmar
Lista Dewi

Pemimpin Redaksi:
Indarto Setiawan

Tim Inti:
Sonik Primiarti
Ryo Naldho
Yohannes Aries Sulistyono
Putri Hapsari Suryani
Wuri Yulianto
Budi Wiyono
Nurza Dwi Prisca F.

PT. Aplikanusa Lintasarta

Menara Thamrin 12th Floor
Jl. MH. Thamrin Kav. 3
Jakarta Pusat 10250
Indonesia

T +6221 230 2347
F +6221 230 3567
E redaksi@lintasarta.co.id
www.lintasarta.net

FOCUS



- 3** Terus Berinovasi untuk Dekat ke Pelanggan
- 6** IEPL : Teman Tumbuh Global
- 8** Makin Efisien dengan Cloud Computing
- 14** 9th Indonesian Palm Oil Conference and 2014 Price Outlook
- 16** Makin Seru dengan PS 4
- 17** Tips Merawat PS
- 18** JOBS : Berkenalan dengan Sisi Manusia Pendiri Apple

LEISURE



STRATEGY



Terus Berinovasi untuk Dekat ke Pelanggan

Perubahan, inovasi, diperlukan agar usaha kita tumbuh dan berkembang. Itu juga bagian dari bagaimana kita merespons apa yang terjadi di lingkungan kita.

Alasan itu pula yang mendasari perubahan majalah Premium Connection. Dengan makin tumbuhnya era digital, maka kami memutuskan untuk menampilkan diri kami dalam bentuk digital. Ya, kami berubah menjadi majalah digital sejak edisi ke-30 ini.

Perubahan itu tidak memutus begitu saja apa yang telah kami lakukan selama bertahun-tahun. Untuk menjaga itu, kami menerbitkan newsletter, Lintasarta Newsletter. Dengan tampilan yang segar, newsletter ini berisi sari pati artikel yang ada di majalah Premium Connection.

Scan barcode yang ada di news letter dan Anda terhubung ke edisi digital Premium Connection. Ini inovasi yang kami yakini bisa membuat Lintasarta makin dekat dengan pelanggan maupun calon pelanggan.

Sebenarnya, apa yang kami lakukan ini bagian dari membangun merek, sebagaimana yang dilakukan oleh Sunpride yang menjadi salah satu pemenang kategori National Champion dalam ajang Indonesia Brand Forum untuk bisnis buah segarnya

Untuk rubrik fokus, kami mencoba menyingkap bagaimana tren teknologi ICT di tahun 2014 nanti. Salah satu yang penting adalah diyakini cloud computing akan tumbuh, baik dari segi jumlah pemakai maupun perkembangan aplikasi disesuaikan dengan pemakainya, serta teknologi lainnya.

Untuk itu, Lintasarta menghadirkan solusi *cloud computing* untuk Industri *finance* baik bagi bank maupun non bank sebagaimana tertera pada rubrik strategi. Anda akan dijelaskan apa kelebihan cloud computing yang akan membuat *ketagihan*.

Kami juga memberikan artikel soal Ethernet yang akan memudahkan Anda menjalankan bisnis yang mulai tumbuh secara regional atau global. Keduanya ada pada rubrik strategi.

Majalah digital ini juga memberikan ulasan soal playsation 4 dan cara merawatnya. Juga kami berikan alternatif wisata di kota Bayuwangi yang terus melakukan inovasi. Kami paham, bersenang-senang juga penting kerja.

Untuk penutup, ada resensi film soal Steve Jobs, pendiri Apple yang percaya bahwa apa yang dilakukannya adalah untuk mengubah dunia.

Mungkin Anda tidak perlu sehebat Jobs, tetapi setidaknya semangat inovasi dan komitmen atas apa yang dilakukannya bisa menjadi teladan untuk memulai awal tahun.

Terakhir, kami ucapkan selamat tahun baru. Semoga tahun ini diisi dengan inovasi yang mampu membuat diri sekaligus bisnis Anda tumbuh berkembang.

Dido Priadi
Business Director
PT Aplikanusa Lintasarta

IT OUTLOOK

Menyingkap Tren ICT 2014

Tahun 2013 adalah tahun yang sangat dinamis bagi perkembangan teknologi, baik secara global maupun di Indonesia sendiri. Di tahun inilah beberapa embrio dari ekosistem teknologi baru tumbuh cepat meski mungkin baru akan “lahir” pada 2-3 tahun mendatang.

Selain itu, tahun ini juga memperlihatkan perubahan dari cara perusahaan memanfaatkan Information, Communication, and Technology (ICT) dalam menjalankan bisnis mereka, juga konsumen memanfaatkan perangkat genggam mereka.

Tentu saja, tidak mungkin untuk membeberkan begitu banyaknya dinamika perubahan tren yang akan terjadi pada 2014 mendatang. Tapi, ada beberapa hal penting dan yang perlu untuk mendapatkan perhatian karena mungkin akan bersinggungan langsung dengan kehidupan keseharian kita.

Dalam simposiumnya di Orlando Amerika Serikat pada Oktober lalu, Gartner Inc, sebuah lembaga riset ICT terkemuka di dunia telah memberikan daftar 10 besar tren teknologi yang akan punya peran strategis dalam sebagian besar organisasi pada 2014 nanti. Teknologi dengan peran strategis ini adalah faktor

potensial yang memiliki dampak besar bagi perusahaan untuk menjalankan bisnisnya.

Teknologi strategis ini, sebut analis Gartner, David Cearley adalah teknologi yang sudah ada dan matang atau makin cocok dipakai untuk pengguna yang lebih luas. Juga teknologi baru yang memberikan peluang besar bagi para pemakai awalnya untuk tumbuh setidaknya dalam tiga tahun mendatang.

Tiga dari daftar “Top Ten” teknologi strategis yang dikeluarkan Gartner, berkaitan dengan *cloud computing*. Pertama adalah *hybrid cloud and IT*, bagaimana mengkombinasikan *cloud computing* dengan perangkat teknologi ICT lainnya. Kemudian apa yang disebutnya sebagai *cloud/client architecture*,

yaitu bagaimana membuat *cloud computing* yang bisa

disesuaikan dengan kebutuhan atau keperluan klien. Ini mengingat banyak perusahaan yang memiliki sistem operasi atau kerja yang berbeda satu dengan lainnya. Yang ketiga adalah tahun depan disebut sebagai era *personal cloud*. Sekarang ini banyak orang



menggunakan beberapa *gadget* dan saling melengkapi, tidak ada yang menjadi *gadget* utama. *Personal cloud* diyakini akan mengambil peran itu.

Global Business Guide Indonesia menyebutkan, untuk 2013 adopsi *cloud computing* bagi perusahaan Indonesia

terus tumbuh. Berdasarkan perhitungan lembaga konsultan Frost and Sullivan pertumbuhan adopsi *cloud computing* di Indonesia diramalkan tumbuh 48% sejak 2010-2014. Untuk penggunaan *cloud computing*, Springboard Research melaporkan

penggunaan *cloud computing* Singapura mencapai 29%, sebesar 27% di Malaysia and hanya 20% di Indonesia. Ini memberikan banyak kesempatan untuk terus tumbuh.

