



mdmedia

by Telkom Indonesia



Meningkatkan Prestasi, Mendorong Pertumbuhan

ANNUAL REPORT

PT. Metra Digital Media Tahun Buku 2021





DAFTAR ISI

VISI, MISI & STRATEGI

6

1. KINERJA 2021

8

1.1 Ikhtisar Operasional

12

1.2 Peristiwa Penting

13

1.3 Jejak Langkah MDMedia

36

1.4 Penghargaan & Sertifikat

38

2. LAPORAN MANAJEMEN

40

2.1 Laporan Komisaris Utama

42

2.2 Laporan Direktur Utama

44

2.3 Profil Dewan Komisaris

47

2.4 Profil Direksi

51

2.5 Filosofi Hobi

54

3. PROFIL PERUSAHAAN

56

3.1 Informasi Perusahaan

58

3.2 Sekilas Perusahaan

59

3.3 Struktur Organisasi

66

3.4 Struktur Grup Perusahaan

67

3.5 Keunggulan Kompetitif

69

3.6 Riset dan Pengembangan

70

3.7 Sumber Daya Manusia

72

3.8 Teknologi Informasi

75

4. INFORMASI SAHAM

76

4.1 Komposisi Pemegang Saham

78

4.2 Kronologi Pencatatan Saham

79

4.3 Kronologi Pencatatan Efek Lainnya

79

4.4 Lembaga dan Profesi Penunjang Pasar Modal

79

5.	ANALISIS DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN	80
5.1	Tinjauan Usaha	82
5.2	Aspek Pemasaran	88
5.3	Strategi dan Prospek Usaha 2022	94
6.	TATA KELOLA PERUSAHAAN	98
6.1	Implementasi dan Penilaian GCG	100
6.2	Struktur GCG	103
6.3	Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal	109
6.4	Sistem Manajemen Risiko	110
6.5	Perkara Hukum	112
6.6	Budaya Korporasi, Etika Bisnis, dan Sistem Whistleblowing	112
6.7	Keterbukaan Informasi	115
7.	TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN	116
7.1	Lingkungan Hidup	119
7.2	Ketenagakerjaan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja	120
7.3	Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan	121
7.4	Tanggung Jawab terhadap Konsumen	122
	PERNYATAAN PERTANGGUNGJAWABAN LAPORAN TAHUNAN 2021	123





Annual Report MDMedia 2021

ELEVATING PERFORMANCE, ACCELERATING GROWTH

Tahun 2021 dunia masih diliputi kekhawatiran di tahun kedua pandemi COVID-19 dan menimbulkan krisis yang belum pernah terjadi dalam 100 tahun terakhir. Menyikapi situasi yang menantang dengan penuh ketidakpastian ini, MDMedia berupaya beradaptasi untuk merumuskan kebijakan berbasis transparansi dan inovasi dalam portofolio bisnis.

Mencermati kondisi bisnis global dan domestik yang penuh tantangan sepanjang 2021, MDMedia berupaya menekankan keunggulan produk dan layanan yang adaptif, hubungan yang erat dengan klien, dan pembentukan budaya usaha yang positif serta inisiatif efisiensi di segala bidang demi kinerja operasional dan finansial yang sehat.

Tahun 2021 juga memiliki makna penting bagi MDMedia dalam memetakan perjalanan berikutnya menjadi pemimpin industri digital media dan kreatif konten di Indonesia, sesuai dengan visi dan misi perusahaan di semua lini bisnisnya.

Selain itu, MDMedia juga senantiasa mendukung karyawan, masyarakat dan bangsa Indonesia untuk bersama-sama menghadapi pandemi ini.

Dengan fondasi bisnis yang kuat, yang telah dibangun selama ini melalui ketahanan, kekuatan, kemampuan beradaptasi, dan kegigihan, MDMedia menyongsong masa depan dengan senantiasa berusaha yang terbaik dan optimistis dalam mewujudkan bisnis yang solid dan berkelanjutan.



Visi & Misi

Visi

Menjadi *Creative Digital Communication Agency* terdepan di Indonesia.

Misi

1. Memberikan *one stop solution* kebutuhan komunikasi digital seluruh *stakeholder*.
2. Menjadi *creative digital communication agency* yang memanfaatkan *synergy value* TelkomGroup.
3. Memastikan kapabilitas dan kompetensi talenta sesuai dengan kebutuhan industri saat ini.





01

KINERJA 2021



- 1.1 Ikhtisar Keuangan
- 1.2 Ikhtisar Operasional
- 1.3 Peristiwa Penting
- 1.4 Jejak Langkah
- 1.5 Penghargaan & Sertifikasi

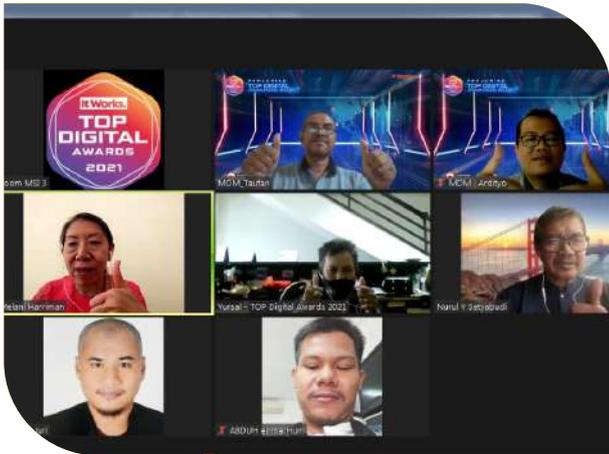




Peristiwa Penting



01 Januari



MDMedia Memenangkan Top Digital Awards

3 Januari 2021

PT. Metra Digital Media (MDMedia) berhasil meraih 1 kategori penghargaan internasional TOP DIGITAL Implementation 2021. Adapun kategori yang berhasil dimenangkan yaitu TOP DIGITAL Implementation 2021 #Star 3 Penghargaan ini dipresentasikan langsung secara virtual pada jumat (31/12/2021) oleh IT Infrastructure & Operation Manager Basoeki.

