

Edisi 37 – Juli 2016
www.lintasarta.net



lintasarta

PREMIUM CONNECTION



**ERA
TRANSFORMASI
DIGITAL**



IT Services Company
Supporting You Anywhere and Anytime
Since 1988

Our Infrastructures

Connecting more than 30,000 networks
 Fiber Optic network in 77 major cities in Indonesia
 Networks in 300 High Rise Buildings all over Indonesia
 Terrestrial coverage in 117 cities in Indonesia
 VSAT network in wide coverage

Our Corporate Services

Data Communications
 Internet Services
 Data Center
 Cloud Services
 Managed Services

After Sales Service

24 x 7 Customer Support
 Local Support in more than 44 cities in Indonesia
 Customer Assistant Representative (CAR)
 Customer Resident Assistant (CRA)
 More than 1000 experienced staffs with international certification



PT Aplikasi Lintasarta

Menara Thamrin 19th Floor
 Jl. MH Thamrin Kav.3
 Jakarta 10250
 Indonesia

T +6221 230 2347
 E info@lintasarta.co.id
 www.lintasarta.net

CONTENTS

Edisi 37 - Juli 2016

Tim Redaksi :

Penasehat :
Alfi Asman

Pemimpin Redaksi :
Dody Indrawijaya

**Penanggung Jawab/
Pengarah :**
Moch Ma'ruf
Lista Dewi Soegiharto

Tim Inti :
Sonik Primiarti
Annisa Anggraini
Arif Wicaksono Aryadi
Ryo Naldho
Aulia Anggiansyah

Konten & Penerbit : Media Service Bisnis Indonesia

4 Editorial



5 Focus Utama Era Transformasi Digital Atau Gagal



- 10 **Focus Financial**
Digital Banking
Perbankan Harus Senantiasa
Sempurnakan Penggunaan IT



- 14 **Focus Resources**
Visi Bersama Menuju
Excellence Plantation For The World



- 16 **Focus Services**
Lintasarta WiFi
Bukan Wifi Biasa



- 18 **Focus Technology**
Transformasi Digital
Korporasi Tak Hanya Ubah
Business Process, Tapi Juga
Culture & Spirit Manajemen

Review



- 20 Solusi Digital yang Tepat
Tingkatkan Efisiensi &
Akselerasi Ekspansi



- 22 **Portrait**
Pokemon Go
Fenomena Sosial-Digital Baru
- 26 **Event**
- 28 **Asosiasi**
Modal Ventura & Startup Indonesia
Teknologi Berperan Buat Bisnis
Lebih Cepat & Tanpa Batas
- 30 **Reference**

Transformasi Digital Butuh Mitra



Arya Damar
President Director
Lintasarta

Kita semua telah menjadi saksi bahwa era transformasi digital menjadi sebuah kenyataan yang tidak bisa terelakan lagi. Transformasi yang oleh Rosabeth Moss Kanter, Professor Manajemen Harvard Business School diartikan sebagai sebuah perubahan dari yang sebelumnya menjadi baru sama sekali. Sedangkan, Digital berasal dari kata *Digitus* yang dalam bahasa Yunani berarti jemari, menggambarkan bilangan yang menjadi basis data sistem komputer.

Era Transformasi Digital mengharuskan para pelakunya untuk membuat perubahan, menjadikan aktivitas bisnis perusahaan masuk ke dalam skema virtual atau digital yang canggih dan saling terintegrasi satu sama lain. Perubahan yang perlu dilakukan tentunya tidak semudah membalikan telapak tangan, dimana dibutuhkan komitmen dari seluruh elemen organisasi perusahaan.

Digital Transformation Era : Is Your Business Ready?, menjadi sebuah pertanyaan yang perlu di jawab oleh para pelaku bisnis dari berbagai sektor industri secara bersama-sama. Apakah bisnis kita siap menghadapi era digitalisasi?, tentunya jawaban hanya sekedar jawaban tanpa kita tahu bagaimana melakukan perubahan dengan baik.

Hal ini yang akan menjadikan peran *Chief Information Officer (CIO)*, *Chief Technology Officer (CTO)* atau pimpinan IT perusahaan sangat strategis atau bisa menjadi agen perubahan dari seluruh fungsi bisnis di dalam perusahaan. Aktivitas operasional dan pemasaran secara tradisional sudah tidak menjadi efektif kembali, termasuk model transaksi dengan pemasok serta pelanggan, harus mengarah ke digital.

Digitalisasi-pun menghadirkan era ekonomi digital yang serba instan, cepat, dan transparan menggantikan era ekonomi konvensional. Layanan transportasi umum dan kurir pengiriman berbasis *online* bisa dikatakan, hanya sebagian kecil dari arak-arakan ekosistem ekonomi digital.

Implementasi sebuah transformasi digital perlu mendapat dukungan dari berbagai pihak untuk memastikan perubahan berjalan dengan baik dan benar. Dukungan dari pemerintah secara menyeluruh baik dari sisi regulasi akan membantu membentuk ekosistem yang nyaman bagi pelaku usaha melakukan sebuah transformasi digital.

Untuk itulah dalam Premium Connection edisi ke-37 kali ini, kami menyajikan bahasan dengan tema transformasi digital yang sedang menjadi perhatian khusus para pelaku usaha. Pelaku usaha-pun dituntut untuk menjalin kerjasama dengan mitra yang terbaik serta berpengalaman di dunia *Information & Communication Technology (ICT)* dalam mendukung percepatan sebuah perubahan digital.

Lintasarta telah menjalin kerjasama strategis dengan IBM sebagai perusahaan IT terbaik di tingkat global, hal ini menunjukkan komitmen dalam menghadirkan solusi IT yang terbaik untuk mendukung peningkatan daya saing dan pertumbuhan bisnis perusahaan secara cepat dan berkelanjutan. Maka, melalui komitmen yang serius, kami memastikan dapat bersama-sama memperoleh manfaat yang besar dari gelombang ekonomi digital serta menjadi pemimpin pasar di setiap sektor industri yang dijalani.

Selamat menikmati Premium Connection dan selamat memasuki era transformasi digital.

Era Transformasi Digital Atau Gagal

Saat ini adalah era digital, tidak ada pekerjaan atau aktivitas yang tidak bersentuhan dengan peralatan digital, mulai dari kehidupan rumah tangga hingga aktivitas perkantoran dan pemerintahan. Bahkan ada prediksi Lembaga Riset International Data Corporation Indonesia (IDC) bahwa 33% perusahaan global akan gulung tikar jika tak segera mengadopsi teknologi *cloud* dan melakukan transformasi digital. Akses rumah tangga di Indonesia pun tidak sedikit yang sudah menggunakan jaringan internet, terutama di Pulau Jawa dan Sumatera. Demikian juga lembaga keuangan, seperti perbankan yang tujuan utamanya untuk pelayanan terbaik bagi nasabah.

Dalam dunia bisnis, transformasi digital sangat dibutuhkan oleh seluruh perusahaan agar tidak tertinggal dengan perusahaan yang telah mengadopsi digitalisasi teknologi. Apalagi, pada era digitalisasi seperti ini hampir seluruh perusahaan *start up* sudah mulai menerapkan digitalisasi teknologi dan menyiapkan diri untuk bertarung dengan perusahaan mapan yang belum melakukan transformasi digital.

Namun di sisi lain, *Country Manager* International Data Corporation Indonesia (IDC) Sudev Bangah menyayangkan, di Indonesia masih terdapat beberapa kelompok besar yang menghambat transformasi digital. Meskipun 68%





Sudev Bangah
*Country Manager International Data
Corporation Indonesia (IDC)*

dari CEO mendukung pengembangan digital di Indonesia, tetapi beberapa kelompok lainnya justru menentang pengembangan perusahaan berbasis digital. Sekitar 32% di antara mereka ada yang menolak terhadap pengembangan digitalisasi.

Kebutuhan untuk melakukan digitalisasi perusahaan seolah menjadi masalah kritis yang perlu diselesaikan sesegera mungkin. Namun begitu, kenyataannya sebanyak 73% perusahaan mengaku tidak yakin untuk mengedepankan kebutuhan infrastruktur *data center*. Sementara itu, sebesar 62% perusahaan tidak yakin untuk membangun *cloud* untuk menjembatani kebutuhan penyimpanan data dan aplikasi di masa depan.

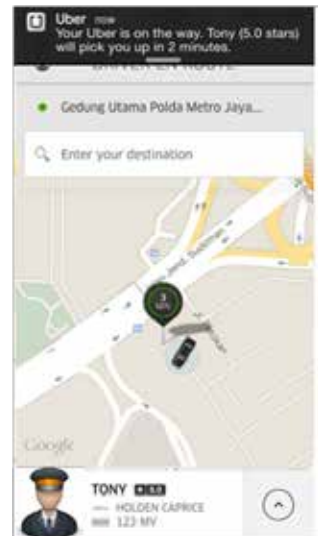
Lembaga riset IDC memprediksi sekitar 33% perusahaan global akan gulung tikar jika tidak segera mengadopsi teknologi *cloud* dan melakukan transformasi digital untuk mendorong efisiensi perusahaan dalam lima tahun ke depan. Implementasi *cloud* sudah mulai banyak diterapkan oleh perusahaan sejak 2015 hingga saat ini. Sudev memprediksi pasar *public cloud* pada tahun 2019 mencapai US\$300 juta.

Menurut dia, sejumlah perusahaan kini juga telah mulai menerapkan

transformasi digital di Indonesia. Sebagai ilustrasi perusahaan transportasi seperti taksi yaitu Blue Bird dan Express kini mulai menerapkan teknologi berbasis aplikasi untuk melakukan pemesanan transportasi secara *online*. Serupa dengan layanan transportasi berbasis aplikasi seperti Uber, Grabcar dan Go Car.

Selain *cloud* dan *data center*, Internet of Things (IoT) masih menjadi topik hangat yang dibicarakan para perusahaan untuk mendukung bisnis secara digital. Bisnis digital kini juga dikenal sebagai satu istilah eksplisit yang digunakan untuk menggambarkan satu ekosistem bisnis yang mendominasi cara berbisnis.

Dalam konsep belanja masa depan, IoT atau objek yang memiliki kemampuan untuk transfer data melalui jaringan tanpa membutuhkan interaksi manusia ke manusia atau manusia ke komputer, berperan penting dalam kelanjutan bisnis *enterprise* dan ritel. Pengembangan IoT memberikan pengaruh yang kuat terhadap industri di masing-masing negara. Bahkan Sudev memprediksi, Indonesia akan menduduki peringkat ke 10 dalam penggunaan IoT, --dalam unit per kapita--, di dunia yang mencapai 1,5 unit per kapita pada 2019 mendatang. Sementara itu, Australia dan



A hand in a white sleeve pointing upwards with the index finger. The background features a blue gradient with a faint, glowing digital network of nodes and lines. At the top center, there is a small icon of a building or server rack.

**MESKIPUN 68% DARI CEO
MENDUKUNG PENGEMBANGAN
DIGITAL DI INDONESIA, TETAPI
BEBERAPA KELOMPOK
LAINNYA JUSTRU MENENTANG
PENGEMBANGAN PERUSAHAAN
BERBASIS DIGITAL. SEKITAR
32% DI ANTARA MEREKA ADA
YANG MENOLAK TERHADAP
PENGEMBANGAN DIGITALISASI.**

Sudev Bangah



Pengguna Internet di Indonesia sudah mencapai sekitar 88,1 juta, pengguna sosial media sebesar 79 juta orang, pengguna *social mobile* 67 juta orang dari pengguna *mobile connection* yang kini dimiliki oleh 318,5 juta orang.

Korea Selatan menempati urutan kedua dengan pengguna IoT masing-masing 8,5 unit dan 8,2 unit per kapita pada 2019.