Catatan penting untuk *cloud computing* Indonesia adalah berdasarkan riset Lembaga Pengembangan dan Pemberdayaan Informasi (LPPMI) terkait persepsi publik soal *cloud computing* pada 2012 lalu. Sebanyak 31,9% menyebut keamanan menjadi isu dalam *cloud computing* dan 21,65%

menyebut soal reliabilitas.

Sementara untuk tren 2014 bagi konsumen individual, pengamat IT Danang Arradian menyebut *smartphone* akan tumbuh. Tahun depan akan terlihat peningkatan permintaan terhadap ponsel berlayar besar yang belakangan akrab disebut *phablet*. Lembaga riset Canalis memperkirakan bahwa seperempat dari jumlah

smartphone yang

dikapalkan ke seluruh dunia pada kuartal ketiga 2013 memiliki ukuran layar diatas 5 inci.

Artinya ada 56 juta unit ponsel berlayar besar yang dikapalkan ke seluruh dunia dalam tiga bulan terakhir. Tahun lalu jumlahnya hanya 45 juta unit. Bahkan, iPhone 6 yang rencananya akan dirilis pada 2014 juga disebut-sebut hadir dengan layar lebih besar, yakni 4,8 inci.

"Namun, pada 2014 teknologi ini akan terus dieksplorasi lagi oleh para vendor. Bukan tidak mungkin nanti akan hadir *smartphone* yang layarnya bisa fleksibel, ditekuk-tebuk atau diubah menjadi gelang," katanya.

Bicara fleksibilitas erat kaitannya dengan *Wearable Device*. *Wearable Device* adalah perangkat portabel yang dikenakan di tubuh seperti Google Glass, Fitbit Flex, Nike Fuelband, hingga Jawbone Up. Tahun depan akan semakin banyak perangkat fleksibel yang bisa dikenakan di tubuh.

Perangkat itu sudah dibekali banyak sensor yang akan merekam aktivitas tubuh manusia seperti tekanan darah, denyut jantung, dan masih banyak lagi.

Teknologi memang semakin melekat pada kehidupan manusia sehari-hari. Tidak hanya untuk berkomunikasi lewat aplikasi *Internet Messenger* (IM) yang tahun depan bakal semakin panas. Tapi juga dirasakan pula di dalam rumah. Pada 2014 akan banyak rumah-rumah pintar yang akrab disebut *Home Automation*. Di rumah pintar ini aplikasi teknologi akan semakin terasa. Mengunci pintu, mengatur AC, memutar musik di *home entertainment system*, dapat dilakukan lewat sebuah hub: *smartphone*.

Dan karena konsumsi *smartphone* yang begitu tinggi itu, teknologi yang paling banyak ditunggu-tunggu adalah *wireless charging*. Tahun depan akan ditemukan teknologi pengisian baterai yang sangat mudah karena dapat dilakukan secara nirkabel (tanpa kabel).

Anda, misalnya, cukup menggunakan *casing* tertentu dan ketika sampai di rumah atau kafe tertentu ponsel akan langsung melakukan charging. Teknologi ini, salah satunya, akan merubah bagaimana cara kita menggunakan *smartphone*. Tidak perlu lagi khawatir dengan baterai yang cepat habis. Yang pasti, akan lebih banyak hal menarik yang akan terjadi pada 2014.



IEPL

(*International Ethernet Private Line*)

Teman Tumbuh Global

Sudah waktunya perusahaan Indonesia untuk tumbuh menjadi pemain global. Banyak hal yang perlu dipersiapkan untuk itu, salah satunya infrastruktur telekomunikasi atau komunikasi data.

Banyak perusahaan berpikir bahwa menyiapkan infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi baik skala lokal maupun global adalah hal yang rumit dan memakan banyak biaya. Padahal itu tidak benar. Dengan International Ethernet Private Line (IEPL) yang dikeluarkan oleh Lintasarta, semua hal itu jadi mudah.

IEPL adalah sebuah jaringan internet privat internasional yang menghubungkan antar negara. Ini berbeda dengan jaringan internet publik yang biasa kita gunakan. Analogi sederhana untuk membedakan dua hal ini adalah jalan. IEPL itu seperti kita punya sebuah jalan tol yang kita penggunaan sendiri yang menghubungkan tempat kita ke tempat yang dituju, sementara internet publik biasa adalah jalan umum yang kita pakai bersama-sama dengan orang lain. Kita tentu tahu bedanya. Tetapi, dua hal itu hanya memerlukan hal yang sama, yaitu kendaraan, atau

mobil.

Head of Product Management Lintasarta, Wuri Yulianto mengatakan, IEPL Lintasarta didukung jaringan backbone international fiber optic dengan ragam media akses yang menjadi kelebihan Lintasarta.

Singapura menjadi transit utama karena Lintasarta memiliki node di sana, selain itu Negara Singa tersebut adalah pusat data center internasional. "IEPL ini cocok buat perusahaan-perusahaan di Indonesia yang ingin membuka cabang di luar negeri," katanya

Perusahaan Indonesia yang

ingin membuka cabang di luar negeri, tutur Wuri, tidak cukup hanya mengandalkan internet publik biasa. Selain kapasitasnya yang kecil, belum lagi soal gangguan dan keamanan. Bayangkan jika yang dikirim dari kantor pusat ke kantor cabang di luar negeri atau sebaliknya itu adalah data penting dan rahasia. Jika ini terganggu, tentu operasional bisnis akan terganggu yang imbasnya tentu pada keuntungan perusahaan.

Belum lagi soal kecepatan pengiriman data. Karena ini privat, maka tentu saja jauh lebih cepat dari pada yang biasa. Sedangkan soal keamanan, tentu akan lebih andal karena sekali lagi, jalur yang dipakai hanya digunakan sendiri, tidak bersama dengan pihak lain. "Jadi kalau perusahaan itu berlangganan kapasitasnya 2 mega, misalnya, maka dia akan stabil mendapatkan 2 mega," tukasnya.

Untuk menggunakan jasa IEPL ini juga tidak rumit. Perusahaan hanya perlu menyiapkan

perangkat sebagaimana yang dibutuhkan jika ingin memakai jasa jaringan internet biasa. Sementara peralatan atau keperluan lainnya, akan disediakan oleh Lintasarta.