MDMedia Winning Kick Off 2021

12 Januari 2021

President Director PT Metra Digital Media (MDMedia) Arif Prabowo dan Finance Director Tantang Yudha Santoso menyampaikan *fire briefing* kepada seluruh Senior Leader dan karyawan MDMedia dalam acara "MDMedia Winning Kick Off 2021" melalui video conference.

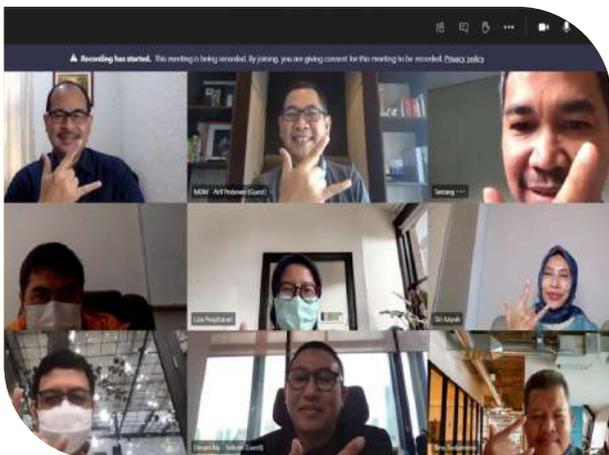


Closing Satgas R2G MDMedia 2020.

14 Januari 2021

PT Multimedia Nusantara (TelkomMetra) memberikan apresiasi atas performansi MDMedia selama 2020 yang disampaikan secara virtual dalam acara Closing Satgas R2G MDMedia 2020.

Pada hari yang sama, President Director MDMedia Arif Prabowo meninjau kesiapan SEA Today jelang rencana penambahan jam tayang, rencana program baru, dan aktivitas operasional, baik dari sisi produksi maupun media sosial.



MDMedia Mencapai Revenue 123%

15 Januari 2021

MDMedia berhasil mencapai revenue sebesar 123% pada 2020 dan mendapat apresiasi dari CEO CFU Enterprise & Business Services TelkomGroup Edi Witjara dalam acara Fire Briefing CFUE 2021.

CFUE ENTERPRISE AWARD PERIOD END OF YEAR 2020				
BUS SEGMENT				
KATEGORI	RANK	WINNER	SCORE	PARAMETER
Best Revenue Achievement	1	Finnat	132%	Berdasarkan pencapaian kinerja Revenue terhadap RAPF 2021 pada periode EDY-2020. Source: IM Metro (Closing I)
	2	MDMedia	123%	
	3	TelkomSigma	116%	
Best EBITDA Achievement	1	Finnat	164%	Berdasarkan pencapaian kinerja Ebitda terhadap RAPF 2021 pada periode EDY-2020. Source: IM Metro (Closing I)
	2	TelkomSigma	153%	
	3	Infomedia	134%	
Best Cash Flow Achievement	1	TelkomSat	3.5	Berdasarkan kinerja Cash to COE Ratio tertinggi pada periode EDY-2020. Source: IM Metro (Closing I)
	2	Bosnet	3.2	
	3	AudMedika	2.6	

01

Januari



MDMedia Sebagai Pelaksana Event Telkom Click 2021

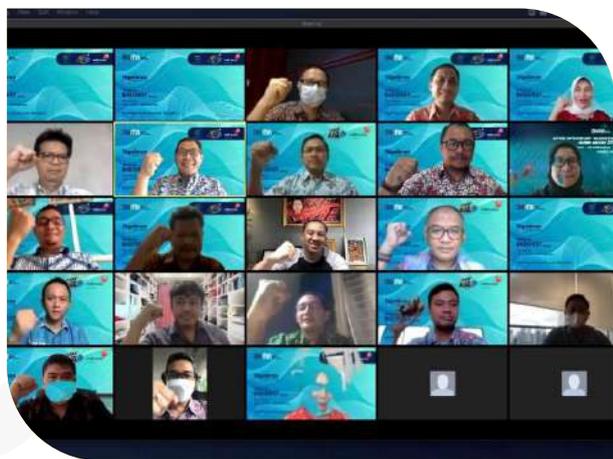
20 Januari 2021

Meskipun digelar secara virtual, Telkom Click 2021 berhasil memukau para *board of executive* TelkomGroup dan seluruh karyawan TelkomGroup yang menyaksikan dari gadgetnya masing-masing. Pada tahun ini, MDMedia yang ditunjuk sebagai penyelenggara kegiatan menghadirkan teknologi Vizrt, mewarnai serunya Telkom Click 2021 yang diselenggarakan dengan konsep fun dan futuristik.

Suplai Vitamin Kepada Seluruh Karyawan MDMedia

21 Januari 2021

Meskipun pandemi Covid-19 masih melanda, bukan berarti produktivitas bekerja menurun. Sebagian karyawan bekerja di rumah, tetapi sebagian karyawan masih bekerja di kantor. Oleh karena itu, MDMedia melalui HCM berupaya mendukung karyawan yang bekerja di kantor agar tetap prima dengan penyediaan sarapan, obat-obatan dan disinfeksi ruangan secara berkala di kantor TLT serta Wisma Aldiron.



Ngobrol Santai Direktur EBIS dengan BoD & SL MDMedia.

29 Januari 2021

Direktur EBIS melakukan pertemuan secara daring, adapun topik yang dibahas adalah SO MDMedia, Employee Profile, Performance Ytd, the Big Issue, Breakthrough MDMedia serta Strategic Initiative yang ada pada MDMedia. Atas arahan yang diberikan Direktur EBIS semoga dapat memperkuat strategi bisnis MDMedia.