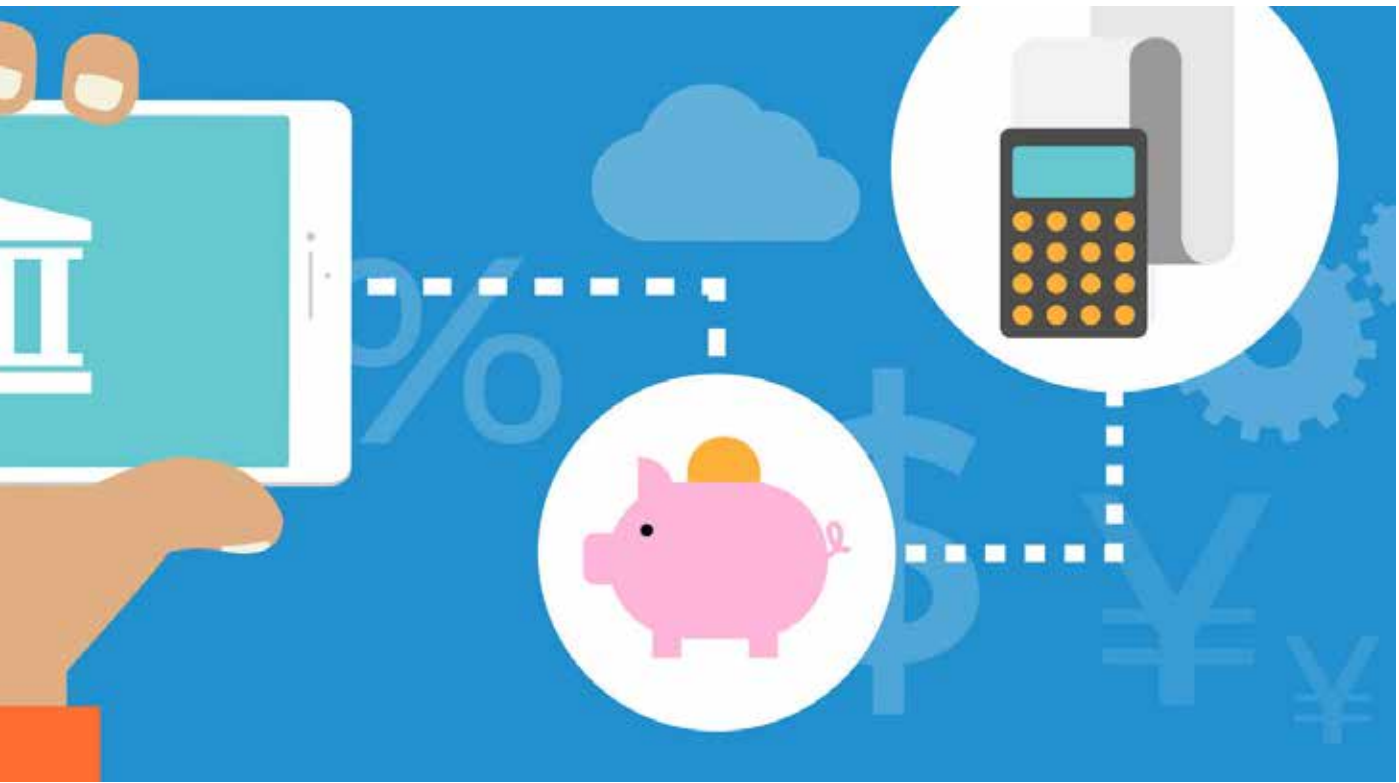
Sudev menuturkan bahwa IoT membantu penggunanya untuk meningkatkan profesionalitas layanan dalam menjaga keamanan peralatan, konektivitas, *platform server*, aplikasi. Sudev mengatakan, layanan itu akan membantu konsumen, pemerintah, dan pelaku usaha.

Sementara itu, Kalamullah Ramli, Ketua Forum Teknologi dan Strategi Kebijakan Universitas Indonesia menuturkan, perusahaan yang gagal melakukan transformasi terhadap bisnis digital diyakini akan tertinggal di masa depan. Menurut dia, *Information Communication and Technology* (ICT) bergerak sangat cepat mentransformasi gaya hidup dan menggantikan cara berbisnis lama yang telah usang. "Industri

ICT sudah bergerak dari *platform* infrastruktur yang jelas dan perangkat yang terkoneksi ke suatu ekosistem *computing* yang tidak terkoneksi, yakni *cloud* yang mengubah 'permainan tradisional,' ujarnya.

Saat ini, sektor perdagangan menempati urutan teratas untuk pengguna internet di Indonesia dengan porsi 31,5%, disusul sektor jasa 26,1%, pendidikan 8,3%, pemerintahan 7% dan sebagainya. Saat ini, akses rumah tangga terhadap internet di Indonesia sebesar 22,2% dari total penduduk yang mencapai 255,5 juta orang.

Ramli memaparkan sedikitnya terdapat 28,3% akses rumah tangga masyarakat di pulau Jawa sudah menggunakan Internet, disusul Sumatera sebesar 26,2%, Sulawesi 17,1%, Kalimantan 16,5%, Bali dan Nusa Tenggara 16,2%, serta Maluku dan Papua 14,1%.



Secara rinci Ramli menjelaskan, pengguna Internet di Indonesia sudah mencapai sekitar 88,1 juta, pengguna sosial media sebesar 79 juta orang, pengguna *social mobile* 67 juta orang dari pengguna *mobile connection* yang kini dimiliki oleh 318,5 juta orang.

Kebutuhan Nasabah

Ledakan penggunaan *smartphone*, tablet, Internet, aplikasi yang saling terhubung memungkinkan relasi *business-to-business* (B2B) dan bisnis ke konsumen (B2C) berjalan dengan baik. Ini membuat perusahaan mampu berinteraksi secara personal, langsung dan *real time* dengan konsumen dan *partner* bisnis tanpa batasan.

Sektor keuangan pun tak luput dari pemanfaatan digitalisasi dengan orientasi pelayanan sepenuhnya kepada nasabah. Seperti diungkapkan Jasmi, Direktur Grup Pengawasan Spesialis III Otoritas Jasa Keuangan (OJK) bahwa di lingkup perbankan juga dikenal dengan *digital banking* yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan nasabah dengan memanfaatkan

teknologi digital, baik aplikasi, perangkat sebagai *delivery channel* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Menurutnya, dengan pertimbangan berbagai faktor internal dan eksternal pada tahap awalnya, *digital banking* di Indonesia dimulai dengan fase *digital branch* yaitu adanya sarana yang secara khusus memproses registrasi nasabah dan pembukaan rekening secara mandiri.

Digital banking, menurut Jasmi, masih dalam tahap pengenalan di industri perbankan Indonesia, karena itu penting bagi semua untuk meyakini keandalan keamanan transaksi *digital banking*-nya dengan memastikan keabsahan data nasabah melalui pemanfaatan KTP elektronik sehingga ada kepercayaan dari semua pihak.

"Semua ini menuju dua fase yaitu kantor yang menyediakan sarana elektronik atau *office digital branch* dan fase *banking anywhere* atau bank yang menyediakan layanan *digital banking* sehingga nasabah dapat menggunakan media digitalnya kapan pun dan di mana pun mereka berada," jelas Jasmi. (*)

Digital *Banking*

PERBANKAN HARUS SENANTIASA SEMPURNAKAN PENGGUNAAN IT

Seiring dengan perkembangan *Information and Technology* (IT) yang begitu cepat dan perubahan gaya hidup masyarakat, kebutuhan nasabah juga terus meningkat dan membuat perbankan harus dapat pula memenuhi kebutuhan para nasabahnya. Bahkan perbankan kini mulai meningkatkan layanannya agar nasabah dapat memperoleh layanan perbankan secara mandiri (*self service*) tanpa harus mendatangi kantor bank untuk berbagai kegiatan yang dikenal dengan kegiatan digital *banking*.

Sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut, layanan yang disediakan bank mengalami evolusi dengan mengarah pada layanan digital *banking*. Layanan digital *banking* lebih berorientasi kepada pemenuhan kebutuhan nasabah dengan memanfaatkan sepenuhnya teknologi digital melalui perangkat (*device*) dan aplikasi (*software*) sebagai *delivery channel* yang dapat di akses kapan saja dan dimana saja, serta meminimalkan interaksi secara langsung dengan petugas.

Maka dari itu kalangan perbankan perlu mengembangkan strategi bisnis yang mengarah pada layanan digital *banking* yaitu yang memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain, serta transaksi di luar perbankan. Transaksi tersebut di



DIGITAL BANKING

Current State
Multiple Channel

BANKING: Account & Transaction

Branches

- Account opening
- Investment
- Bancassurance
- Cash in/out
- Loan/Trade/Treasury
- Advisory

Video Banking

- Account opening through video call
- Investment
- Bancassurance
- Cash in/out

Internet Banking

- Transfer
- Payment/purchase
- Cash management

ATM/EDC

- Cash in/out
- Transfer
- Payment/purchase

Mobile Banking

- Transfer
- Payment/purchase
- NFC transaction

Other Institution

E-Commerce

Housing Broker, Utility Service Provider, On-line shop

E-Advisory

Financial Planner

Others

Documents (Cloud Storage), Interaction (Email, Chat, Video Chat, Games)



Future State



Characteristics:

- Customer needs rather than product based oriented
- Single channel
- Self service
- Any time, any where
- Advanced data analysis
- Financial & Non Financial Product and Services

Digital banking secara prinsip tidak berbeda dengan *e-banking*, tapi karakteristik digital banking lebih luas, karena nasabahnya dapat mengakses seluruh layanan perbankan melalui kumpulan *e-banking* di satu tempat (*digital branch*) dan atau melalui satu jenis *e-banking* pada perangkat milik bank/nasabah (*omni channel*).

Sementara *e-banking* lebih terbatas pada layanan perbankan yang memungkinkan nasabah memperoleh informasi, berkomunikasi dan transaksi melalui media elektronik seperti ATM, *phone banking*, *sms banking*, *electronic fund transfer*, *internet banking*, dan *mobile banking*, secara multi *channel*.

antaranya nasihat keuangan (*financial advisor*), investasi, transaksi e-dagang (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah bank.

Menyadari pentingnya peranan IT dan ketatnya kompetisi antarbank maka bank dari waktu ke waktu senantiasa menyempurnakan penggunaan IT sehingga perkembangan IT di perbankan tergoolong cukup dinamis. Awalnya IT digunakan sebagai sarana pendukung sebagian operasional bank tetapi saat ini IT menjadi salah satu bagian utama bank untuk mendukung hampir seluruh layanan bank sehingga dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Direktur Pengawasan Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jasmi Tanjung menyatakan bahwa dengan perkembangan digital *banking* maka dalam operasionalnya harus mengikuti peraturan-peraturan yang berlaku. "Pokok-pokok aturan digital banking tersebut

adalah mengenai definisi digital *banking*, digital *branch*, dan *banking anywhere*," ujarnya saat seminar nasional "Digital Transformation Era: Is Your Business Ready?" pada Rabu (1/6) di Hotel Raffles, Jakarta.

Dia menjelaskan, ada pokok aturan lainnya yang dipatuhi seperti tentang penerapan digital *banking*: (1) Fase Digital *Branch* dan (2) Fase *Banking Anywhere*. Selain itu ada aturan mengenai jenis digital *branch*: (1) Gerai, (2) Setara Kantor Kas, dan (3) Setara Kantor Cabang Pembantu.

"Ada juga aturan tentang standarisasi infrastruktur digital *branch*, persyaratan penyelenggaraan digital *branch*, tata cara dan prosedur penyelenggaraan digital *branch*, proses registrasi dan pembukaan rekening nasabah pada digital *branch* dan proses verifikasi transaksi nasabah, serta kewajiban untuk menggunakan KTP-elektronik.



Jasmi menuturkan bahwa dalam penggunaan IT di sektor perbankan juga harus menerapkan manajemen risiko dengan fungsi, tugas dan tanggung jawab manajemen di antaranya berupa ketersediaan Komite Pengarah Teknologi Informasi (*Information Technology Steering Committee*). “Ketersediaan SDM [Sumber Daya Manusia] dengan kemampuan teknis yang memadai dalam penyelenggaraan IT sangat diperlukan, baik dari sisi kualitas maupun kuantitas,” ungkapnya.

Penerapan manajemen risiko dalam penggunaan IT juga menyangkut pengembangan dan pengadaan IT, aktivitas operasional IT, jaringan komunikasi, penggunaan pihak penyedia jasa IT, *Disaster Recovery Plan* (DRP), pengamanan informasi, audit *intern* IT, dan *electronic banking*. Jasmin menambahkan bahwa ketentuan lain yang terkait dengan penempatan data center dan DRC adalah Peraturan Pemerintah (PP) No. 82/2012 tentang Penyelenggaraan Sistem dan Transaksi Elektronik.