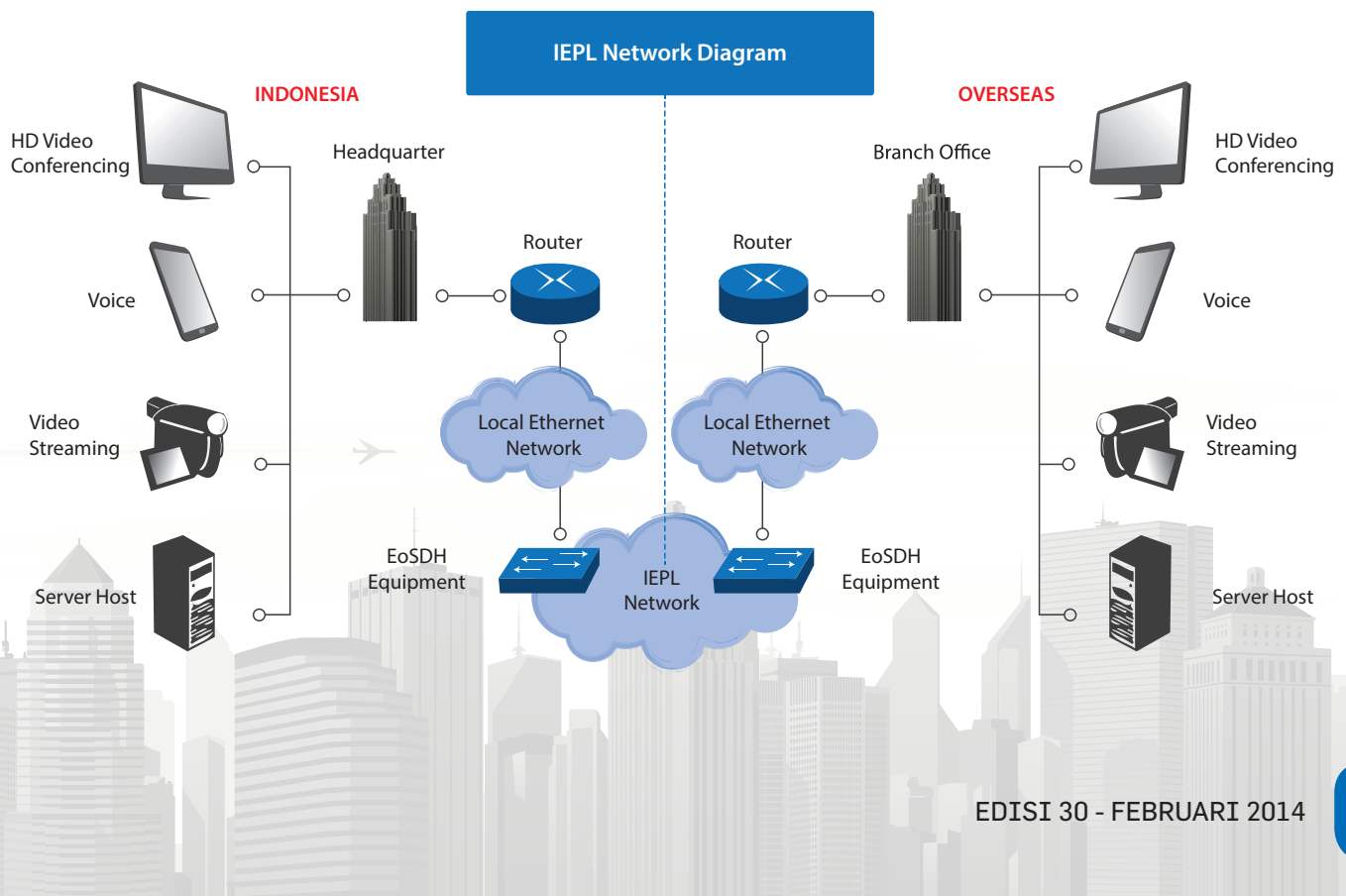
Sejauh ini Lintasarta, sebut Marlina – Product Manager Metro Ethernet & IEPL, sudah memiliki beberapa klien dari segmen finansial dan media. Umumnya mereka membuka cabang di negara yang di mana banyak orang Indonesia. "Kami baru merilis ini resmi awal Desember atau awal tahun depan. Tetapi sudah ada yang berlangganan, meski baru project based," jelasnya.

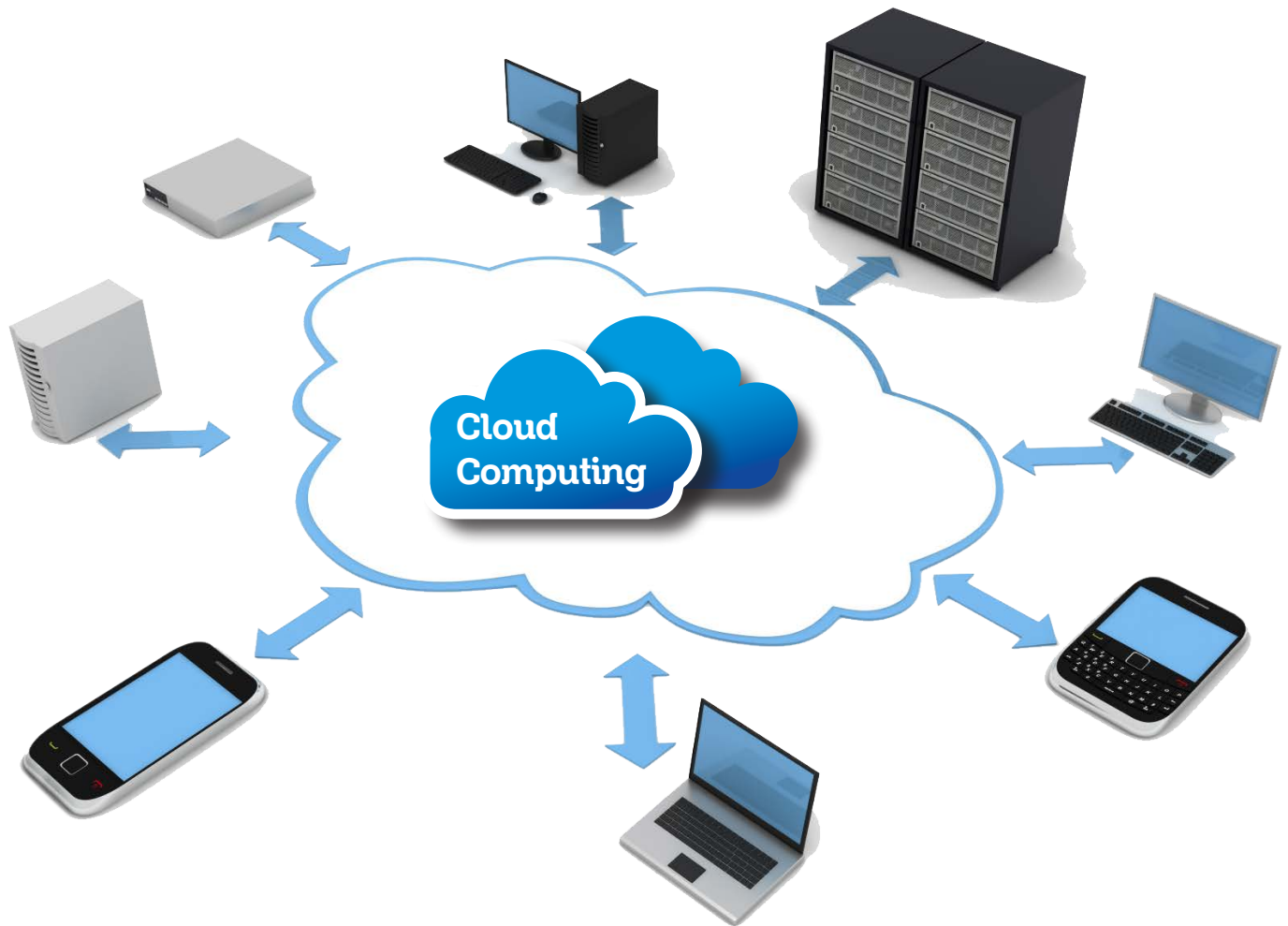
Wuri menambahkan, layanan ini tidak hanya untuk negara-negara di mana banyak penduduk Indonesia, tetapi bisa menjangkau semua negara di dunia. Lintasarta telah memiliki mitra sesama provider internasional yang bisa menjangkau hingga negara yang dituju. Pemilihan mitra ini juga dilakukan secara selektif sesuai dengan standar Lintasarta dan