Farewell ERP MDMedia

29 Januari 2021

Dalam rangka mengapresiasi para peserta *early retirement* program diawal tahun ini, manajemen dan seluruh karyawan MDMedia menyelenggarakan Farewell ERP MDMedia secara virtual pada Jumat, (29/1) dengan tema "Pengabdianmu Menjadi Semangat Kami".

Kegiatan *farewell* ERP diisi dengan pembekalan *success story* oleh mantan karyawan MDMedia Budi dan pembicara eksternal Saptuari Sugiharto dengan tema "Membangun Bisnis Pasca Pensiun Tanpa Hutang". Selain itu, ditayangkan video mengenang beberapa karyawan yang sudah berpulang mendahului dan testimoni dari keluarga.



02 Februari



Kick Off Perundingan Perjanjian Kerja Bersama SP-MD, Manajemen dan Serikat Berharap Hasil Optimal untuk Kemajuan Perusahaan

4 Februari 2021

PT Metra Digital Media (MDMedia) bersama dengan Serikat Pekerja MDMedia (SP-MD), memulai perundingan Perjanjian Kerja Bersama (PKB) yang ditandai melalui kegiatan *kick off* secara virtual pada Kamis, (4/2). Hadir pada acara ini Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo, Direktur Keuangan Tantang Yudha Santoso dan Ketua SP-MD Sigit Karsono serta tim perunding manajemen dan tim perunding SP-MD.

Courtesy Visit ke Bank BNI

Februari 2021

Customer courtesy SSI kepada pemberi kerja yaitu Bank BNI. Kunjungan diterima oleh Direktur Jaringan & Layanan BNI. Dimana BNI merupakan *prime customer* dengan kerja sama meliputi 12.426 ATM BNI ditambah kerja sama layanan CIT diseluruh pelosok Indonesia.



Joint Planning Session, Telkom Segmen GAS (Government Agency Services) dan MDMedia Siap Maksimalkan Peluang di 2021

Februari 2021

PT Metra Digital Media (MDMedia) dan PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) menyelenggarakan *joint planning session* pada Jumat, (12/2) secara virtual. Agenda utama dari kegiatan ini adalah pembahasan list of project (LoP) Telkom Segmen GAS dan Divisi Government Sales & Account MDMedia. Hadir dalam kesempatan ini GM Government Agency Services TELKOM Nikita Iddi Bayu Aji, GM Government Sales & Account MDMedia Hengky Permadi dan GM Marketing Listyawati Widyaningsih.



02

Februari



Penandatanganan KSO layanan RCS - MDM - Monhnets-01

1 Februari 2021

PT Metra Digital Media (MDMedia) menyepakati kerjasama operasional (KSO) dengan PT Shine Jaya Technology PTE, Lte. (SJT) dan PT Adikencana Montnets Technology (AMT) terkait pengembangan dan komersialisasi layanan *rich communication service* (RCS).

Hal ini juga menunjukkan komitmen kami untuk bertransformasi menuju visi menjadi *digital creative agency* terdepan di Indonesia.



03 Maret



Podcast, Ngobrol Penuh Inspirasi BoD & Karyawan

19 Maret 2021

Menggelar acara NgoPI atau Ngobrol Penuh Inspirasi bersama BoD dan karyawan untuk membahas strategi peningkatan kerja dan target di 2021.



Rapim Q2 MDMedia

Jakarta, 31 Maret 2021

Menyelenggarakan RAPIM Q2 2021 secara virtual untuk menyampaikan laporan kerja dari berbagai divisi.

Penambahan Jam Tayang SEA Today

Maret 2021

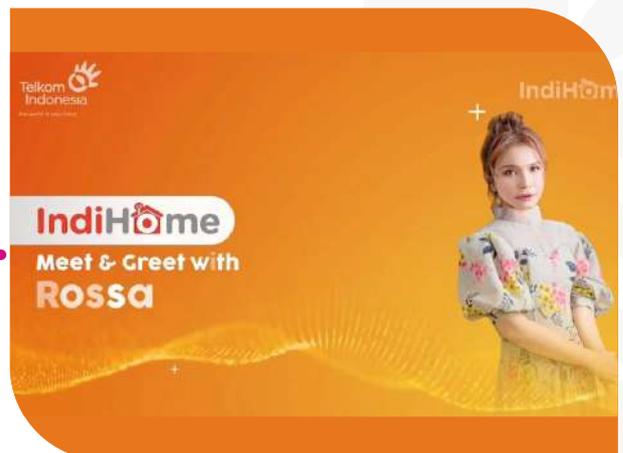
SEA Today sebagai media yang berkomitmen dalam memberikan kabar baik Indonesia untuk dunia, kini menambah jam tayangnya di awal Maret ini dari semula 3 jam menjadi 6 jam. 3-Hour News Show sebagai program baru menandai milestone SEA Today sejak diluncurkan pada 28 Oktober silam. Peresmian program baru serta jam tayang SEA Today ini dilakukan secara simbolis melalui pemotongan tumpeng oleh Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo. Program ini berisikan SEA Today Business (sektor industri dan bursa saham), SEA Today Sports (informasi olahraga dari dalam maupun luar negeri) dan SEA The Stories (berbagai cerita inspiratif di Indonesia).



Persembahan Sebuah Apresiasi untuk Pelanggan Setia IndiHome

Maret 2021

Acara "Atas Nama Cinta" ini di buat dengan konsep Virtual Concert yang mendatangkan penyanyi Rossa dan di hadiri oleh 150 pelanggan setia IndiHome (High Value Customer) Virtual Concert sebuah pilihan tepat untuk tetap kekinian di tengah pandemi Covid-19 dan tetap menjaga protokol kesehatan. Kami meyakini keseruan tetap bisa didapatkan meskipun para audience menonton dari rumah via smartphone, tablet, maupun PC/laptop-nya.