Pada ketentuan PP tersebut di pasal 17 ayat (2) dijelaskan, penyelenggara sistem elektronik untuk pelayanan publik wajib menempatkan pusat data dan pusat pemulihan bencana di wilayah Indonesia untuk kepentingan penegakan hukum, perlindungan, dan penegakan kedaulatan negara terhadap data warga negaranya. “Dalam

penerapan manajemen risiko IT, perbankan yang menyelenggarakan digital *branch* wajib menerapkan pengamanan *logic*, pengamanan fisik, dan pengendalian operasional,” jelas Jasmi.

Untuk itu OJK segera menerbitkan pedoman soal digital *banking* atau *guideline* yang akan selesai di tahun 2016. Saat ini OJK sedang melakukan kajian tentang semua hal yang berhubungan dengan perbankan digital, termasuk risiko-risiko yang akan ditimbulkan.

Adapun *guideline* tersebut akan terkait beberapa hal seperti manajemen risiko, IT, bisnis, prosedur operasional standar dan sumber daya manusia perbankan. Pedoman itu akan menjadi satu-satunya acuan mengenai perbankan digital, topik yang sering menimbulkan beragam makna.

OJK berpandangan penetrasi dunia digital dalam perbankan merupakan sebuah keniscayaan dan mau tidak mau industri bank harus menyesuaikan diri atau akan lenyap ditelan zaman. Oleh karena itu OJK sebagai regulator industri keuangan melakukan kajian mendalam mengenai perbankan digital, baik dari segi hukum, kesiapan bank, hingga efek yang terjadi ketika kebijakan digital diberlakukan secara masif termasuk kemungkinan terjadinya tindakan kriminal. (*)



lintasarta
Innovative Information Communications Solutions



Internet Super Cepat

Lintasarta Dedicated Internet

Solusi Tepat Bisnis Anda
Fiber to The Office

Berselancar internet dengan akses **cepat**,
stabil, dan akurat di dukung jaringan **Luas** serta
tenaga **IT Professional**



Jaringan fiber di lebih dari **77** kota bisnis di Indonesia, **44** kantor
cabang di seluruh Indonesia, **1.000** tenaga IT Professional dan call
center **24x7**



(021) 2302347



www.lintasarta.net



info@lintasarta.net

VISI BERSAMA MENUJU EXCELLENCE PLANTATION FOR THE WORLD

Transformasi digital terjadi di semua lini bisnis, tanpa terkecuali di bisnis pertanian dan perkebunan. Teknologi dan data dapat menjadi penentu keberhasilan dan perkembangan bisnis ini.

Triputra Agri Persada (TAP) Group, misalnya, juga memanfaatkan transformasi digital untuk mengembangkan bisnis *Crude Palm Oil* (CPO) yang diproduksinya. Peranan dan hasil transformasi digital ini untuk menjawab tantangan di industri kelapa sawit adalah sudah terciptanya *transparent site operations* dalam bentuk *accurate and near real time* informasi bisnis. Pada akhirnya semua itu meningkatkan *management control-ability* dan *responsiveness in decision making*, baik bagi pejabat di *site* maupun di kantor pusat.

Menurut Adrian Hernanto, Deputy Director IT & Business Process Triputra Agro Persada (TAP) Group, transformasi digital itu membantu TAP dalam menjalankan *3 Key Success Factors*. Ketiga faktor itu adalah *Detailed Planning*, proses *budgeting* yang dilakukan dengan menggunakan TAP-EARTH (GIS dan *Google Earth*), melihat secara detail visual *block by block* untuk penentuan potensi produksi yang ada dan faktor-faktor yang dapat menghambat tercapainya potensi produksi.

Faktor kedua adalah *Dicipline Execution*, *Image Capture*, dan *Movement Tracking* dalam proses inspeksi lapangan adalah contoh implementasi penerapan teknologi dalam kedisiplinan eksekusi operasional di TAP. Faktor ketiga *Robust Control*, dalam proses *Land Clearing* dan *Planting* dengan menggunakan foto udara dan TAP-GIS, untuk mendapatkan akurasi dalam pelaporan luas tanam, tingkat kerapatan tanaman, yang merupakan penentu keberhasilan perusahaan dalam mengelola investasi, biaya dan manajemen kinerja di fase produksi.

"Kami juga melakukan implementasi teknologi *Push Email* (PURE) yaitu laporan otomatis dalam format email yang dikirimkan kepada orang yang tepat, informasi yang tepat di saat yang tepat secara berkala, bahkan H+1 agar



Adrian Hernanto
Deputy Director IT &
Business Process Triputra
Agro Persada (TAP) Group

setiap hal yang memerlukan penanganan cepat dapat direspons segera," ujarnya.

Dasar inovasi dan transformasi digital yang dilakukan oleh TAP adalah untuk mencapai *3 Key Success Factors* perusahaan perkebunan. Tantangan yang sangat nyata bagi TAP dalam mencapai kunci faktor sukses itu adalah luasnya area operasional dan tersebar di pelosok Nusantara (*Vast and Remote Area*).

"Untuk menjawab tantangan itu, *accurate* dan *near-real time data capture* merupakan fokus awal inovasi dan transformasi digital di TAP. Secara berkesinambungan implementasi ERP

(SAP), *Mobile Applications (android based)* dan *Aerial Photo (drone)* dilaksanakan untuk memperbaiki kualitas *data capture*," ungkap Yansen.

Yanes menjelaskan sesuai dengan *Corporate Strategic Road Map TAP* (5 tahun), *Technology Advancement* menjadi landasan tercapainya *Operational Excellence* di TAP. Perjalanan panjang *alignment* antara *Business Process Design*, *Organization Design* dan arsitektur IT--sebagai *Business Enabler*--merupakan langkah persiapan menyongsong era transformasi digital.

"Kesiapan dan transformasi sisi bisnis, yakni *Standard Process*, KPIs, organisasi dan sisi IT, seperti *Basic Infrastructure*, *System Integration*, *Business Intelligence*, *Innovation Solutions*, dan *IT Competency Building* terus dilakukan dengan selaras dan terencana," jelasnya.

Sebenarnya banyak faktor yang berpengaruh pada keberhasilan transformasi digital. Namun, Yansen menilai, TAP Group percaya bahwa penting untuk memiliki dasar pendukung operasional yang baik dalam mencapai keberhasilan transformasi digital untuk mendukung pengelolaan total *land bank* ± 300.000 hektare (ha), dengan luas tanam lebih dari 150.000 ha yang tersebar di area Jambi, Kalimantan Barat, Kalimantan Timur, dan Kalimantan Tengah.

Basic/infrastructure menjadi dasar dan kekuatan bagi perusahaan untuk mengarah pada tahap integrasi dimana *Core System* yang diimplementasikan harus selaras dengan *Business Goals*. Salah satu wujud penerapan *Core System* adalah implementasi ERP.

Business dan IT berjalan bersama untuk mencapai *business objective*, implementasi ERP tidak hanya bergantung pada persiapan tahapan *Basic/infrastructure*, tetapi komitmen semua *stakeholder* terutama *top management*. Implementasi ERP dilengkapi dengan kebijakan dan prosedur yang baik, *change management*, *innovative culture*, ditambah dengan IT SM yang dikelola dengan baik untuk menjaga *sustainability*. PDCA juga menjadi salah satu kunci keberhasilan transformasi digital.

Kesemua upaya pihak manajemen TAP Group tersebut dalam hal transformasi digital itu, diungkapkan oleh CEO Group Triputra Agro Persada, Arief P. Rachmat dalam beberapa kesempatan. Menurutnya, tantangan utama di bisnis perkebunan adalah areal usaha yang sangat luas dan berada di *remote area* dan ditambah dengan faktor alam yang berbeda-beda antarsite, tetapi sangat mempengaruhi keluaran hasil proses perkebunan.

Menurut Yansen, sejumlah program yang sudah disiapkan tersebut masih perlu ditambah dengan

komitmen manajemen, keterlibatan seluruh *winning team* TAP sebagai satu sinergi dan kerja sama untuk mencapai visi bersama *Excellence Plantation For The World*. “Yang pasti, pengembangan *the next wave of technology* bagi perusahaan perkebunan dalam industri komoditas harus dilakukan dengan cermat dan tepat guna.”

Menurut dia, sikap terbuka terhadap adaptasi teknologi tidak akan pernah berhenti dan budaya inovasi yang berkesinambungan harus terus dipertahankan demi mencapai “Excellent Plantation for The World”.

Secara umum, ungkaphnya, disrupsi digital tidak banyak berpengaruh langsung terhadap bisnis komoditas seperti industri kelapa sawit. “Ini tidak seperti bisnis teknologi, media dan *entertainment*, bisnis ritel, finansial, telekomunikasi dan lainnya. Itu bukan berarti TAP Group menutup mata terhadap perkembangan teknologi. Kami memiliki *road map* yang menjadi cita-cita dalam mewujudkan organisasi IT yang bisa menjadi *enabler* bagi kemajuan bisnis perusahaan,” papar Yansen. (*)

INDUSTRI KELAPA SAWIT BELUM SEPENUHNYA IMPLEMENTASI SISTEM DIGITAL

Industri kelapa sawit memiliki *nature of business* yang tidak jauh berbeda dengan perusahaan lain yang berbasis padat karya. Industri ini memiliki ketergantungan terhadap tenaga kerja manusia mulai dari proses pembibitan, perawatan, pemanenan, distribusi, pengolahan, dan pemasaran. Inilah situasi dilematis yang saat ini dipikul oleh pengusaha kelapa sawit.

Tenaga kerja yang berlimpah itu membuat biaya pengeluaran perusahaan semakin tinggi, ditambah terjadinya peningkatan upah minimal regional yang terjadi setiap tahun. Menurut Ketua Umum Gabungan Pengusaha Kelapa Sawit (Gapki) Joko Supriyono, peningkatan biaya yang tidak terkendali itu berdampak tidak baik terhadap perusahaan, apalagi industri kelapa sawit bukan bertindak sebagai *price maker*, melainkan *price taker* yang mengacu pada harga sawit dunia.

Oleh karena itu, dia menjelaskan, strategi terbaik yang dilakukan pelaku usaha kelapa sawit adalah dengan menekan biaya agar dapat bertahan. Kunci sukses bertahan atau tidaknya perusahaan kelapa sawit tergantung pada efisiensi mengelola biaya produksi. “Agar biaya operasional menjadi rendah, pelaku usaha harus mengoptimalkan produktivitas tanaman dan produktivitas tenaga kerja”.

Improvisasi produktivitas tanaman dapat dilakukan disegi agronomi, pembibitan, dan pemupukan agar praktik budidaya dapat diperbaiki sehingga hasil produksi meningkat. Sementara, produktivitas tenaga kerja dapat dengan memanfaatkan teknologi digital sehingga peningkatan biaya tenaga kerja sebanding dengan produktivitas yang dihasilkannya. “Namun, peningkatan

produktivitas manusia akan ada batasnya,” ujarnya.

Sebagai industri yang mengandalkan tenaga manusia, saat ini usaha kelapa sawit belum sepenuhnya mengimplementasikan sistem digital. Implementasi itu hanya dapat mendukung fungsi administratif yang dahulu memakai tenaga manusia.

Penggunaan teknologi digital itu dapat mengurangi penggunaan kertas, mempercepat proses laporan, penghitungan gaji karyawan, pemasaran, analisa, distribusi, dan pengolahan. Jadi, integrasi proses administrasi ini menjadi lebih cepat, sederhana, murah, dan transparan.

Hampir semua perusahaan besar kelapa sawit menggunakan beragam aplikasi digital. Teknologi itu diperlukan agar unit kerja yang terpecar di seluruh Indonesia dapat dilaporkan secara *real time*.

Akan tetapi, pemanfaatan teknologi digital itu harus sesuai dengan kebutuhan dan anggaran perusahaan. Misalnya pada perusahaan kelapa sawit yang memiliki areal perkebunan sawit dibawah 50.000 hektare harus mempertimbangkan untuk memiliki aplikasi digital.