telah menyepakati service level agreement (SLA) yang diajukan.

Ini yang membuat, tutur Wuri, jika ada gangguan di negara di mana perusahaan itu membuka cabang, maka akan bisa ditangani dengan cepat karena Lintasarta memiliki mitra lokal yang andal.

Wuri menyarankan agar perusahaan Indonesia yang ingin membuka cabang di luar, tidak perlu lagi menggunakan provider asing jika ingin menggunakan jasa internet privat Internasional. Cukup ke Lintasarta karena memiliki kemampuan dan pengalaman yang setara dengan provider asing. Yang paling utama dan sering tidak masuk perhitungan, dengan menggunakan Lintasarta, segala kesulitan, gangguan, atau keinginan perusahaan itu bisa lebih cepat direspon, karena providernya ada di dalam negeri.





Makin Efisien dengan Cloud Computing

Hal baru umumnya sulit di terima. Tetapi begitu kita merasakan kelebihan dan kemudahannya, hal baru itu akan menjadi bagian dari aktivitas kita yang sulit dipisahkan.

Itu juga yang terjadi dengan *cloud computing* di Indonesia. Meski teknologi ini masuk Indonesia sejak 2009, tetapi masih

belum banyak perusahaan di sini yang menggunakannya.

Cloud computing adalah sebuah sistem jaringan komputer di mana infrastrukturnya berada di "langit". Secara sederhana, *cloud computing* itu, menurut Cloud Business Manager Lintasarta Freidrik Naiggolan, seperti memiliki data center beserta

infrastrukturnya secara *virtual*.

Data center adalah hal yang krusial bagi perusahaan jika ingin tumbuh sehat. Bukan perkara mudah untuk membangun sebuah data center. Memerlukan biaya yang besar untuk infrastrukturnya. Belum lagi biaya untuk menjaga agar data center itu tetap beroperasi tanpa

gangguan, serta para ahli yang menjalankannya. “Perusahaan sering berpikir data center itu hanya membangun *server room*. Padahal itu hanya bagian kecilnya saja,” tutur Freidrik.

Keuntungan menggunakan *cloud computing* yang paling terasa adalah efisiensi. Menggunakan *cloud computing* itu seperti menggunakan utilitas seperti air PDAM atau listrik PLN. Kita bisa langsung memakainya, tanpa pusing-pusing membangun infrastrukturnya. Dan, kita hanya membayar sesuai dengan yang kita gunakan, atau sesuai dengan kapasitas berlangganan kita.

Ini berbeda dengan jika perusahaan membangun data *center* sendiri. Mereka harus menyiapkan semua infrastrukturnya dalam perhitungan maksimal padahal kebutuhan bisnisnya sebenarnya tidak sebesar itu. “Jadi biayanya akan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi bisnis,” tukas Freidrik.

Lintasarta sebagai salah satu perusahaan teknologi komunikasi informasi terbesar di Indonesia, merilis *cloud computing* untuk *finance* bank dan non bank. Cloud Expert Lintasarta, Luky Kurniawan menjelaskan, untuk memakai *cloud computing* mudah sekali, selama ada jaringan internet di mana Lintasarta juga menyediakan jasa itu.

Untuk *cloud computing* bagi *finance* bank dan non bank, Lintasarta menyediakan semuanya, mulai *storage*, *server*, *network*, bahkan hingga *operating system*-nya. Untuk bidang ini menggunakan *cloud computing*-nya privat karena bisnis ini memiliki regulasi yang ketat.

Dalam penggunaan *cloud computing* yang privat, *value*

yang diutamakan adalah dedikasi, bahwa semua *resources* hanya untuk satu pelanggan saja, tidak dibagi dengan yang lain. Lintasarta juga menyediakan *cloud computing* publik di mana *resources*-nya dipakai bersama

“*Cloud computing adalah sebuah sistem jaringan komputer di mana infrastrukturnya berada di “langit”.*”

dengan pelanggan lain. “Kalau privat, semua *resources* kita untuk satu pelanggan itu saja. Kalau perusahaan yang kinerjanya besar, baiknya privat,” tutur Freidrik.

Pelanggan, sebut Luky tidak perlu khawatir soal keamanan jika menggunakan *cloud computing*. Lintasarta memiliki data *center* yang memiliki standar tinggi sesuai standar internasional, apakah itu untuk gedungnya maupun sistemnya.

Dengan menggunakan *cloud*, perusahaan tidak perlu juga membayar orang ahli untuk menjaga dan menjalankan data *center* mereka. Cukup diserahkan ke Lintasarta dan semua akan dikelola dengan sangat profesional. “*Cloud* akan membuat operasional bisnis sangat efisien, lalu *time to market* akan lebih cepat. Ini tentu keuntungan yang luar biasa,” paparnya.

Freidrik bercerita, ada sebuah perusahaan *finance* yang telah menjadi pelanggan privat *cloud computing* Lintasarta. Setelah menggunakan jasa ini, perusahaannya tumbuh makin

sehat. Jika awalnya mereka hanya perlu 40 server, kini mereka sudah punya 70 server. Ini menunjukkan betapa *cloud computing* sangat membantu meningkatkan bisnisnya. “Kami pernah menghitung, jika menggunakan *cloud computing*, *cost* bisa ditekan hingga 50% dibandingkan dengan membangun jaringan sendiri. Itu perhitungan saat perusahaan sudah punya data *center* sendiri,” tukasnya.