Kick Off Kolaborasi DWS, MDMedia dan Mustika

Jakarta, 6 April 2021

MDMedia turut hadir dalam *Kickoff* kolaborasi antara DWS, MDMedia dan Mustika yang dihadiri oleh Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo, Direktur Keuangan Tantang Yudha serta partisipan dari perusahaan DWS dan Mustika pada Selasa.

Kunjungan Wishnutama Meninjau Progress Program & Studio SEA Today

8 April 2021

Bapak Ririek Adriansyah selaku Direktur Telkom Indonesia menunjuk langsung Wishnutama sebagai *Advisor* satgas SEA Today Melakukan kunjungan kerja meninjau kantor SEA Today yang bertempat di Kantor STO Telkom Gambar.



Kegiatan IBO MDMedia

9 April 2021

Menjaga kesehatan tubuh dengan berolahraga sangatlah penting di masa pandemi virus Covid-19, untuk itu rekan rekan MDMedia melaksanakan kegiatan futsal yang diselenggarakan di Lapangan Futsal Saelan Kemang dan dihadiri oleh Direktur Keuangan Tantang Yudha Santoso serta rekan rekan karyawan MDMedia.



Purnabakti TelkomGroup

Jakarta, 12 April 2021

MDMedia sebagai team pelaksana event purnabakti TelkomGroup.



Event Ramadhan Digital

Jakarta, 22 April 2021

MDMedia di tunjuk sebagai penyelenggara Ramadhan Digital. Kegiatan EBIS Berbagi diawali dengan penggalangan donasi untuk rakyat Indonesia yang membutuhkan uluran tangan kita khususnya korban bencana yang sedang marak melanda negara kita. Acara dipuncaki dengan tausiyah kebangsaan yang diisi oleh Gus Miftah untuk menguatkan tali ukhuwah Islamiah dan wathoniah sebagai sesama anak bangsa Indonesia.

Pra RUPST MDMedia Tahun Buku 2020

Jakarta, 23 April 2021

PT. Metra Digital Media melakukan PRA Rapat Umum Pemegang Saham Tahun buku 2020 yang dihadiri oleh Komisaris Utama Bapak Umam Aly beserta seluruh pemegang saham serta Bapak Arif Prabowo sebagai Direktur Utama MDMedia.



Pelepasan Karyawan Purnabakti MDMedia 2021

Jakarta, 29 April 2021

Pelepasan Karyawan Purnabakti MDMedia 2021 yang sudah mengabdikan pada MDMedia sejak 2001-2021 (20 Tahun) dan sebagai ucapan Terima Kasih, MDMedia memberikan 2 buah cinderamata berupa 1gr LM dan 3gr LM.

Sambut Bulan Puasa, MDMedia BoD Melakukan Tarhib Ramadan kepada Seluruh Karyawan MDMedia

April 2021

BoD dan seluruh karyawan melakukan Tarhib Ramadan dalam menyambut Bulan Suci untuk tetap produktif dan tetap fokus menjalankan Ibadah Puasa.



05

Mei



HUT ke-8 MDMedia & Buka Bersama Karyawan

Jakarta, 4 Mei 2021

MDMedia merayakan HUT ke-8 yang bertepatan di Bulan Ramadhan dan melakukan acara Buka Puasa Bersama karyawan yang diisi dengan Tausyiah oleh Ustadz Rahman Saleh, M.H, M.Si., . Dan melakukan kegiatan CSR berupa pengumpulan donasi yang akan diberikan kepada Yayasan Yatim Al Khairiyah dan terkumpul sebesar Rp 42.500.000 serta mengundang mereka untuk berdoa dan berbuka puasa bersama.

Asian Pacific Stevie Award 2021

6 Mei 2021

MDMedia berhasil meraih dua kategori penghargaan Internasional Asia Pacific Stevie Award 2021. Adapun kategori yang berhasil dimenangkan yaitu *Gold Winner for Innovation in Internal Corporate Events* dan *Bronze Winner for Most Exemplary Employer*. Penyerahan penghargaan disaksikan langsung secara virtual oleh Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo.



Halal Bihalal BoD & All SL

19 Mei 2021

Acara Halal Bihalal BoD Bersama *All Senior Leader* yang dilakukan secara online via Zoom untuk tetap menjaga silaturahmi.



Sosialisasi produk MDMedia

3 Juni 2021

Sosialisasi produk *Email Broadcast*, *Misscall OTP* dan *WhatsApp Business* oleh *Team Marketing* kepada *Team Business Solution*.

Halal Bihalal MDMedia 2021

4 Juni 2021

Sebagai rangkaian dari HUT ke-8 MDMedia, Halal Bihalal MDMedia dilaksanakan secara hybrid dan diikuti oleh BOD dan seluruh karyawan.



Peresmian Studio Green Screen MDMedia

4 Juni 2021

Dilakukan oleh BoD disela-sela acara Halal Bihalal dan diharapkan studio ini mampu meningkatkan kemampuan & daya saing MDMedia di industri agency digital Indonesia.



Peresmian Studio Editing MDMedia

4 Juni 2021

BoD MDMedia meresmikan Studio Editing MDMedia yang dihadirkan untuk memfasilitasi seluruh karyawan dalam berkarya dan berinovasi.





Peresmian Studio Podcast MDMedia

4 Juni 2021

Studio Podcast MDMedia yang dapat digunakan untuk karyawan dalam berkarya mengikuti tren digital sehingga dapat terus memberikan kreatifitas yang lebih baik.

Kemkominfo Gelar Pelatihan Online Digitalisasi Desa Wisata

8 Juni 2021

Untuk membantu mewujudkan digitalisasi industri pariwisata di lima Destinasi Pariwisata Super Prioritas (DPSP) di Indonesia, Telkom Indonesia menghadirkan platform digital untuk travel & tourism Indonesia yang diberi nama wanderin.id dimana pelatihannya dilaksanakan bekerjasama dengan Kemkominfo RI.



Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan 2021

17 Juni 2021

PT. Metra Digital Media menggelar kegiatan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan (RUPST) 2021 Tahun Buku 2020. RUPST digelar secara Hybrid mengingat masih dalam kondisi pandemic COVID-19. Acara dihadiri Pemegang saham, Jajaran Dewan Komisaris secara virtual dan Jajaran Direksi secara fisik, Kamis (17/6).

Kilau Digital Permata Flobamora

18 Juni 2021

Opening oleh Wakil Presiden RI K. H. Ma'ruf Amin, dihadiri langsung oleh Menko Kemaritiman dan Investasi, Menkominfo, Gubernur NTT, Direktur Strategic Portfolio Telkom. Turut memberi apresiasi Mendagri, Menteri BUMN, Menparekraf, Menkop UKM, Mendes PDTT, Gubernur BI.





Kerjasama Produksi SEA Today dengan Perusahaan Umum Film Negara (PFN)

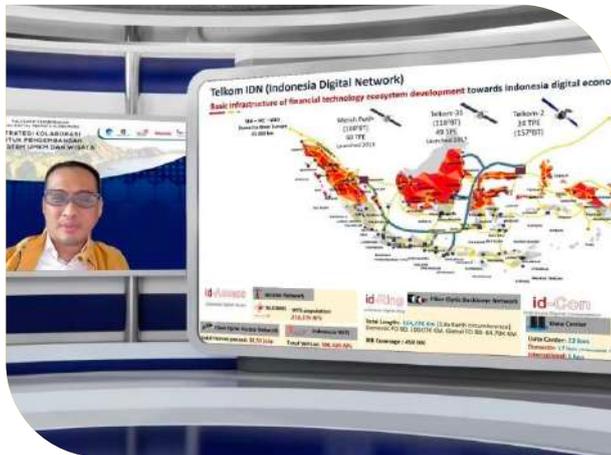
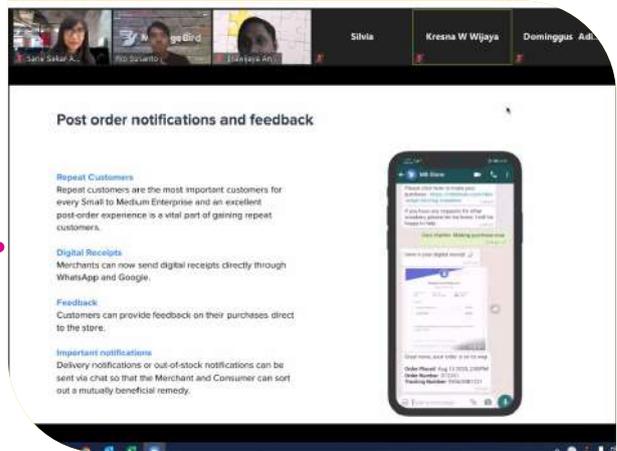
20 Juni 2021

SEA Today bekerjasama dengan PFN dalam memproduksi konten-konten yang akan tayang di SEA Today.

WhatsApp Business dengan Message Bird

22 Juni 2021

Penambahan Inventory WhatsApp Business, untuk menjadi *New Revenue Generator* di MDMedia.



Webinar Flobamora

30 Juni 2021

Pentingnya Pelatihan Digital Untuk Pelaku Bisnis UMKM.

Negosiasi Pemenangan Project Peruri

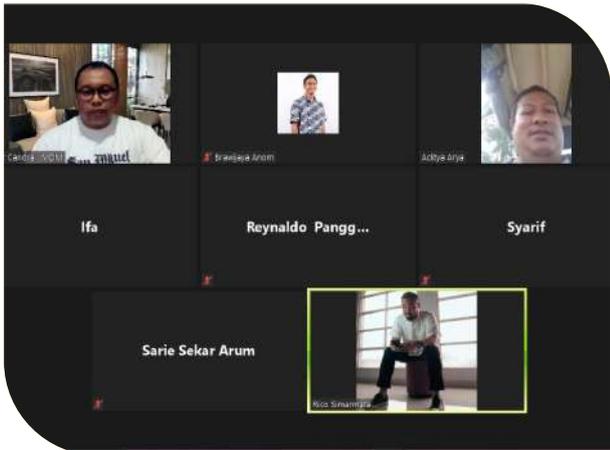
30 Juni 2021

Peningkatan Margin atas Project Pengadaan LED Videotron Peruri.



07

Juli



Inisiasi Meeting dengan WAPPin untuk Mobile Portfolio

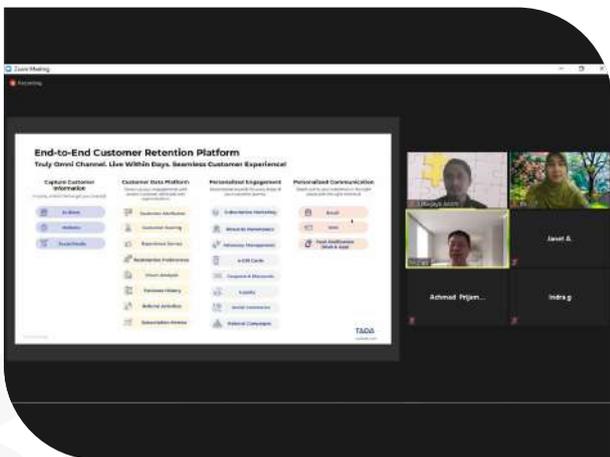
1 Juli 2021

Peningkatan *Revenue* Perusahaan dengan penambahan *Inventory WhatsApp Business*.