“Untuk menemukan teknologi digital yang cocok di perkebunan kelapa sawit bidang pekerjaan lapangan diperlukan riset *lah*, karena sumber infisiensi dan komponen biaya terbesar itu justru di tenaga kerja,” jelasnya. (*)





BUKAN **WiFi** BIASA

Dody Indrawijaya

Senior Manager Marketing Communication & Channel Lintasarta

Saat ini, cukup sulit menemukan orang yang tidak memiliki *smartphone*, terutama di tengah masyarakat urban (perkotaan). Kapan saja, di mana saja, terlihat orang-orang membawa ponsel pintar. Di mal, pasar, kampus, perkantoran dan di mana pun orang terlihat sibuk dengan *smartphone* masing-masing.

Menurut International Data Corporation (IDC), Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak di dunia dengan populasi tak kurang dari 55,4 juta unit pada 2015. Angka ini melampaui Jepang yang hanya sekitar 51,8 juta unit pada tahun yang sama.

Kondisi ini menempatkan Indonesia sebagai pasar *smartphone* terbesar ketiga di Asia Pasifik setelah China dan India. Pada tahun ini, diperkirakan penggunaan

smartphone di Tanah Air akan melonjak setidaknya mencapai 65,2 juta unit.

Dengan pertumbuhan populasi *smartphone* yang sedemikian kuat dan masif, kebutuhan akan jaringan Internet juga meningkat secara eksponensial. Keinginan setiap orang untuk terus saling terhubung di dunia maya, secara langsung dan signifikan telah membuat kebutuhan akan jaringan Internet semakin besar, dan terus meningkat.

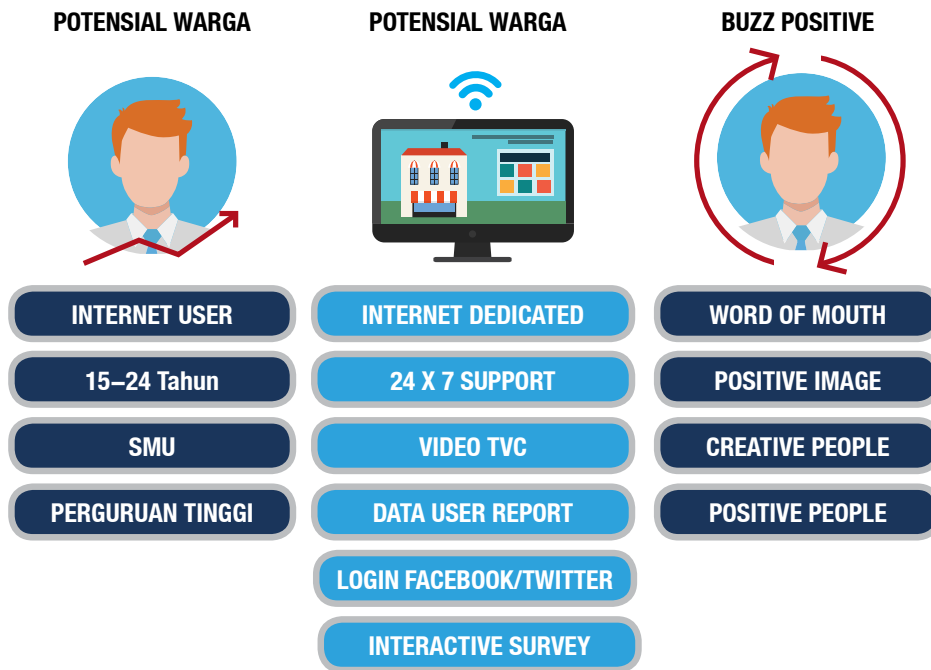
Bahkan di era digital saat ini, Internet tampaknya sudah termasuk dalam daftar barang kebutuhan pokok. Banyak orang rela tidak makan siang demi bisa membeli paket Internet. Para pelajar dan mahasiswa kadang rela tidak jajan, hanya sekedar bisa terus terhubung dengan komunitasnya via jaringan.

Berdasarkan data *E-Marketer, Data and Research on Digital for Business Professionals*, para pengguna Internet di Indonesia tersebut rata-rata memiliki rentang usia 15-24 tahun. Perilaku kaum muda yang '*gadget minded*' ini membuat Internet menjadi sebuah magnet super kuat untuk dapat menarik orang-orang datang di suatu tempat.

Lihat saja, setiap mal, hotel, taman kota, restoran, bandara dan sebagainya selalu menyediakan WiFi. Selain sebagai wujud pelayanan kepada pelanggan atau publik, penyediaan WiFi juga bertujuan agar tempat tersebut ramai dikunjungi banyak orang. Sebagian di antaranya bahkan menyediakan WiFi gratis.

Lintasarta melihat akan menjadi sinergi yang baik apabila pengguna WiFi, pemilik lokasi (*venue*) serta *brand* produk/jasa dapat berkolaborasi untuk saling mendapat manfaat.

Ruang Publik dengan Konsep “BUKAN WIFI BIASA”



Saat ini, beberapa ruang publik atau kawasan terbuka seperti area bisnis, bandara, perguruan tinggi, tempat hiburan telah dipasang WiFi yang dapat digunakan secara gratis oleh pengunjung. Lewat kerja sama ini, para pemilik lokasi tadi dapat memperoleh manfaat berupa peningkatan jumlah kunjungan. Lokasi tersebut menjadi ramai pengunjung.

Kolaborasi apa yang bisa didapat untuk pemilik *merk* (*brand*)? Dody Indrawijaya, Senior Manager Marketing Communication & Channel Lintasarta, menjelaskan WiFi dapat didesain sedemikian rupa sehingga iklan akan muncul pada saat pengguna WiFi melakukan *log in*. Durasi dan frekuensi kemunculan iklan juga dapat di-*setting* semisal per 30 menit.

“Ini tidak jauh berbeda dengan mekanisme iklan yang dilakukan *youtube.com*. Iklan yang ditampilkan di area *venue* itu juga bisa dalam bentuk *TV Commercial/TVC*,” jelas Dody.

Dia mengatakan, *WiFi Ads* ini merupakan cara yang sangat efektif bagi korporasi untuk memperkenalkan produk dan memperkuat *brand*.

Tidak terkecuali bagi pemerintah daerah juga dapat mengambil manfaat untuk menyebarkan program

kerjanya. “Bahkan, lewat keberadaan WiFi ini, pemerintah daerah bisa juga melakukan survei terhadap warganya mengenai apa saja, serta memperoleh data demografi pengunjung.”

WiFi ini juga tersebut dapat didesain terkoneksi dengan media sosial. Jadi, pada saat pengguna Internet akan melakukan *browsing*, mereka terlebih dahulu diarahkan untuk *log in* menggunakan media sosial melalui *twitter.com* dan *facebook.com*. Bisa juga melakukan pengisian data langsung.

Ini dimaksudkan agar pemilik *merk* atau instansi yang terkait maupun pemilik lokasi dapat memperoleh data profil dari pengunjung *venue*. Dengan begitu, pemasang iklan atau pemilik *venue* juga dapat dengan mudah melakukan survei terhadap pengunjung, baik melalui *polling* atau kuesioner.

Lewat kerja sama penyediaan WiFi gratis tersebut semua pihak sama-sama memperoleh keuntungan. Di satu sisi, jumlah pengunjung *venue* akan meningkat karena mereka dapat dengan mudah mengakses layanan Internet secara bebas tanpa membayar. Disisi lain, pemasang iklan juga mendapatkan keuntungan karena dapat melakukan aktivitas promosi secara efektif dengan biaya yang relatif murah dan tepat sasaran. Anda tertarik? (*)

Transformasi Digital



Korporasi Tak Hanya Ubah *Business Process*, Tapi Juga *Culture & Spirit* Manajemen

Transformasi digital menjadi sesuatu yang multak dilakukan saat ini bagi korporasi untuk menjaga *sustainability* untuk masuk ke era ekonomi digital. Digitalisasi itu dilakukan terhadap *business process* yang kita miliki baik itu proses internal maupun eksternal. Bahkan terjadi evolusi terhadap pemahaman dan kepercayaan masyarakat dalam menggunakan teknologi digital di Indonesia, meski masih kalah dibandingkan dengan negara lain seperti Singapura atau Malaysia

Menurut Arya N. Soemali, Direktur IT Services Director Lintasarta, transformasi itu tidak seperti semudah membalikkan telapak tangan, banyak hal yang harus dipersiapkan. Akan tetapi sebelum melakukan transformasi digital harus dimengerti terlebih dahulu tujuan transformasi dan membangunnya dengan perencanaan yang baik. "Tentu saja itu harus sesuai dengan visi misi korporasi tersebut," katanya di Jakarta Jumat (24/6).

Transformasi digital adalah suatu proses yang harus dijalankan oleh pelaku bisnis, karena adanya kebutuhan dan tuntutan pasar sehingga transformasi digital menjadi strategi bisnis.

Dia menjelaskan bahwa keputusan strategis untuk melakukan transformasi digital berada di pucuk pimpinan. *Leadership* dari para pimpinan ini yang menjadi penarik gerbong transformasi. Namun, lanjutnya, kajian melakukan transformasi ini bisa dilakukan dengan sumber daya sendiri atau menggunakan jasa konsultan.

Keputusan untuk melakukan transformasi digital bagi perusahaan besar memang membutuhkan kesiapan dan perhitungan matang meski dilakukan secara bertahap. Implementasi itu perlu dilakukan mengingat persaingan dan efisiensi yang dilakukan korporasi semakin agresif dalam beberapa tahun terakhir.

Kunci keberhasilan implementasi ini terletak pada *better customer experience* yang secara langsung akan memperoleh peningkatan *revenue* dan profit dari perusahaan, efisiensi biaya, menjaga kelangsungan bisnis perusahaan, membuat keputusan dengan cepat, dan meningkatkan kepuasan konsumen atau pelanggan. Selain itu, parameter keberhasilan bagi setiap korporasi lebih kepada peningkatan *performance*, daya saing, perkembangan *market share*, dan memberikan pengalaman baik bagi pasar.



Meski masih dapat bertahan, korporasi yang masih memanfaatkan sistem konvensional baik disegi pemasaran, pembayaran, distribusi, inventarisasi, maupun sumber daya manusianya semakin lama akan kehilangan daya saing, produk yang ditawarkan tidak kompetitif dan tergerus oleh perusahaan-perusahaan besar lainnya.

Dalam strategi implementasi digital ada beberapa alternatif yang dapat dilakukan pebisnis agar penerapan itu sesuai dengan kebijakan anggaran atau investasi IT. Strategi itu, lanjutnya, dapat berupa kesiapan anggaran yang dapat dilakukan dengan investasi secara keseluruhan, ataupun melakukan investasi melalui *Operating Expenditure* (Opex) *base model*. Bahkan sekarang sudah tersedia juga dalam *pay per use*.

Saat ini sektor pemerintahan, perbankan, dan perdagangan termasuk sektor yang cukup agresif dalam menerapkan transformasi digital. Namun demikian, sebagai penyedia layanan ICT, Lintasarta berupaya agar kebutuhan layanan berbasis digital terhadap *business process* bagi setiap industri dan perusahaan dapat memberi solusi terintegrasi yang tepat guna kendati kebutuhan setiap industri memiliki perbedaan.

Pada dasarnya ada beberapa aplikasi umum yang dapat digunakan oleh semua industri seperti aplikasi keuangan, SDM, *inventory*, *procurement*, dan sebagainya. Akan tetapi ada juga aplikasi yang spesifik terkait industri seperti perbankan, migas, perhotelan, perkebunan dan sebagainya.

Oleh karena itu, Lintasarta menempatkan SDM yang dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan transformasi digital. Korporasi yang ingin bergerak ke arah transformasi digital tidak hanya mengubah *business process*-nya saja, tetapi juga harus mengubah *culture* dan *spirit* para manajemen dan jajaran.

Lintasarta sebagai pemain utama di industri ICT nasional dengan pengalaman lebih dari 28 tahun memiliki beberapa *data center* yang terletak di Jakarta dan diluar kota. Pada tahun ini anak perusahaan Indosat Ooredoo ini berencana membangun *data center* di daerah Jatiluhur, Purwakarta yang siap digunakan pada Agustus tahun ini.