Bagi perusahaan yang sudah berlangganan *provider* luar negeri untuk *cloud computing* dan ingin pindah ke Lintasarta, Lucky menegaskan mereka tidak perlu khawatir. Lintasarta akan mengurus semua proses migrasi data *center* mereka. “Itu teknis, tapi itu bukan hal yang sulit, karena setiap *provider cloud computing* pasti ada *exit closure*-nya jika pelanggan sudah tidak ingin berlangganan lagi. Kami sudah melakukan migrasi beberapa kali dan berjalan sangat baik,” tuturnya.

Jika masih ada perusahaan yang belum yakin, Freidrik menegaskan bahwa Lintasarta memberikan waktu *trial* untuk jasa *cloud computing* mereka. Trial ini diberikan untuk aplikasi-aplikasi yang non critical atau dalam pengembangan. “Biar tahu *feel* dan *experience*-nya *cloud computing*, biar *ketagihan*,” tutur Freidrik.

SUNPRIDE

Tasting Is Believing

SUNPRIDE ditetapkan oleh Indonesia Brand Forum sebagai National Champion. Pengakuan atas upaya membangun merek yang dilakukan hampir selama dua dekade.

“Membangun merek itu berbeda dengan memberi label. Itu kesalahan yang masih banyak terjadi pada perusahaan-perusahaan Indonesia,” kata Martin M. Widjaja, Managing Director PT. Sewu Segar Nusantara, pemilik merek SUNPRIDE diawal pembicaraan.

Memberikan label hanya sekedar atau berhenti pada menempelkan nama di produk yang dihasilkan tanpa menyadari soal kualitas dan konsistensi. Begitu kualitas turun atau tidak konsisten, langsung hancur itu merek. Sementara

membangun merek jauh lebih sulit dan kompleks dari itu. Martin menyebutnya sebagai upaya terus menerus tanpa henti dari hulu ke hilir dengan menjaga standar yang telah ditetapkan. Status sebagai National Champion ditegaskan dia bukanlah sebuah prestasi akhir atas apa yang sudah dilakukan SUNPRIDE.

Awalnya, sekitar 15 tahun lalu, SUNPRIDE diniatkan untuk merek pisang cavendish yang diekspor. Itu sempat dilakukan hingga tahun 2002 sampai hasil dari perkebunan perusahaan tidak memadai untuk ekspor. Ini karena menurunnya luas perkebunan produktif akibat penyakit yakni tinggal 400 hektar.

Tetapi, kejadian ini memberikan pelajaran berharga bagi PT Sewu Segar Nusantara

bagaimana menjadi pemain buah segar yang baik. Setidaknya ada dua hal penting yang didapat, bagaimana membuat supply chain yang baik serta terbukanya pemahaman bahwa pasar buah segar dalam negeri masih sangat terbuka lebar dan hampir tidak disentuh. Yang kedua ini membuahakan prinsip jangan mengeskor kalau pasar dalam negeri belum penuh. “Penuhi dulu cangkir kita. Kalau sudah penuh dan meluber, baru kita eskpor,” tutur Martin.

Fokus kemudian ke pasar dalam negeri. Martin mengaku diawal, betapa susahya masuk ke pasar dalam negeri. Ada dua hal yang menjadi penghalang. Pertama, belum banyak orang Indonesia yang terbiasa dengan buah segar dalam kemasan



yang bermerek. Kedua, perlu usaha yang tak kenal lelah untuk memperkenalkan barang baru yang asing.

Barang awal yang dijual adalah pisang cavendish untuk ekspor itu. Bentuknya yang berbeda, mulus, hampir seperti buah plastik membuat orang susah menerima. Belum lagi soal rasa, orang Indonesia masih terbiasa dengan pisang ambon.

"Pekerjaan kita waktu awal itu ya buka lapak di pasar-pasar. Semua hampir kita kerahkan untuk berjualan. Target kita awal pokoknya pisang terjual saja," cerita Martin.

Waktu berjalan dan merek itu mulai dikenal dan diminati sehingga permintaan makin banyak. Salah satu modal penting yang tidak disadari adalah karena diniatkan untuk ekspor, maka pisang itu memiliki standar yang tinggi.

Lalu mulailah dibangun sistem *supply chain* yang baik, sejak hulu ke hilir. Tantangan terbesarnya, adalah bagaimana membangun sistem itu agar *supply* bisa bertemu pas dengan *demand*. Buah segar punya rentang waktu pendek. Jika *supply* kurang, konsumen marah, sementara jika *supply* berlebihan, harga turun.

Banyaknya permintaan membuat SUNPRIDE tidak menjual pisang saja. Sebab dalam perhitungan bisnis tidak masuk. Maka, sejak 2005, jenis buah diperbanyak.

Collective Knowledge

Martin menyebut, upaya membangun merek itu tidak bisa dilakukan oleh produsen sendiri. Semua yang terlibat harus bersama-sama membangunnya. Dalam penyediaan buah, selain kebun sendiri, SUNPRIDE juga bekerja sama dengan para petani.

Sementara dalam berjualan, banyak berhubungan dengan para *retailer*. "Semua itu kita perlakukan layaknya bagian perusahaan kita sendiri. Disini disebutnya *partner*," tuturnya.

Sejak awal, nilai-nilai yang dipegang teguh oleh SUNPRIDE sehingga mencapai posisi sebagai *market leader* dalam - bisnis buah segar adalah standar yang tidak bisa ditawar, kontinuitas ketersediaan buah dan inovasi tiada henti. Nilai-nilai inilah yang kemudian terus dikenalkan dan ditanamkan pada para partnernya. Nilai-nilai ini yang menjadi landasan praktik sehari-hari para partner dan SUNPRIDE dalam menjalankan aktivitasnya.

Keberhasilan membangun kesamaan nilai ini membuat SUNPRIDE lebih memiliki pengetahuan bersama yang terus tumbuh. Jika petani memiliki pengetahuan soal buah A, misalnya lebih baik jika ditanam dengan stek, misalnya, maka dia akan senang membaginya ke SUNPRIDE untuk kemudian dibagi ke semua petani. Demikian pula juga dari hasil riset kemudian SUNPRIDE menemukan inovasi soal bagaimana cara menanam yang baik, maka akan dibagi petani.

"Filosofi kita harus sama dengan mereka, *value* kita sebagian besar adalah *value* mereka. Ini membuat kemudian, semuanya bisa saling memberi dan berbagi, jadi *collective knowledge* kita," paparnya.

Collective knowledge ini diakui Martin membuat upaya untuk menjaga merek yang sudah dibangun menjadi tanggung jawab bersama dan lebih optimal.

Selain itu, SUNPRIDE juga terus mendekatkan diri ke konsumen, bersedia untuk mendengarkan keinginan dan keluhan mereka. Bagaimanapun juga, memberikan

kepuasan kepada konsumen tanpa henti adalah tujuan akhir membangun merek.

Cara paling mudah untuk mendekatkan diri dengan konsumen adalah memasang iklan. Semua cara dan media iklan telah dicoba oleh SUNPRIDE. Namun yang paling efektif adalah metode *below the line* dengan menemui konsumen secara langsung. Saat menemui konsumen itu, SUNPRIDE Girl yang dilatih selama dua tahun memberikan penjelasan layaknya seorang kawan atas buah yang dihasilkan. Mereka juga tidak pernah pelit untuk memberikan sampel bagi para konsumen untuk mencobanya. "Untuk buah segar, *tasting is believing*," tegas Martin.