Kerjasama dengan OMG Project SMS dan WA Business

14 Juli 2021

Pembahasan mengenai Project SMS dan WA Business dari OMG.



Pembahasan Inisiasi Kerjasama dengan TADA

14 Juli 2021

Kerjasama Reciprocal Business dengan TADA di spesialisasi Platform Engagement dan MDMedia untuk SMS dan WA Business.

Manajemen MDMedia Serahkan SK Mutasi kepada Bapak TB Dicky Afiandi

14 Juli 2021

Dalam kesempatan Rapat Direksi MDMedia, Rabu (14/7), Manajemen MDMedia berkesempatan memberikan Surat Keputusan (SK) kepada 1 karyawan Telkom yang saat ini bertugas di MDMedia atas nama TB Dicky Afiandi.





Program Vaksinasi

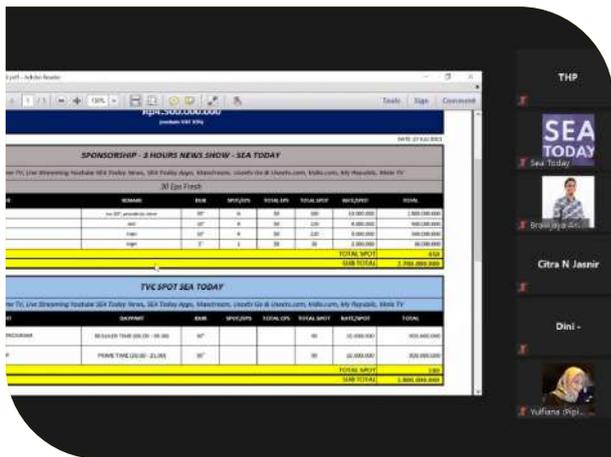
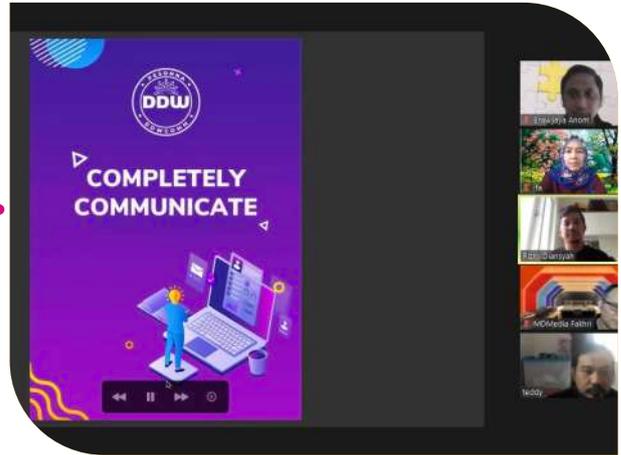
22 Juli 2021

MDMedia sebagai Event Organizer Program Vaksinasi yang di selenggarakan oleh HC TelkomGroup pada 22 Juli sampai 4 Agustus.

Kerjasama dengan DDW Communication

27 Juli 2021

Kerjasama Reciprocal Business dengan DDW Communication di spesialisasi *Activation Production dan Creative*.



Negosiasi Distribusi Content SEA Today di Sirius TV Malaysia dengan Media Hub

28 Juli 2021

Kerjasama Distribusi Konten di Sirius TV Malaysia untuk Program SEA Today.

Rapim Q3 Securing Q3 with Integrated Solution & Creating Value to Win Target 2021

29 Juli 2021

RAPIM Q3 2021 secara Online yang berisi laporan-laporan dari berbagai divisi yang dihadiri oleh seluruh Manager & Senior Leader serta Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo dan Direktur Keuangan MDMedia Tantang Yudha Santoso.



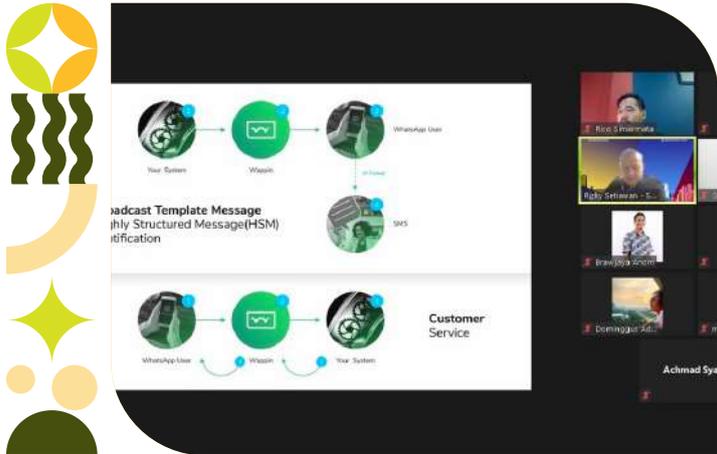
Kerjasama dengan Pentacode untuk UMKM Platform

30 Juli 2021

Pembahasan mengenai Project Platform dan WA untuk UMKM.

08

Agustus



Kerjasama *Reciprocal Business* dengan Docotel / WAPPIN untuk WA Business

2 Agustus 2021

Inisiasi Kerjasama untuk Fokus kepada WA Business.