"Jika kita berbicara *data center* dan *data recovery* (DRC), semua dipengaruhi oleh *backbone* jaringan telekomunikasi dalam bentuk apapun baik itu *fiber optic*, VSAT dan sebagainya. Infrastruktur *data center* dan infrastruktur telekomunikasi membuat suatu kekuatan dimana pelanggan dapat saling *sharing*, katanya.

Pembangunan *data center* tersebut dibekali dengan teknologi keluaran terakhir dan tersertifikasi. Sertifikasi

ini bertujuan untuk membangun kepercayaan pelanggan terhadap produk dan jasa. *Data center* yang dibangun itu memiliki sertifikasi Tier III yang memiliki *availability*, ketahanan, *redundancy* dan memiliki kehadalan.

Sertifikasi itu membuat pasar memiliki *confidence level* yang lebih tinggi. Begitu halnya dengan *security* jaringan sebagai elemen utama yang selalu dikedepankan oleh Lintasarta.

Saat ini perusahaan tidak perlu lagi membangun infrastruktur *data center* untuk menjalankan aplikasi maupun menyimpan data. Lintasarta telah menggandeng partner terbaik dibidangnya seperti Oracle dan SAP.

"Jadi, kami berupaya membangun ekosistemnya. Kami tidak hanya fokus kepada satu aplikasi saja tetapi kami juga membangun area lain yang dibutuhkan pelanggan," ujarnya.

Kerja sama antara Lintasarta dan IBM akan memberikan berbagai keuntungan bagi pelaku industri dalam menghadapi era ekonomi digital yang serba instan, cepat, dan transparan.

Lintasarta memiliki portofolio produk ICT yang lengkap, sedangkan IBM sebagai perusahaan IT global memiliki pengalaman dan tenaga profesional IT terbaik berstandar global, menjadi nilai tambah bagi pelaku bisnis dalam menghadapi perubahan di era transformasi digital ini.

Melalui kerja sama ini, Lintasarta menghasilkan IT *smart solution* yang siap membantu akselerasi pertumbuhan pelaku industri di antaranya *Enterprise Resiliency Services*, *Data Center Design & Construction*, *Data Center Migration*, *Enterprise Infrastructure Managed Services*, *Control Desk*, *IT Infrastructure Security Consulting*, *Managed Security Services*, dan *Enterprise Mobility Services*.

Lintasarta sebagai penyedia infrastruktur data komunikasi dan IT *services* yang merupakan anak perusahaan Indosat Ooredoo. Pemain IT baik itu organisasi atau korporasi selalu bercita-cita untuk bekerja sama erat dengan pemilik data komunikasi seperti Lintasarta.

Lintasarta menyadari kebutuhan pelanggan untuk menyiapkan bisnis mereka dalam menghadapi transformasi digital ini, juga merupakan bagian dari Lintasarta untuk selalu berinovasi dalam peningkatan layanan IT. Atas hal tersebut Lintasarta melakukan kerja sama dengan para *partner* terbaik yang mempunyai pengalaman untuk membantu pelanggan mencatat akselerasi pertumbuhan bisnis, dan mendukung percepatan transformasi digital, serta mendukung implementasi *smart city* dan *Internet of Things* di Indonesia. (*)





SOLUSI DIGITAL YANG TEPAT TINGKATKAN EFISIENSI & AKSELERASI EKSPANSI

TSP (*Information Technology Strategic Partner*) menjadi satu solusi transformasi digital antara Lintasarta dan IBM Indonesia. Strategi itu terdiri dari Enterprise Resiliency Services, Data Center Migration, Data Center Design and Construction, IT Infrastructure Security Consulting dan Managed Security Service. Kesemuanya itu untuk kebutuhan pelanggan dan korporasi di berbagai sektor industri.

Solusi hasil kerja bareng Lintasarta dan IBM ini sebagai upaya memanfaatkan tren, seperti *Big Data*, *Internet of Things* (IoT), layanan *cloud*, sosial media, dan *mobility* secara tepat. Program tersebut diluncurkan pada saat seminar yang mengusung tema “Digital Transformation Era: Is Your Business Ready?” yang diselenggarakan di Jakarta, Rabu (1/6).

Menurut President Director Aplikanusa Lintasarta Arya Damar, solusi tersebut merupakan jawaban akan akselerasi yang dibutuhkan dalam menghadapi era digitalisasi yang berkembang begitu cepat. Dia menegaskan bahwa solusi digital yang tepat akan meningkatkan efisiensi dan akselerasi ekspansi sehingga menjadi batu loncatan dalam menghadapi pertumbuhan ekonomi yang besar di era perdagangan bebas.

“Pelaku industri perlu memanfaatkan *digital trend* seperti *big data*, *internet of things*, *cloud services*, *social media* dan *mobility* secara tepat. Karena solusi digital yang tepat akan meningkatkan efisiensi dan akselerasi ekspansi sehingga menjadi batu loncatan dalam menghadapi pertumbuhan

ekonomi yang besar di era perdagangan bebas,” katanya saat peluncuran kerja sama tersebut.

Pada kesempatan itu, Presiden Direktur IBM Indonesia, Gunawan Susanto menjelaskan bahwa kolaborasi tersebut menunjukkan bagaimana keahlian IBM, teknologi dan layanannya dapat membantu Lintasarta, serta Indosat Ooredoo dalam memberikan solusi IT yang inovatif dan sejalan dengan perkembangan ekonomi dan kebutuhan IT di Indonesia. “Layanan IT terbaik secara *end to end* kepada para pelaku bisnis menjadi fokus kami yang didukung dengan infrastruktur dan teknologi IT yang handal, tangkas, dan aman dalam menghadapi perkembangan era digital,” ujarnya.

Gunawan menuturkan, kemitraan ini menunjukkan bagaimana keahlian, teknologi dan layanan IBM dapat membantu Lintasarta dan Indosat Ooredoo memberikan solusi IT yang inovatif dan sejalan dengan perkembangan ekonomi dan kebutuhan IT di Indonesia. “Layanan IT terbaik secara *end to end* kepada para pelaku bisnis menjadi fokus kami yang didukung dengan infrastruktur dan teknologi IT yang handal, tangkas, dan aman dalam menghadapi perkembangan era digital,” tuturnya.

Seminar yang dihadiri oleh ratusan pemimpin perusahaan dari berbagai sektor industri nasional ini juga membahas tentang bagaimana kesiapan bisnis dalam menghadapi era digital. Berbagai tantangan dan tren bisnis ke depan, bagaimana solusi digital mendukung bisnis, dan bagaimana dampak transformasi digital dan juga dampak regulasi terhadap bisnis dikupas tuntas.

Di antara yang hadir yaitu *Country Manager* IDC Indonesia dan Filipina Sudev Bangah, Pakar ICT dan Mantan Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kemkominfo Kalamullah Ramli, *Director & Chief Wholesale and Enterprise Officer* Indosat Ooredoo Herfini Haryono, dan Direktur Pengawasan Perbankan Syariah Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Jasmi Tanjung.

Transformasi Digital

Dalam melakukan perubahan khususnya transformasi digital sebuah perusahaan diyakini tidak

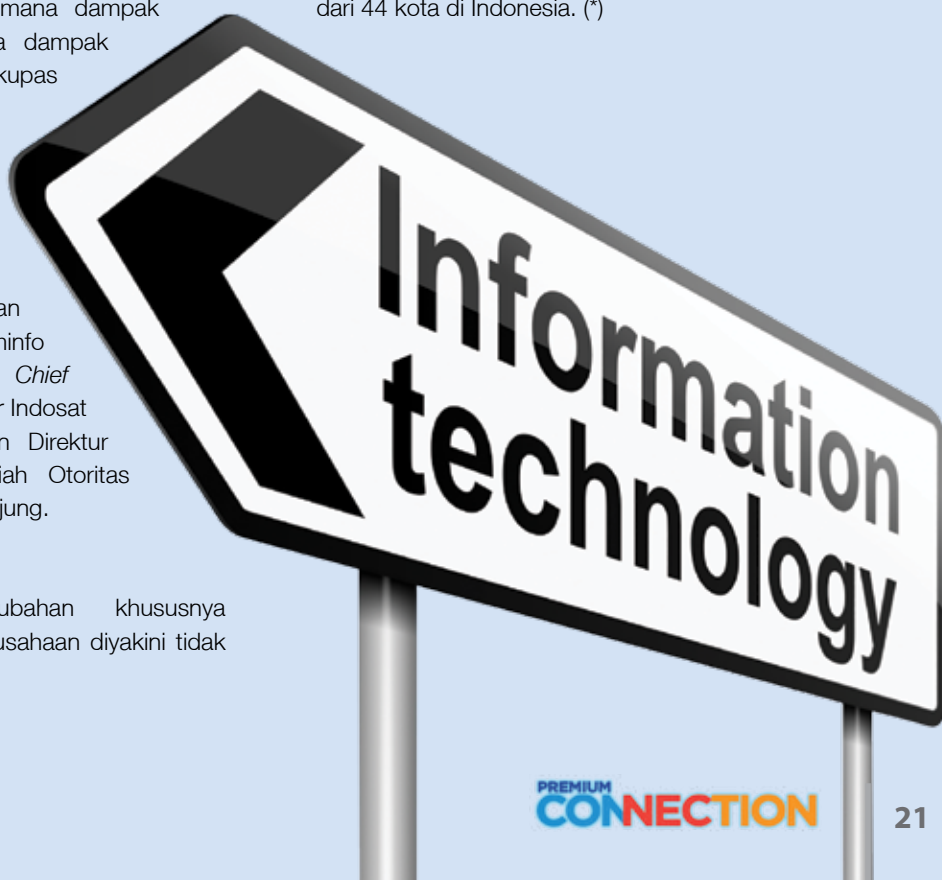
bisa berjalan sendiri dan membutuhkan *partner* terbaik. Untuk itulah Lintasarta berusaha memberikan jawaban akan akselerasi yang dibutuhkan dalam menghadapi era digitalisasi yang berkembang begitu cepat.

Hal tersebut disampaikan Arya Damar bahwa pelaku industri perlu memanfaatkan *digital trend* seperti *big data*, *internet of things*, *cloud services*, *social media* dan *mobility* secara tepat. Solusi digital yang tepat, lanjutnya, akan meningkatkan efisiensi dan akselerasi ekspansi sehingga menjadi batu loncatan dalam menghadapi pertumbuhan ekonomi yang besar di era perdagangan bebas.

Seperti diketahui, saat ini Lintasarta telah melayani lebih dari 2.000 pelanggan korporasi dengan lebih 30.000 jaringan yang meliputi layanan komunikasi data fiber optik, jaringan satelit, layanan komunikasi suara, layanan *video conference*, *data center*, *cloud computing*, DRC, solusi total komunikasi, dan IT Services.

Lintasarta memberikan layanan profesional mulai dari layanan pra jual melalui *business consultant*, *network engineer* untuk assessment dan desain solusi pelanggan hingga layanan purna jual yang memadai berupa *Helpdesk* selama 24 jam tujuh hari seminggu, *Customer Assistant Representative* (CAR), *Customer Resident Assistant* (CRA).

Layanan profesional ini didukung oleh lebih dari 1.000 orang staf yang berpengalaman di antaranya memiliki sertifikasi internasional yang tersebar di lebih dari 44 kota di Indonesia. (*)





Fenomena Sosial–Digital Baru

Pokémon Go telah menjadi fenomena sosial baru di dunia maupun di Indonesia. *Mobile game* yang dibesut Niantic Inc. dan The Pokémon Company, serta didukung oleh investor, Nintendo Co. Ltd., ini cukup merebut hati sebagian pengguna *smartphone* Android dan iPhone.

Betapa tidak, penggemarnya pun kini ada di berbagai kalangan usia, dari anak-anak, remaja hingga dewasa dan menjadi *viral* bahkan bukan saja melalui *word of mouth* tetapi juga kampanye yang diluncurkan penyedia jasa transportasi *online* dan entitas lainnya.

Meskipun *augmented reality* sebenarnya bukan sesuatu yang baru, bahkan kartun Pokémon sendiri telah dikenal selama 20 tahun, tetapi kekuatan karakter kartun dan paduan teknologi itu membuatnya populer terutama setelah resmi tersedia di 26 negara di Eropa.