Akhirnya, Martin menyebutkan bahwa usaha membangun merek itu pada prinsipnya adalah memberikan sesuai standar yang ditetapkan sejak awal produk diproduksi atau jasa diberikan hingga akhir di konsumen. Tidak itu saja, memberikan yang sesuai standar itu tidak pernah boleh berhenti sembari terus melakukan peningkatan-peningkatan. Hal yang mudah dikatakan tapi sudah dijalankan.

Martin M. Widjaja
Managing Director
PT. Sewu Segar Nusantara



Bayuwangi.

Bersuka di The Sunrise of Java

Sekali waktu, sebelum Anda ke Bali, cobalah singgah ke kota di ujung paling timur Pulau Jawa, Bayuwangi. Kota berjuluk *The Sunrise of Java* ini memiliki paket komplet bagi Anda untuk bersenang-senang.

Bayuwangi memiliki kebudayaan menarik dan alam cantik. Kebudayaan Osing (suku asli Bayuwangi) bagaikan perpaduan antara budaya Jawa, Melayu, Madura dan Bali. Secara sedemikian rupa, sepertinya mereka mampu mengambil yang terbaik dari itu semua dan memadukannya dengan seimbang. Pun dengan alamnya. Anda bisa menemui pesona pegunungan yang cantik, hutan misterius dan pantai yang menggairahkan.

Akan lebih baik jika ke Bayuwangi saat ada event budaya

atau olahraga, seperti *Tour de Ijen* atau *Bayuwangi Ethno Carnival* (BEC). Ini akan menjadi bonus tambahan yaitu *ambience* kota lebih terasa. *Tour de Ijen* akan menyuguhkan ketatnya kompetisi pebalap sepeda internasional, sementara BEC menyuguhkan pendekatan kontemporer atas budaya Bayuwangi dalam suguhan karnaval yang massif. Sungguh menghibur.

Kalau pun tak datang saat ada *event*, kesenangan tidak berkurang. Bagi pecinta budaya, Bayuwangi memiliki Desa Kemiren yang sudah ditetapkan sebagai desa budaya dan wisata. Di sana, Anda bisa menikmati hidup ala suku Osing. Adat istiadatnya sejak bercocok tanam, lalu bangunan rumahnya yang menunjukkan status ekonomi pemiliknya, sampai dengan

sanggar-sanggar desa yang rutin menggelar latihan atau pentas kesenian Osing.

Sementara bagi pecinta gunung, Kawah Ijen pilihan yang menarik. Puncaknya kaldera dan danau hijau yang menakjubkan. Akan lebih indah jika anda mendaki saat dini hari karena itu saat munculnya *blue fire* di Ijen. Selain Ijen, *blue fire* ada di Alaska. Perjalanan mendaki dari pos terakhir di sana sekitar 1,5 jam. Wisata alam juga bisa didapatkan di Taman Nasional Meru Betiri (TMNB). Banteng dan hewan lain bisa ditemui di sini.

Pilihan lebih banyak bagi penyuka pantai. Bagi yang menyukai keindahan dan alamnya, sebaiknya datang ke Pantai Rajegwesi, Pantai Sukamade. Pantai Rajegwesi adalah pantai bersih dengan



pasir putih indah membentang di batasi bukit bukit hijau yang indah. Pantai Rajegwesi dekat dengan pegunungan, tentu udara disini tak panas seperti pantai pada umumnya. Ombaknya tidak terlalu tinggi sehingga pengunjung bisa berenang. Sebelum ke sana, kita akan melewati perkebunan karet.

Di Pantai Sukamade Anda bisa melihat penangkaran penyu. Untuk sampai di pantai ini harus melewati bagian TNMB. Anda akan disugahi pemandangan hutan dan kemungkinan melihat hewan liar di sana.

Jika Anda pandai bermain *surfing*, pantai yang tepat adalah

Plengkung atau G-Land. Ini tempat surganya pecinta selancar dunia. Wisatawan asing asal Australia, Amerika dan Selandia Baru banyak yang berkunjung ke tempat ini.

Pantai ini masuk Taman Nasional Alas Purwo (TNAP). Sepanjang perjalanan kita akan disuguhkan dengan keindahan hutan tropis yang masih alami. Sebelum tiba di G-Land kita bisa mampir ke Pantai Trianggulasi sejenak sambil mengamati rusa yang berkeliaran bebas. Ditempat ini pula kita bisa menjumpai beberapa tempat singgah.

Jangan khawatir soal akomodasi atau akses untuk ke

sana. Pemkab Bayuwangi terus membangunnya karena mereka fokus pada eco wisata. Jalan ke semua lokasi wisata itu relatif baik, termasuk kendaraan umum atau menyewa. Akomodasi juga bagus, banyak penginapan dan hotel bintang tiga. Jangan pusing juga soal informasi. Datang saja ke sana, dan semua orang akan memberitahukan bagaimana cara paling mudah dan murah untuk sampai ke tujuan wisata Anda dan bersenang-senang.

“Kota berjuluk *The Sunrise of Java* ini memiliki paket lengkap bagi Anda untuk bersenang-senang,”





9th Indonesian Palm Oil Conference and 2014 Price Outlook

Pada tanggal 27-29 November 2013 Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit Indonesia (GAPKI) menggelar acara Indonesian Palm Oil Conference and 2014 Price Outlook yang ke-9 di The Trans Luxury Hotel Bandung. Acara ini bertajuk "Managing Market : Strengthening Industry Value Chain". Lintasarta turut serta berpartisipasi dalam acara tersebut dengan memperkenalkan solusi e-Plantation dan produk Lintasarta lainnya yang mendukung Bisnis Proses industri perkebunan kelapa sawit.



Lintasarta e-Health: Terobosan Solusi untuk Industri Kesehatan

*Jakarta Convention Center
(6 November 2013)*

Bertepatan dengan Hospital Expo 2013 yang digelar tanggal 6 – 9 November 2013 di Jakarta Convention Centre (JCC) Senayan, Lintasarta meluncurkan solusi ICT untuk industri healthcare dengan tema “Empowering Your Healthcare” yaitu mengoptimalkan sumber daya rumah sakit dengan menerapkan teknologi informasi dan komunikasi.

Acara launching Lintasarta e-Health menghadirkan Teddy Sis Herdianto (General Manager Strategy & Business Development Lintasarta), Rinawaty A. Daulay (Manager Strategy & Business Development Division Lintasarta) dan Ryo Naldho (Corporate Communication) sebagai pembicara.