Inisiasi dengan Mitra UrbanAsia

6 Agustus 2021

Kerjasama Portfolio Media Placement untuk Penguatan Portfolio Media Placement dan Creative



Kerjasama dengan Platform DOOH IDN Media

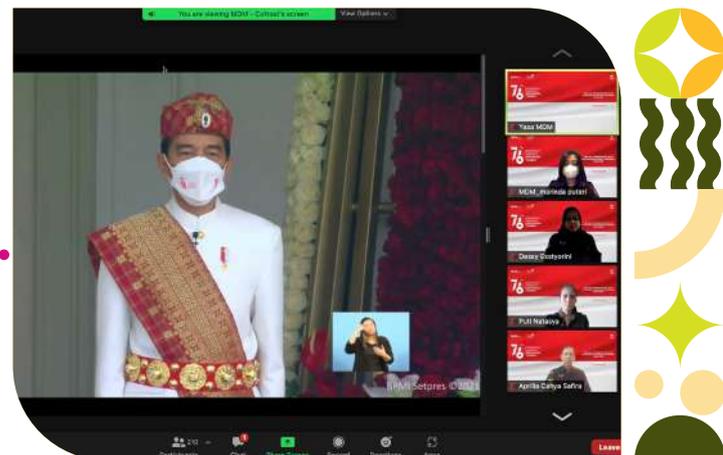
6 Agustus 2021

Pembahasan mengenai Platform DOOH untuk Adsqoo untuk Memperluas market MDMedia ke retail business dengan tujuan penguatan DOOH dan Adsqoo.

Pelaksanaan Upacara Hari Kemerdekaan Indonesia

17 Agustus 2021

MDMedia dan SEA Today mengawal penyediaan TV Pool Upacara HUT ke-76 Republik Indonesia.



08 Agustus



Kunjungan Direktur *Consumer* Telkom ke Studio SEA Today

Agustus 2021

Direktur Consumer Telkom Ibu FM Venusiana melakukan kunjungan ke studio SEA Today di STO Telkom Gambir didampingi EGM Divisi TV V Telkom Bapak Mayun dan disambut oleh Direktur Utama MDMedia Bapak Arif Prabowo beserta tim SEA Today.

Dukungan DES & MDMedia

Agustus 2021

Dukungan DES & MDMedia dalam membahas project BPS dan rencana kolaborasi dari beberapa peluang di *government*.



Satu Tahun AKHLAK

Agustus 2021

MDMedia menjadi pelaksana peringatan satu Tahun AKHLAK.

HUT Forsikatel

Agustus 2021

MDMedia dipercaya sebagai pelaksana HUT Forsikatel TelkomGroup.





Courtesy Visit – Project terkait SMS & WA via Satkomindo, Collocation ODC, SDWAN

3 September 2021

Dalam agenda *Courtesy Visit – Project* terkait SMS & WA via Satkomindo, Collocation ODC, SDWAN di sambut oleh Direktur Digital dan Teknologi Informasi BRI bapak Indra Utoyo, dan dihadiri oleh Bapak Aziz DEV DES, Arif Prabowo Direktur MDMedia, dan rekan rekan lainnya, pada kesempatan kali ini bertujuan guna memperkenalkan tim IT dan manajemen IT agar dapat menggali *opportunity* kerjasama di bidang IT antara Telkom dan BRI.

Kunjungan kerja Menteri BUMN, Bapak Erick Thohir dalam persiapan *Launching SEA Today* pada bulan Oktober 2021

8 September 2021

Mempersiapkan *Grand Launching SEA Today* pada bulan Oktober 2021 agar distribusi ke 10 negara dapat segera terealisasi di 3 Negara .



Kunjungan Menteri BUMN

14 September 2021

Menteri BUMN Bapak Erick Thohir telah melakukan kunjungan kerja ke studio SEA Today dalam mempersiapkan *Grand Launching SEA Today* pada bulan Oktober 2021 yang disambut oleh Ririek Adriansyah, Direktur Utama Telkom Indonesia, FM Venusiana, Direktur Consumer Telkom Indonesia, didampingi oleh Arif Prabowo selaku Direktur MDMedia dan Bapak Mayun Wirayuda EGM Divisi TV Video dengan protokol kesehatan yang sangat ketat pada Senin, 6 September 2021.



Brainstorming BoD & SL

15 September 2021

Urun Rembuk, temu kenali kendala dan kesempatan di lapangan menghadapi *ending 2021* dan persiapan dan rencana 2022.





Workshop SEA Today dengan MDMedia, TVV, TELKOM METRA, TELKOMSEL

17 September 2021

Memperkuat *positioning* SEA Today, *Update* Progres kerja, *Business Plan*.

Radir CFUE Q3

23 September 2021

Dalam agenda Radir CFUE Q3 MDMedia mendapatkan sertifikat penghargaan yang diberikan langsung oleh Direktur Enterprise & Business Service Edi Witjara dengan kategori, *2nd Place Best Profitability Achievement Category - BUS Segment*.



NgoPi Ngobrol Penuh Inspirasi Bareng BoD

28 September 2021

NgoPi adalah wadah forum diskusi BoD dengan karyawan yang dimana BoD akan menyampaikan terkait *update performance* MDMedia dan kondisi perusahaan.

Brainstorming BoD dan Divisi Sales Enterprise untuk mencari peluang baru di External market

September 2021

Mencari peluang baru di External Market untuk pengamanan Program Kerja dan RKAP 2022.



10

Oktober



Perkenalan BoD baru Satkomindo dan MDMedia

6 Oktober 2021

Hubungan baik yang sudah terjalin secara bisnis dan kolaboratif antara MDMedia dengan Satkomindo semakin diperkuat ketika Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo didampingi Direktur Keuangan & Manajemen Risiko Tantang Yudha Santoso hadir memenuhi undangan perkenalan BoD Satkomindo.

Pengamanan Acara Core Values AKHLAK TelkomGroup

10 Oktober 2021

MDMedia dipercaya untuk menyelenggarakan event yang dilakukan oleh BUMN sebagai penguatan internalisasi *core values* AKHLAK TelkomGroup.



Pelepasan BOD Satkomindo

21 Oktober 2021

Pelepasan Purna Bakti BOD Satkomindo.

Courtesy Visit

23 Oktober 2021

GM Procurement & Partnership Catur Candrawulan mengadakan pertemuan inisiasi kerjasama dengan Terang XNetwork untuk *reseller* SMS dan *data analytic* dengan MDMedia.