Pokémon Go yang juga diperkenalkan

di Amerika Serikat, Australia, dan Selandia Baru pada 6 Juli 2016 ini pun akhirnya merambah Asia Tenggara, terlebih Indonesia.

Keunikan *game* ini dari

umumnya *video game* lain adalah Pokémon Go menuntut pemain untuk jalan keluar ruangan dan menggunakan arena permainan dunia nyata. Medan dan lokasinya pun dapat berbagai macam, mulai dari kebun, hutan, taman, perairan, hingga jalanan.

Dengan teknologi realitas ditambah itu, maka permainan Pokémon yang disebut sebagai kependekan dari *pocket monster* ini menggabungkan lokasi permainan yang tampak nyata di lingkungan kehidupan sehari-hari ini karena memadukan fungsi kamera *smartphone*.

Situs Phone Arena menyebut permainan yang sebelumnya dapat diunduh melalui APK ini akhirnya dibuat resmi dan mendorong penggemar yang ingin berburu makhluk-makhluk virtual seperti Zubats, Pidgeys, Rattatas, Pikachu, Blastoise dan kawan-kawannya ini terus meningkatkan *level* permainannya yang mencapai *level* 50-an.

Belum lama disediakan, unduhannya melalui aplikasi Play Store, sudah mencapai jutaan bahkan sudah tembus 10 juta *download*. Meskipun belum ada pernyataan resmi dari Niantic untuk meluncurkan secara resmi di Indonesia namun CEO Niantic Labs John Hanke sudah memberi sinyal akan melansir *game* ini di lebih dari 200 negara.

Inti dari permainan ini adalah untuk menangkap monster pengguna harus melemparkan bola atau *pokeball*. Bila lemparan tersebut tepat maka sang monster akan bisa langsung terkurung dan siap dilatih.



Di saat itulah pemainnya mungkin membutuhkan beberapa *pokeball* hingga akhirnya bisa menangkap satu pokemon. Alhasil, jika semua pokemon berhasil ditangkap maka bisa diadu dengan pokemon-pokemon milik pemain lain di satu tempat yang disebut sebagai Pokemon Gym atau PokeGym.

Game ini menggunakan *item-item* yang terkadang bisa menjadi semacam bonus ketika pemainnya naik *level* atau berhasil menangkap Pokemon. Sebagian *item* juga disyaratkan didapat dari tempat lain yang disebut PokeStop. Itulah sekilas mengenai permainan ini.

Pro dan Kontra

Dalam perkembangannya, permainan ini memancing pro dan kontra. Bahkan anggota parlemen atau DPR menilai *game* yang menggunakan peranti *global positioning system* (GPS) dalam mencari arah keberadaan monster virtual ini membahayakan bagi keamanan informasi. Kecurigaan pun muncul terhadap apa latar belakang penciptaan permainan ini dan kemungkinan adanya kekuatan yang menungganginya untuk tujuan tertentu.

Anggota DPR Tantowi Yahya meminta pembahasan khusus mengenai masalah *game* Pokemon Go di samping membahas UU Informasi dan Transaksi Elektronik, UU Penyiaran serta UU Telekomunikasi. Menyadari tidak mungkin menangkal fakta populernya *game* itu, pemerintah juga diminta mengantisipasi meluasnya *game* Pokemon Go di Tanah Air termasuk dari sisi keamanannya.

Satuan Cyber Badan Intelijen Strategis (BAIS) TNI juga sempat mewaspadaai Pokemon Go dinilai tidak berbeda dengan sistem pengumpulan data berbasis lokasi yang kerap dilakukan National Geospatial-Intelligence Agency (NGA) dan Central Intelligence Agency (CIA) pada media sosial. Hal itu menjadi kewaspadaan terutama kala menyangkut tempat-tempat strategis seperti lembaga pemerintahan, Istana Negara, Kementerian Pertahanan kementerian strategis lainnya.

Co-Founder Indonesia Cyber Security Forum (ICSF) Melinda N. Wiria termasuk yang beranggapan *game* berbasis lokasi itu bisa mengundang risiko yang harus dihadapi oleh negara jika menimbulkan ekspose lokasi-lokasi strategis ke publik. Kewaspadaan serupa juga sempat terjadi di belahan negara lain.

Permainan ini juga telah menimbulkan sejumlah dampak negatif yang diakibatkan oleh kelalaian pemainnya sendiri di



antaranya adalah insiden kecelakaan akibat Poke Master atau sang *gamer* terlalu asyik bermain dan lepas konsentrasi pada saat mengemudi atau menyeberang jalan.

Namun, meskipun ada yang kontra, tidak sedikit pula yang mendukungnya. Ada pengguna dari kalangan pegiat teknologi informasi yang menilai positif *game* ini. Permainan 'berburu' Pokemon ini memungkinkannya jalan keluar ruangan berjam-jam yang membuatnya senang dan menyehatkan.

Menurutnya, Pokemon Go juga memupuk kebersamaan baik di lingkup teman ataupun keluarga. Hal positifnya lainnya, *game* ini telah meningkatkan minat penggunanya untuk merambah pusat-pusat perbelanjaan, pusat olah raga seperti istora Senayan, Monumen Nasional Jakarta.

Menariknya lagi, jasa transportasi *online* Grab menjadikannya sebagai daya tarik bagi pelanggannya yang ingin berlatih atau suka berburu tadi dengan menyediakan diskon tarif pulang pergi ke lokasi yang akrab di kalangan *gamer* ini dengan sebutan Pokestop.

Pegiat telematika Roy Suryo justru mendesak agar Pokemon Go dapat di-luncurkan secara resmi di Indonesia sehingga jelas eksistensi pengembang *software*-nya untuk kemudian dapat memudahkan koordinasi pemerintah.

Produk teknologi informasi termasuk *game* bisa memiliki sisi positif dan negatif. Selain meningkatkan kunjungan ke pusat-pusat bisnis lokal termasuk museum, *game* ini melatih jiwa petualang.

Permainan yang melibatkan dunia maya dan dunia nyata ini memiliki risiko jika tidak dimainkan dengan bijak dan kurang mempedulikan keselamatan pribadi maupun orang lain. Hal terpenting lainnya jangan sampai pemain juga mengganggu privasi orang lain. (*)

WHAT YOU SEE IS WHAT CUSTOMER SEE



Perkembangan teknologi mengharuskan industri mengikuti tren yang ada. Tak terkecuali dengan perbankan, industri padat modal ini bertransformasi secara digital guna memberikan yang terbaik untuk nasabah. Bagaimana dengan transformasi digital yang dilakukan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.? Seperti apa prosesnya dan mengapa hal tersebut penting dilakukan? Berikut kutipan wawancara via telepon dengan **Rico Usthavia Frans, Direktur Digital Banking dan Teknologi Bank Mandiri** pada Rabu (29/6).

Bagaimana cara Bank Mandiri menjalankan transformasi digital?

Tahun ini kami membentuk direktorat *digital banking* dan teknologi, di bawah saya, walaupun sebelumnya kami sudah punya dan fokus juga ke arah digitalisasi perbankan. Kami memulainya sejak 2010 dengan fokus mengarah ke *platform omni channel*. Sebelumnya kami menggunakan *multichannel*.

Waktu *multichannel*, kami benahi *e-channel* itu masing-masing, ATM, internet banking, dan *mobile banking*. Namun sekarang mengarah ke *omni channel*, yaitu proses yang bisa dimulai dari *channel* yang

pertama, kemudian bisa dilanjutkan di *channel* kedua, dan diselesaikan di *channel* ketiga. Jadi masing-masing *channel* bisa dilakukan secara bersama-sama untuk satu transaksi. Kami melihatnya secara *cross channel*. Belum sampai di *level* yang kami mau, tetapi arahnya ke sana.

Kemudian, kami melihat sistem kami itu terpolarisasi antara sistem untuk nasabah dan internal. Dengan mengarah ke *omni channel*, sistem yang kami *develop* itu *user*-nya bisa dari nasabah, bisa dari internal. Yang ini masih kami persiapkan. Misalnya, kalau orang mau aplikasi kartu kredit, sekarang ini sistemnya hanya internal.

Jadi yang bisa lihat statusnya hanya orang-orang Bank Mandiri, nasabah tidak bisa lihat. Nanti sistemnya transparan ke nasabah, begitu orang ajukan kartu kredit, dia sudah tahu kalau kartunya sedang diproses atau kartunya sedang di-*deliver*.

Apa yang menjadi dasar Bank Mandiri melakukan transformasi digital?

Ada dua hal, yaitu digitalisasi dari *customer* bank dan di dalam banknya itu sendiri. *Pertama*, kami melihat dengan kacamata *customer*.

Dulu sekitar 70% transaksi dilakukan di luar kantor cabang, sekarang ini sudah 90% lebih, melalui *e-channel*, seperti ATM, internet banking, *mobile banking*, dan EDC. Itu semua sudah digital secara *remote*. Jadi kami melihat bahwa *e-channel* bukan lagi sebagai alternatif *channel*, tetapi sudah menjadi *main channel* dari nasabah. Orang sudah jarang ke kantor cabang, kecuali buka akun, ada masalah, atau ada produk yang kompleks.

Kedua, masih kami persiapkan, yang namanya *e-channel* itu kami ingin transparan ke nasabah. Jadi istilahnya "what you see is what customer see". Selama ini kalau sistem di kantor cabang mati, kami masih terima uang, dicatat secara manual. Namun kalau yang namanya ATM mati, internet banking mati, *mobile banking* mati, ya mati saja.

Jadi itu akan transparan ke nasabah, kami akan perhatikan *platform* kami supaya tidak mati dan juga ada *back up*-nya secara cukup.

Bagaimana proses menuju omni channel tersebut?

Omni channel adalah dasarnya. Ini sudah dimulai sejak satu tahun hingga dua tahun dasarnya. Tahun ini kami akan mulai *launching* untuk *foundation*, kami sediakan *foundation* yang kuat untuk seluruh *channel*. Tahun depan, mungkin kami akan mulai untuk fitur-fitur yang mulai *advance*, kami tambah terus.

Kami juga mengubah proses *planning* dan *budgeting*, yang tadinya tahunan kami juga akan lihat ke *multiyear*. Kami lihat lima tahun ke depan akan apa, jadi kami lihat prosesnya agak panjang, tetapi *deliverable*-nya tiga bulan hingga empat bulan.

Misalnya, kami akan bangun *mobile banking* yang baru dalam waktu dekat, nanti setiap tiga bulan sampai dengan empat bulan akan munculkan fitur-fitur baru, tidak menunggu setahun, jadi akan lebih dinamis.

Berarti ke depan akan banyak fitur baru yang dikeluarkan?

Ya betul. Secara *channel*, kami akan mengerucut ke *mobile app*, terutama untuk individu. Untuk korporasi mungkin masih yang internet *banking*.

Dengan *omni channel*, untuk *login* ke internet *banking*, *mobile banking*, akan jadi satu, kalau dulu berbeda-beda. Kalau sudah jadi satu, orang cenderung menggunakan *mobile* saja karena hampir semuanya bisa dilakukan di *mobile*.

Apa target Bank Mandiri dengan transformasi digital?

Pertama, yaitu mengikuti tren. Tren ada dua sisi, yaitu secara teknis, seperti kemampuan bertambah dari *smartphone* dan sebagainya, dan kesiapan masyarakat, *behaviour* masyarakat. Semakin banyak orang yang menggunakan *smartphone*, gaya hidup sudah semakin *mobile*.

Kedua, kami me-leverage ini untuk bisnis juga. Misalnya, sekarang ATM hanya berfungsi untuk transaksi, ke depan bisa juga untuk bisnis. Orang ke ATM begitu masukkan kartu bisa diidentifikasi apakah orang ini sudah punya kartu kredit atau belum, sudah punya pinjaman belum. Kalau belum ditawarkan di situ, bahkan kalau perlu ke depannya bisa di-*approver on the spot*.



Sudah sejauh mana capaian dari target itu?

Misalnya dari 15 juta nasabah kami, mungkin sekitar delapan juta nasabah hingga sembilan juta nasabah sudah aktif gunakan ATM, internet *banking* dan *mobile banking* sekitar 2 juta nasabah yang aktif. Kalau yang daftar lebih, sekitar lima juta nasabah hingga tujuh juta nasabah. Jadi masih bisa ditingkatkan.