Sony telah merilis konsol game terbaru, PlayStation 4 (PS 4). Dijual pada 15 November 2013 di Amerika Serikat seharga USD400 dan 29 November di Eropa. Untuk Asia, PS 4 dijual Desember 2013 untuk Hong Kong, Malaysia, Singapura, Korea Selatan, dan Taiwan. Indonesia belum ada dalam jadwal.

Sony menjanjikan PS 4 pengalaman bermain game yang lebih personal dan seru bagi pemakainya. "Perilaku konsumen mengubah kita. Ruang

keras ini dirancang sehingga *programmer* yang mengembangkan *game* PC lebih mudah membuat game bagi perangkat Sony. Artinya, tampilan makin *yahud* dan makin banyak *games* yang bisa dimainkan di PS4.

Sony nampaknya tak akan memfokuskan pengembangan



SONY PLAYSTATION 4

Makin Seru Dengan PS 4

keluarga bukan lagi pusat dari ekosistem PlayStation, [pusatnya] adalah pemain," ujar Ketua Divisi PlayStation Sony, Andrew House.

PlayStation 4 beroperasi menggunakan *chip* buatan Advanced Micro Devices Inc. (AMD) yang memiliki beberapa prosesor yang mampu menjalankan software ala PC dan memiliki sirkuit grafis yang kuat. Di PS sebelumnya, Sony memiliki chip khusus yang dikembangkan bersama International Business Machine (IBM) dan Toshiba.

Perubahan perangkat

PS4 pada kekuatan *hardware* semata. Mereka mencoba membuat PS4 'lebih memahami' para *gamer*. PS4, misalnya bisa mempelajari apa yang pengguna suka dan tidak suka. Nantinya konsol ini akan memprediksi *game-game* semacam apa yang disukai pengguna dan langsung mengunduhnya secara *background task*, tanpa sepengetahuan pengguna dan tak membebani performa PS4. Hasilnya, saat games memutuskan untuk membeli *game* tersebut, mereka tak perlu mengunduhnya lagi dan langsung bisa memainkannya. Selain itu, PS4 dapat memainkan *game* secara *streaming*. *Gamer* juga bisa mencoba semua judul-judul baru sebelum memutuskan membeli.

Sony dengan PS 4 ini mencoba menghadirkan *social*

network berbasis *game*

terbaik yang pernah ada. *Gamer* bisa melakukan banyak hal, seperti terhubung dengan teman (*chatting*) sembari bermain *game*, *broadcast* ke semua teman agar mereka bisa menyaksikan permainan kita, dan masih banyak lagi.

PS 4 juga memiliki fitur-fitur menarik. Konsol ini memiliki *controller* baru yakni *Dualshock 4* yang menawarkan peningkatan pada *latency*, kemampuan getar yang lebih baik, dan tentunya tak ketinggalan, Touchpad.

Lalu Sony menggabungkan PS Move ke *Dualshock 4* terkait adanya kamera 3D *built-in*. Menarik untuk menantikan bagaimana fungsi ini akan diaplikasikan dalam *game* nantinya.

Sudah bukan waktunya lagi bermain game di depan televisi atau komputer. Game harus bisa dimainkan di alat genggam. Sony menawarkan integrasi antara PS4 dan PS Vita melalui Remote Play. Artinya, *gamer* bisa memainkan *game-game* PS4 mereka di konsol genggam tersebut.





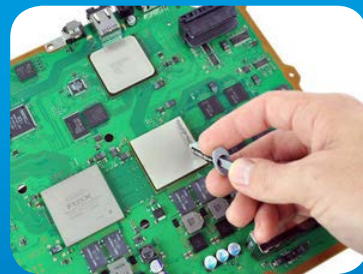
TIPS merawat PS

1. Usaha main PS lebih dari 5 jam, istirahatkan PS sekitar 1 jam jika anda bermain lebih dari 5 jam.

2. Jika ruangan tidak ber AC, pasanglah *cooler* di PS. Jangan mengambil daya *cooler* dari PS karena malah membuat cepat panas.

3. Jaga stabilitas tegangan listrik dengan *power switch* dan adaptor juga agar aman dari tegangan listrik yg tidak stabil.

4. Bersihkanlah PS dari debu-debu maksimal 1 bulan sekali agar sirkulasi lebih baik.

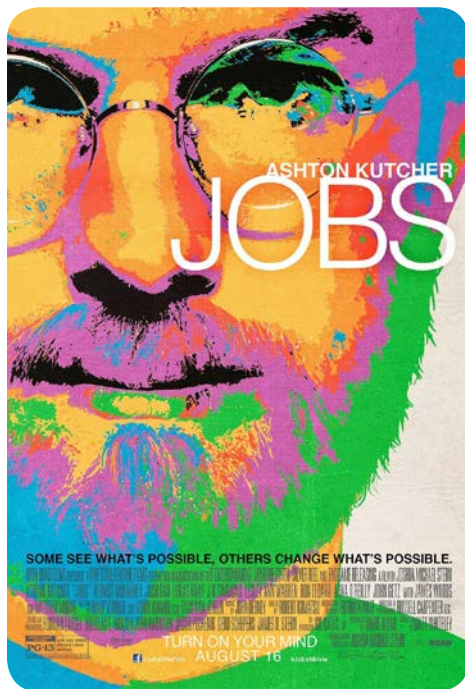


5. Gantilah pasta atau termal P3 minimal 3bulan untuk mencegah PS terkena *ylood* atau *overheat*



Tak banyak film soal pioner teknologi, Jobs adalah salah satunya. Film produksi Endgame Entertainment Five Star Feature Films ini mencoba untuk menangkap sisi manusia pendiri Apple, Steven Paul Jobs.

Film berdurasi 122 menit ini dimulai pada rapat karyawan 2011 di Aula Apple. Jobs, dengan gaya khasnya, kaos lengan panjang yang dimasukkan, jeans dan sepatu kets memperkenalkan produk terbaru mereka, Ipad. Produk yang membawa Apple kembali pada kejayaan mereka.



“Ini adalah peralatan untuk hati. Dan ketika itu berhasil menyentuh hati, maka tak terbatas,” ucap Jobs sebelum mengambil Ipad dari saku celana dan menunjukkan pada para pegawainya.

Menciptakan peralatan (*device*) untuk hati inilah yang sebenarnya coba dilakukan oleh Jobs sepanjang hidupnya. Hal-hal yang dianggapnya tidak penting atau tidak relevan dalam upayanya untuk menghasilkan

itu, disingkirkannya jauh-jauh. Ini pula yang membuat beberapa orang menilai Jobs sebagai pribadi yang tak berperasaan atau *brenge*.

Sisi Jobs yang *brenge* dilihatkan dalam film ini, seperti bagaimana dia tidak mengakui anak hasil hubungannya dengan Julie, pacarnya – meski di kemudian hari anak itu diakuinya juga. Atau bagaimana dia dengan mudah memecat karyawannya karena merasa lebih tahu apa yang mesti dilakukan, sampai dengan Jobs tidak memberikan saham kepemilikan untuk salah seorang kawannya yang ikut mendirikan Apple. Kita juga bisa melihat bagaimana persahabatan Jobs dengan Steve Wozniak, kawannya sejak awal akhirnya

Jobs:

Berkenalan dengan Sisi Manusia Pendiri Apple

Rating : ★★★★★

berakhir karena obsesi Jobs.

Pada sisi yang lain, itu juga menunjukkan komitmen Jobs yang luar biasa pada apa yang dia kerjakan, membuat *device* untuk hati. Atau dalam skala yang lebih luas, melakukan pekerjaan yang dia yakini bisa membuat perubahan pada dunia.

Jobs tidak pernah setengah-setengah dan mengekor. Kesempurnaan adalah tujuan utamanya, meski itu berakibat mahal. Setelah Apple berdiri – nama Apple diberikan Jobs dalam mobil bersama Steve Wozniak sahabatnya sesama pendiri menuju klub komputer

Stanford University untuk presentasi generasi pertama Apple – Jobs dikudeta oleh dewan direksinya sendiri karena dinilai gagal dalam proyek Lisa. Dari pada membuang uang pada Proyek Lisa, dewan direksi ingin agar Apple membuat sesuatu yang mirip yang dilakukan oleh IBM atau Dell, permintaan yang tentu saja ditolak mentah-mentah Jobs. Kita bisa melihat bagaimana kesedihan Jobs akibat kudeta itu.

Sempat mendirikan Pixar, sebelum akhirnya Jobs mampu kembali masuk ke Apple. Saat yang kedua ini, Jobs belajar banyak, salah satunya meminta kekuasaan tak terbatas agar tak ada lagi yang mengudetanya. Dan sisanya, kita tahu, Steve Jobs berhasil membuat Apple menjadi perusahaan termahal di dunia, berkat Ipad, Iphone,

atau MacBooknya, atau seri *devices* untuk hati. Film ini juga membenarkan rumor bahwa kesempurnaan, terutama dari sisi desain produk Apple dipicu oleh pengalaman Jobs dalam mengonsumsi LSD, narkotika yang mampu memicu imajinasi luar biasa, yang banyak dikonsumsi musisi era Generasi Bunga.

Sayang, Ashton Kutcher tampak kurang berhasil menampilkan sosok Jobs yang kontroversial. Beberapa adegan terasa datar. Tetapi setidaknya dengan film ini, kita bisa melihat sisi Steve Jobs sebagai seorang individu dengan hal baik dan jeleknya.



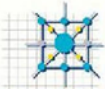
PT. MUSTIKA MEMADATA & GLOBAL PARTNER



PT. MUSTIKA MEMADATA

Data Center Specialist & System Integrator

Data Center & Networking Solution



LanTroVision

**Infrastructure Cabling Services
&
Networking Solution**

斯恩威
CNA

**Integrated Control
&
Building Automation Solution**

- * Founded in 1992, Offices: Jakarta , Surabaya and Balikpapan
- * Leading Structured Cabling installer in Indonesia
- * Design and Built Data Center
Multi Media Solution

- * Founded in 1990, Head office in Singapore
- * Providing ICT infrastructure cabling services
- * Operation in : Singapore, Malaysia, Hong Kong, Thailand, Vietnam, Philippines, Japan, South Korea, China (Beijing, Shanghai and Guangzhou), Taiwan and Indonesia.

- * Founded in 1990, head office in Singapore
- * Offering range of integrated control and automation solutions for intelligent buildings, transportation hubs, wafer fabs, water treatment facilities, hospitals and Airport Complexs.
- * Operation in : Singapore, China, Vietnam, Philippines, India, Thailand, Malaysia, US, Oman, Jordan, Indonesia.

Best quality is our guarantee
No defect is our responsibility.

Contact us :

Suwondo Wijono

p: +62 816 816 863

e: suwondo@memadata.co.id

or

sales@memadata.co.id





Mastersystem

ICT Solutions

Mastersystem is an IT Solution and System Integrator company providing excellent services and solutions to achieve high level of customer satisfaction by providing fully integration from WAN to LAN to Application's Desktop solution which well known as END to END Services. Mastersystem is a 1st (First) Tier from worldwide IT vendor, which are: Microsoft, Cisco and Hewlett Packard.

Microsoft®
GOLD CERTIFIED

Partner

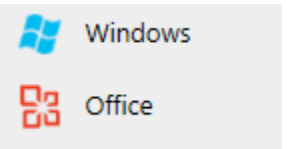
Large Account Reseller (LAR)



ActiveTrain
Training Center

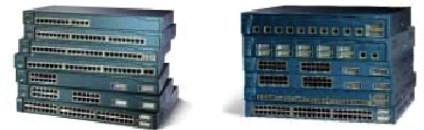
Microsoft (Operating System and Software Application):

- 1st Tier for Enterprise Partner Group
- Gold Partner for Premier Support Services
- Large Account Reseller for Microsoft Licensing
- Corporate Portal Solutions / Corporate Project Management
- Supported by 10 MCSE / MCDBA



Cisco (Networking):

- GOLD PARTNER
- Routing and Switching Specialization
- Security Specialization
- IP Telephony Specialization
- Wireless Specialization
- Supported by 7 CCIE and 30 CCNP



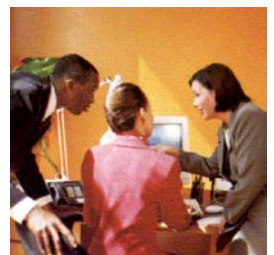
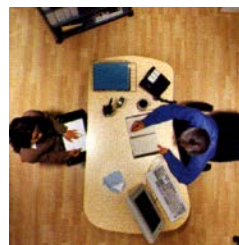
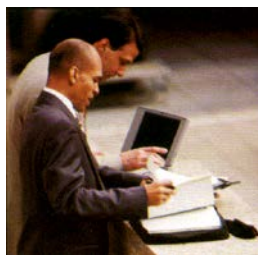
Hewlett Packard (Hardware):

- 1st Tier for System Integrator Partner
- UNIX Server and Wintel Server
- Data Storage
- Desktop, Notebook and Printing
- HP Openview Solution
- Supported by 4 HP Star NTP



Project Reference:

- Bank Mandiri: System Integrator for implementing eMAS Application
- Bank Indonesia: Content Management Server Solution
- Dirjen Pajak: Data Center Solution, Portal Solution
- ITS Surabaya: Campus Networks, Microsoft Solution, Academic Application
- Fishery Department: LAN and WAN Infrastructure
- US Embassy: Structured Cabling System
- And many more



PT Mastersystem Infotama
Wisma Nugra Santana Kav.7-8
Jl. Jend Sudirman Kav.7-8
Jakarta Pusat 10220
INDONESIA

Phone: (62 21) 57901111
Fax: (62 21) 57901212
Hotline: (62 21) 57900808(7 X 24 Hours)
Email: sales@mastersystem.co.id
Web: <http://www.mastersystem.co.id>