Dari sisi *fee based income* [pendapatan komisi], sudah cukup signifikan karena konsepnya lebih ke transaksi. Yang tadinya *fee based income* jauh lebih besar dari biaya administrasi, saat ini dari transaksi *digital banking* itu sudah hampir menyamai karena jumlah transaksi bisa naik.

Apa kendala dalam menjalankan transformasi digital ini?

Pertama, lebih ke arah edukasi ke nasabah. *Kedua*, memang sistem kami itu harus dibuat lebih modern. Makanya kami melakukan transformasi *foundation*-nya secara lebih modern di dalam konsep *omni channel* tadi, tidak berdiri sendiri. Untuk edukasi dan ajak nasabah pakai *digital banking*, kami memberikan *experience*.

Apa harapan Bank Mandiri dengan transformasi digital?

Ke depannya, dari konteks *digital banking*, kami mengharapkan benar-benar bisa melayani nasabah sesuai dengan *behaviour* mereka dan lebih antisipasi. Jadi tidak hanya melayani apa yang mereka butuhkan, tetapi kami juga bisa berikan penawaran atau mengantisipasi kebutuhan mereka secara lebih proaktif lagi.

Ini juga menjadi bagian dari tujuan kami menjadi *The Best Bank in ASEAN by 2020*. Kalau dari sisi digitalnya memang kami harus perbaiki juga dan jadi *the best* juga. (*)



Lintasarta Jalin Kerjasama dengan Unpad, Tingkatkan Fasilitas Wifi

Lintasarta menjalin kerja sama dengan Universitas Padjadjaran dalam hal peningkatan teknologi informasi di lingkungan kampus. Kesepakatan tersebut dijalin melalui penandatanganan Piagam Kerja Sama (MoU) antara Unpad dengan Lintasarta di Ruang Executive Lounge Unpad, Jalan Dipati Ukur No. 35, Bandung, Jumat (1/4) lalu.

Penandatanganan MoU tersebut dilakukan oleh Wakil Rektor Bidang Riset, Pengabdian kepada Masyarakat, Kerja Sama, Inovasi, dan Usaha Unpad Dr. Keri Lestari, M.Si., Apt., dengan Business Director Lintasarta, Alfie Asman.

Indosat Ooredoo–Lintasarta Luncurkan DRC Tier 3 dengan 2 Sumber Listrik

Indosat Ooredoo bersama Lintasarta secara resmi meluncurkan Disaster Recovery Center (DRC) 3 pada Jumat (6/4) lalu, di Jatiluhur, Purwakarta, . Peluncuran DRC 3 ini akan memenuhi kebutuhan pelaku industri akan layanan pusat data (data center) yang handal dan berstandar internasional.

Indosat Ooredoo dan Lintasarta bekerjasama sebagai penyedia layanan data center atau Disaster Recovery Center (DC/DRC), memastikan DRC 3 yang memiliki kapasitas luas total 6.000 m2 dipasok oleh dua sumber listrik dari dua provider berbeda yaitu PLN dan Jasa Tirta II untuk meningkatkan availabilitas layanan.

Di samping itu, DRC 3 ini telah lulus sertifikasi Tier III dari Uptime Institute. Hal ini memastikan bahwa DRC 3 sudah siap digunakan para pelaku usaha dari berbagai sektor industri sebagai penunjang *business continuity* perusahaan.



Miliki Sertifikasi PCI DSS, Lintasarta Partner ICT Terbaik Industri Keuangan

PT Aplikasi Lintasarta secara resmi telah mendapatkan sertifikat *Payment Card Industry Data Security Standards* (PCI DSS) Versi 3.1 dari PT TUV Rheinland Indonesia sejak pertengahan Maret 2016. Melalui sertifikat PCI DSS, Lintasarta memastikan telah memenuhi standar keamanan informasi yang diwajibkan untuk industri keuangan khususnya yang berkaitan dengan informasi pemegang kartu (kartu kredit, kartu debit, dll).



Lintasarta – LPIK ITB Bangun Co-Working Space, Dukung Pertumbuhan Industri Lokal

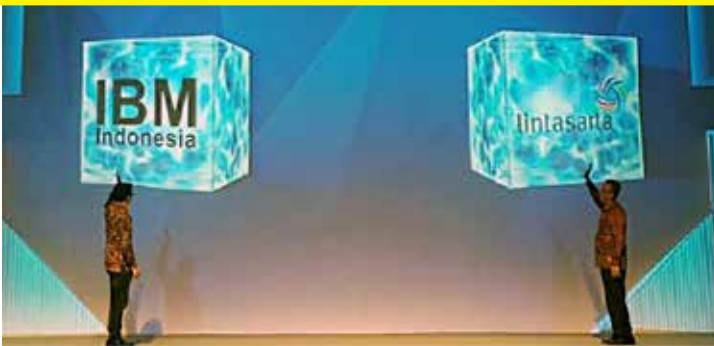
Lintasarta, sebagai ICT Total Solution Company yang memberikan solusi IT yang inovatif untuk berbagai sektor industri, menjalin kerja sama dengan Lembaga Pengembangan Inovasi Kewirausahaan Institut Teknologi Bandung (LPIK ITB) membangun *Co-Working Space* di area Innovation Park ITB dan diresmikan pada Rabu (20/4) lalu di Bandung. *Co-Working Space* yang dibangun oleh Lintasarta dan LPIK ITB dilengkapi dengan *high-speed internet*, *cloud service*, *managed service* serta para ahli yang akan memberikan masukan kepada para tenant *start-up*.

Dan pada saat yang bersamaan juga menyelenggarakan LINTASARTA APPCELERATE yaitu ajang kompetisi membuat rencana bisnis dalam bentuk inovasi produk atau aplikasi digital, seperti *mobile application*, yang memiliki nilai bisnis



atau dapat diterapkan untuk berbagai sektor industri: *banking*, *financial*, *oil & gas*, *plantation*, *manufacture*, *e-health*, *logistic*, *transportation*, *maritim* dan *tourism*.

Hadapi Era Ekonomi Digital, Lintasarta-IBM Luncurkan IT Smart Solution



Melalui kolaborasi Lintasarta dan IBM menunjukkan komitmennya sebagai penyedia solusi ICT terbaik bagi pelanggan bisnis/korporasi di berbagai industri dalam Seminar “*Digital Transformation Era: Is Your Business Ready?*” yang berlangsung pada Rabu (1/6) lalu, di Jakarta dengan meluncurkan *IT Smart Solution* di antaranya: *Enterprise Resiliency Services*, *Data Center Migration*, *Data Center Design and Construction*, *IT Infrastructure Security Consulting* dan *Managed Security Service*.

Seminar yang dihadiri ratusan pemimpin perusahaan dari berbagai sektor industri nasional ini juga membahas tentang bagaimana kesiapan bisnis dalam menghadapi era digital. Pengisi acara dihadiri oleh para pakar, praktisi dan wakil pemerintah sebagai pembicara seperti Country Manager IDC Indonesia dan Filipina Sudev Bangah, Pakar ICT dan Mantan Direktur Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika (PPI) Kemkominfo Kalamullah Ramli, Group Head Sales Major & Strategic Account Indosat Ooredoo Feby Sallyanto, dan Direktur Pengawasan Perbankan Syariah OJK Jasmi Tanjung.

Lintasarta Raih Corporate Image Award yang Ke-5



PT Aplikanusa Lintasarta (Lintasarta) kembali berhasil meraih penghargaan *The Best in Building and Managing Corporate Image* untuk kategori *Data Communications* dalam ajang *Corporate Image Award 2016* pada Kamis (9/6) lalu di Hotel Mulia, Jakarta. Ajang *Corporate Image Award 2016* merupakan ajang tertinggi untuk perusahaan dengan reputasi terbaik yang diselenggarakan oleh Tempo Media Group dan Frontier Consulting Group.

Penghargaan ini merupakan yang ke-lima kalinya diterima Lintasarta sejak tahun 2012 dan hal ini menunjukkan komitmen Lintasarta dalam mendukung pertumbuhan industri nasional. Penghargaan *Corporate Image Award* akan terus memacu Lintasarta untuk memberikan solusi bisnis terbaik dengan produk layanan yang inovatif serta berkolaborasi dengan para strategic partner untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima kepada pelanggan.

Modal Ventura & *Startup* Indonesia

TEKNOLOGI BERPERAN BUAT BISNIS LEBIH CEPAT & TANPA BATAS



Pemanfaatan teknologi informasi digital kian gencar dilakukan oleh beberapa pelaku usaha baik perusahaan maupun di kalangan ritel. Hal itu dapat dipahami, mengingat penggunaan teknologi digital sangat membantu para pelaku usaha dalam meningkatkan produktivitasnya, memasarkan produk, mempercepat distribusi barang dan jasa, transparansi, dan akses tanpa batas.

Begitu juga dengan kemudahan yang diperoleh konsumen dalam mengakses

informasi produk dan melakukan transaksi pembayaran, apalagi sekarang ini sistem pembelian produk barang dan jasa sudah banyak memanfaatkan teknologi digital dengan sistem *online*.

Semakin majunya perkembangan bisnis *online* tersebut diungkapkan Ketua Asosiasi Modal Ventura dan *Startup* Indonesia (Amvesindo) Jefri R. Sirait bahwa saat ini perkembangan *startup* berbasis teknologi cenderung menggunakan *internet base* untuk memasarkan produk maupun



Jefri R. Sirait
Ketua Asosiasi Modal
Ventura dan Startup
Indonesia (Amvesindo)

Teknologi itu berperan membuat bisnis lebih cepat, transparan, dan tanpa batasan. Terlebih saat ini konsumen yang menggunakan layanan internet di Indonesia lebih dari 35%. Ini membuat pasar di berbasis digital di Indonesia menjadi hidup

memperkenalkan profil perusahaan. “Teknologi itu berperan membuat bisnis lebih cepat, transparan, dan tanpa batasan. Terlebih saat ini konsumen yang menggunakan layanan internet di Indonesia lebih dari 35%. Ini membuat pasar di berbasis digital di Indonesia menjadi hidup,” ujarnya.

Menurut Jefri, *startup* berbasis teknologi digital lebih *attractive* dan menguntungkan daripada yang tidak menggunakan teknologi digital. Bahkan saat ini tidak ada perusahaan yang tidak menggunakan teknologi sebenarnya. “Hanya saja kini memang lebih berbasis ke sifatnya ke *web mobile*, menggunakan *network* dan terkesan lebih banyak bermain ke B2C, *kan* ini yang menarik jika kita melihat perkembangan dua tiga tahun terakhir ini,” jelasnya.

Saat ini, sejumlah perusahaan modal ventura konvensional tergabung dalam Amvesindo, seperti Astra Mitra Ventura, Ventura Giant Asia, Celebes Artha Ventura, Mandiri Capital Indonesia, dan Pertamina Dana Ventura. Asosiasi ini himpunan bisnis perusahaan modal ventura dan pelaku *startup*.

“Pembangunan ekosistem tersebut diharapkan dapat menstimulasi *startup* berbasis teknologi digital di Indonesia semakin meningkat. Terlebih perkembangan perusahaan modal semakin ventura dalam beberapa tahun terakhir terlihat mengalami peningkatan. Untuk itu dibuatkan Amvesindo,” tutur Jefri.

Dia menjelaskan, saat ini hampir 60 perusahaan modal ventura terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan beberapa di antaranya masih belum terdaftar. Oleh karena itu, Amvesindo berupaya agar perusahaan modal ventura yang belum terdaftar tersebut dapat menjadi lembaga resmi seiring diterbitkannya Peraturan OJK Nomor 34, Nomor 35, Nomor 36 (POJK. 05/2015) tentang Penyelenggaraan Perusahaan Modal Ventura pada Desember 2015. Selain itu pembentukan asosiasi juga untuk

meningkatkan permintaan modal dari para *startup*.

Jefri menuturkan bahwa peraturan tersebut memperbolehkan perusahaan modal ventura membangun *venture fund*. Jadi perusahaan dapat mencari sumber dana sendiri baik hanya dari lembaga pembiayaan maupun perbankan, tetapi juga melalui individu.

Perusahaan modal ventura berencana melakukan penyaluran dana terhadap perusahaan berskala *medium enterprise* atau yang lebih dikenal dengan Usaha Menengah, Kecil, dan Mikro (UMKM). Menurut Jefri, hal ini semakin menarik karena perusahaan modal ventura yang berada di Indonesia memiliki *networking* yang luas dengan *startup* berbasis teknologi digital.

Dengan dibentuknya Amvesindo, Jefri juga berharap komunikasi antarlembaga dapat terbangun, baik terhadap Kementerian Komunikasi dan Informasi, Kementerian Keuangan, dan OJK sebagai lembaga pengawas *financial services*. Dia menyatakan bahwa Amvesindo tengah menyusun usulan peraturan mengenai *startup*. “Dengan begitu, perusahaan modal ventura dapat dengan mudah mempercepat membangun ekosistem melakukan riset, berkomunikasi, dan memberikan rekomendasi,” tuturnya.

Amvesindo juga mendorong pemerintah agar memberikan *tax amnesty* kepada perusahaan modal ventura. Insentif fiskal misalnya agar keberadaan *startup* dapat menarik para investor. Insentif semacam ini diperlukan karena *startup* sebagian besar merupakan pelaku UMKM.

Dia menuturkan, insentif fiskal itu dibutuhkan mengingat saat ini pelaku *startup* dibebani oleh Pajak Penghasilan (PPh) pribadi, PPh Badan dan Pajak Pertambahan Nilai (PPN). Jefri menilai, idealnya di beberapa negara seperti Singapura dan China, perusahaan *start up* baru dikenakan pajak ketika perusahaan tersebut sudah dapat meningkatkan nilai kapitalisasinya beberapa kali lipat dari sejak berdiri. (*)

Lintasarta & LPiK ITB

BANGUN *CO-WORKING SPACE*, DUKUNG PERTUMBUHAN INDUSTRI LOKAL

Saat ini, teknologi digital semakin lekat dengan aktivitas masyarakat. Hampir setiap bidang kehidupan sudah disentuhnya, mulai dari transportasi (Uber, Gojek, dan Grab), pariwisata (Tripadvisor dan Traveloka), serta keuangan dan perbankan (*digital banking*).

Selama ini bidang teknologi digital itu identik dengan aktivitas anak muda, bahkan dalam perkembangannya teknologi digital memberikan kesempatan bagi talenta anak muda untuk membangun *startup* sendiri. Setiap tahun bahkan setiap bulan banyak *founder-founder* (pemilik) *startup* baru bermunculan.

Untuk itu PT Aplikasi Lintasarta (Lintasarta), perusahaan IT Service terkemuka untuk berbagai sektor industri menjalin kerja sama dengan Lembaga Pengembangan Inovasi Kewirausahaan Institut Teknologi Bandung (LPiK ITB) membangun *Co-Working Space* di area Innovation Park ITB dan meresmikan penggunaannya pada 20 April 2016. Kawasan tersebut dilengkapi dengan *high-speed internet*, *cloud service*, *managed service* serta para ahli yang akan memberikan masukan kepada para *tenant startup*.

Berikut penjelasan **Arya Damar, President Director Lintasarta** dan **Wakil Rektor ITB Bandung Bambang Riyanto Trilaksono** mengenai proyek *Co-Working Space* di area Innovation Park ITB:

Apa tujuan kerja sama Lintasarta dan ITB?

Kami dengan ITB dan LPiK ini bentuk kerja sama. Kami melihat, memang belakangan ini banyak perusahaan-perusahaan *startup* yang bergerak untuk membuat solusi-solusi. Salah satunya LPiK ini juga untuk membuat itu.

Jadi LPiK mengundang beberapa *startup company* untuk dibantu dan Lintasarta juga berkepentingan di situ. Kami melihat bahwa digital itu dibutuhkan oleh semua orang, sedangkan kami *kan* bergerak di bidang *enterprise corporate*. Banyak *startup* kepentingannya untuk ritel.

Mengapa ITB jadi pilihan?

Ke depannya, tidak hanya berhenti dengan ITB. Karena kami tidak hanya turut campur hanya dengan pelaku-pelaku untuk solusi-solusi yang ditujukan ke ritel. Mereka juga harus membantu di solusi-solusi untuk sektor lainnya. Kami ke situ karena solusi digital sebetulnya berisi *brainware*.



Arya Damar
President Director Lintasarta

Bagaimana orang dengan bahasa pemrograman bisa membuat solusi untuk masyarakat atau perusahaan. Kenapa kami masuk universitas karena ini salah satu kompetisi yang mana Indonesia bisa unggul dibandingkan dengan negara lainnya.

Jadi SDM kita seharusnya bisa unggul. Kita sudah terlalu lama tertinggal untuk masalah *hardware* untuk *handphone*,

chip, atau kereta api tetapi kalau urusan ini kita bisa unggul. Ini yang bisa didorong kenapa anak-anak kita bisa masuk ke sini.

Berapa lama target kerja sama ini?

Kami akan terus kerja sama. *Co-Working Space* sudah selesai dibangun dan tinggal digunakan saja. Kemarin kami juga tambahkan Lintasarta Appcelerate, ajang kompetisi membuat rencana bisnis dalam bentuk inovasi produk atau aplikasi digital seperti *mobile apps* yang memiliki nilai bisnis atau diterapkan untuk berbagai sektor industri seperti *banking*, *financial*, *oil & gas*, *plantation*, *manufacture*, *e-health*, logistik, transportasi, maritim dan *tourism*.

Ya, itu tahap awal buat mereka untuk berlomba dan kami juga ikut campur di sini, memastikan mana yang bagus, mana yang bisa diteruskan. Jadi kami ingin terus, turut bertanggung jawab terhadap lingkungan mengangkat nilai kompetitifnya. Anak-anak Indonesia bisa maju, karena saya melihat ya seperti India-lah. Kita bisa.

Selain sarana, adakah materi yang akan diberikan Lintasarta?

Selama ini kami baru menyeleksi teman-teman yang ikut dalam perlombaan. Jadi kami akan menyeleksi dari sekian banyak yang mengajukan proposal.

Kami seleksi dari 20 besar lalu kami seleksi lagi menjadi 10 besar. Lalu kami akan masukkan dalam inkubasi selama tiga bulan. Kami berikan Internetnya, kami sediakan *cloud*-nya.

Nantinya kami akan berikan *cloud* yang mereka bisa gunakan untuk itu. Mungkin suatu saat juga sambil jalan bisa menggunakan *cloud* Lintasarta. Jadi intinya kalau mereka sudah bisa gunakan solusi-solusi tetap gunakan *cloud*-nya Lintasarta untuk produksi dan sebagainya.

Kami juga punya *data center*. Jadi apa yang kami berikan di sana sejalan dengan Lintasarta. Jadi kami punya komunikasi data, punya *data center*, *cloud*.

Di satu sisi orang-orang ini juga ingin membuat suatu solusi. Makanya kami beri mungkin ini ada *cloud*-nya bisa juga ada aplikasinya sehingga mereka bisa tinggal gunakan. Kami arahkan karena kami punya teknik. Di teknik industri, kalau mereka sudah masuk ke solusi industri maka kami akan berikan solusi ini ke industri. Jadi ini sejalan saja dengan bisnis Lintasarta.

Apa yang akan jadi *benefit*?

Benefit-nya kami sama-sama tumbuh. Saya bisa sama-sama bantu industri untuk solusi. Jadi ada *link and match*-nya.

Berapa lama waktu inkubasi di awal hingga akhir?

Dari masa pendaftaran sampai masa inkubasi itu sekitar lima bulan. Inkubasi selama tiga bulan. Jadi selama inkubasi itu kami melakukan mentoring terhadap teman-teman yang masuk.

Jadi kami memberikan mentoring dari sisi teknis, bisnis, maupun dari sisi IT-nya seperti apa ke depannya. Jadi teman-teman itu *kan* biasanya umur *startup* itu pendek, *nah* kami inginnya mereka itu tumbuh kembangnya lama dan lebih bagus lagi.

Bagaimana dengan daya saing *startup*?

Semua tergantung pada kreativitasnya. Ada yang ikut-ikutan umurnya pendek. Itu mesti tergantung pada industrinya. Apalagi kami *kan* bicaranya industri, jarang *startup* industri.

Bicaranya ritel. Jadi kami mendorongnya ke sana. Kalau yang ritel kami bagus-bagus saja. Dari sekian seribu, ya dua tiga saja di Indonesia. Ini bagaimana si pelaku usaha itu melihat pasarnya, kadang-kadang semua digitalisasi dilakukan hanya oleh orang-orang yang mengerti saja yang membuat program itu.

Seharusnya *kan* orang-orang yang tahu di proses bisnis itu ya. Jadi misalnya sekarang lagi kenalnya *e-commerce*, semua mendorong UKM masuk ke *e-commerce*. Tapi *kan* enggak cuma sampai situ. Kalau tidak dikembangkan enggak jalan. Jadi bukan sekadar mendigitalkan.

Apa *entrepreneur* berbasis teknologi menjadi syarat keberhasilan *startup*?

Enggak sih belum menjadi syarat. *Entrepreneur* itu *kan* prosesnya. Jadi digitalisasi itu hanya untuk mempermudah dan memperluas pasar. Proses itu yang mesti dijalankan, misalnya Anda bikin baju. Ini tetap bikin baju *kan* menjualnya dari susah menjadi gampang.



Bambang Riyanto
Wakil Rektor ITB Bandung

Apa harapan dibuatnya *Co-Working Space*?

Kami berharap *Co-Working Space* dapat menjadi ruang bagi mahasiswa untuk menciptakan gagasan kreatif dan pembinaan terhadap usaha baru *startup*. Berkat donasi dari Lintasarta tersebut, ITB kini memiliki ruang yang representatif untuk

mendukung kegiatan mahasiswa terkait pengembangan ide, bertukar pikiran, pembinaan dengan nuansa yang santai.

Nantinya, kawasan itu dapat menampung kurang lebih 30 *startup* LPIK ITB. Para anggota *startup* itu berasal dari berbagai bidang seperti energi, kesehatan, pangan, industri kreatif dan terutama bidang yang menyangkut *Information and communications technology* (ICT). Meski secara statistik *startup* ITB didominasi mahasiswa dari bidang ICT, tetapi tidak menutup kemungkinan mahasiswa dari bidang lain untuk terlibat.

Bagaimana dengan program lanjutan setelah *Co-Working Space*?

Untuk mendorong pemanfaatan *Co-Working Space* itu, ITB membuat beberapa program kompetisi *technopreneurship orientation program* di kalangan mahasiswa. Ada beberapa kompetisi.

Kompetisi dalam bentuk *business plan* dan sebagainya, bagi yang berminat dapat difasilitasi di LPIK. Kemudian disitu akan dibina lebih lanjut melalui program yang kita sebut sebagai *technopreneurship orientation program*.

Hingga kini, sebanyak 90 mahasiswa telah mengikuti *technopreneurship orientation program* dalam pendekatan dan materi yang berbeda di setiap levelnya. *Level* itu dikelompokkan berdasarkan kelas pemula, *intermediate*, dan *advance*.

Program ini akan mengulas ilmu terkait *business plan*, *marketing*, *management*, *finance* dan pembinaan oleh para praktisi yang berlanjut dalam beberapa minggu. Bagi calon *startup* yang telah siap menjadi perusahaan rintisan nantinya akan di *spin off* selama dua hingga tiga tahun. Anggota *startup* itu akan dihubungkan dengan sumber pendanaan baik dari Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi hibah pengembangan *startup*.

Secara fisik, fasilitas yang dibangun Lintasarta ini tidak berbeda jauh dengan fasilitas yang berada di tempat lain tetapi program yang diberikan kepada *startup* membuat infrastruktur ini menjadi unik. Program itu berupa *networking*, sumber pendanaan, *couching* oleh profesional, *technopreneurship orientation program*, *link* untuk kompetisi ke luar negeri serta program yang mengarah pada pengembangan inovasi.



Board of Directors & All Staff of Lintasarta Group

Wishing You A Blessed Eid Mubarak

*Minal Aidin
Wal Faizin*

*May the choicest blessings of Allah fill your life
with peace, joy and prosperity*