10

Oktober



Strategic Partnership MDMedia dengan Gemilang

24 Oktober 2021

Strategic Partnership dengan Gemilang 3 & Flash Communication sebagai upaya untuk meningkatkan potensi *market* dan *reciprocal business* dengan menjalankan *project* bersama *Event, Activation, Creative*.

Persiapan Cek Studio Hall 2 SEA Today

25 Oktober 2021

Direktur MDMedia mempersiapkan kesiapan *grand launching* SEA Today pada 28 Oktober 2021, acara *grand launching* ini akan dihadiri oleh Presiden Joko Widodo dan Menteri Erick Thohir.



Penjajakan Kemitraan dengan KDI

27 Oktober 2021

Strategic Partnership dengan KDI (Kolaborasi Digital Indonesia) untuk *reseller* SMS.

11

November



Rapat Koordinasi Portofolio Wamen II BUMN

20 November 2021

MDMedia diberikan kepercayaan sebagai pelaksana "Rapat Koordinasi Portofolio Wamen II BUMN" di Pullman Mandalika. Acara ini sekaligus meninjau persiapan dan menyaksikan ajang balap WSBK pada Mandalika International Circuit.

Kerjasama Layanan SMS MDMedia & Satkomindo

26 November 2021

Penandatanganan kerjasama Layanan SMS 2022 dan Kerjasama *new portfolio* rencana Revenue Rp 660 M pertahun.



Pra-Workshop Business Collaboration Satkomindo & MDMedia

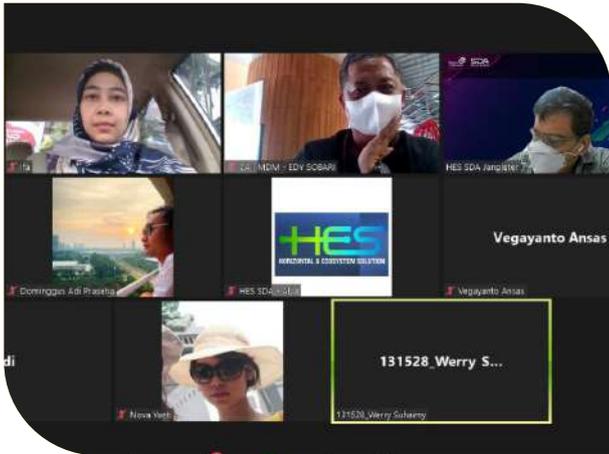
30 November 2021

MDMedia mengadakan Pra Workshop Kerjasama MDMedia & Satkomindo secara *offline* yang dihadiri oleh Direktur Utama MDMedia Arif Prabowo, serta Direktur Utama Nazrullah Iskandar, Chief Marketing Officer Imam Supangkat, Chief Operating Officer Ahmad Muzzaky serta didampingi oleh Manager & Senior Leader antara Satkomindo dan MDMedia.



12

Desember



Kerjasama MDMedia dengan Telkom SDA

1 Desember 2021

Pembahasan Kerjasama antara MDMedia dengan Telkom SDA untuk Market GTMA (*Go To Market Alignment*).

Kerjasama MDMedia dengan AirAsia

14 Desember 2021

Inisiasi Project antara MDMedia, SEA Today & AirAsia. Untuk pembuatan konten dalam kabin pesawat.



Kunjungan BoD Satkomindo ke Kantor MDMedia

15 Desember 2021

Kunjungan BOD Satkomindo ke Kantor MDMedia untuk membicarakan Kerjasama MDMedia & Satkomindo terhadap all Portofolio, dengan perkiraan revenue 1 T per tahun.



Sosialisasi Produk WA Business

23 Desember 2021

Bertempat di Telkom Landmark Tower Lt. 18, Departemen Marketing menyelenggarakan Sosialisasi Produk WA Business kepada Para GM Sales, Manager Sales, Tim Solution, Chanelling dan Adsqoo. Selain sesi paparan produk, para peserta juga berkesempatan berdiskusi langsung dengan GM Mobile Business Bapak Achmad Syarief selaku nara sumber. Diharapkan dengan sosialisasi ini akan semakin meningkatkan pengetahuan mengenai produk WA Business sehingga dapat segera ditawarkan kepada calon customer yang potensial dan menghasilkan *revenue* sesuai target.

Training Powerfull Communication and Consultative Selling

Desember 2021

Pelatihan ini bertujuan untuk mendapatkan, memotivasi, melakukan presentasi, konsultatif, problem solver, perencanaan negosiasi, gaya negosiasi dan proses negosiasi, menyelesaikan proses penjualan sampai dengan tuntas dan memberikan layanan yg berkelanjutan.



SECURING FY 2021 WITH INNOVATION & RKAP 2022

Desember 2021

Pada akhir tahun ini Dewan Direksi MDMedia kembali menyampaikan CEO Direction dan CFO Notes sebagai panduan untuk mengoptimalkan kinerja pada tahun berikutnya. Beberapa poin utama yang disampaikan mulai dari upaya menjaga kinerja keuangan hingga inovasi produk yang dapat dikembangkan dan ditawarkan kepada pelanggan.



2014

MDMedia memulai bisnis Data Monetizing atau Data Analytics serta penguatan *inventory* Digital Out of Home dengan melakukan kerja sama bisnis dengan media *owner*.



2013

PT. Metra Digital Media (MDMedia) didirikan pada 22 Januari 2013 dan merupakan "member of TelkomGroup" dan *subsidiary* dari PT. Telkom Metra.



2017

MDMedia melakukan berbagai strategi bisnis inisiatif, termasuk meluncurkan inisiatif bisnis e-Sport. Selain itu, perusahaan juga mengubah Yellow Pages cetak menjadi Yellow Pages Digital. Selanjutnya, di dalam bisnis Mobile Advertising, perusahaan berhasil mencapai *milestone* 100 juta trafik SMS per bulan.



2016

MDMedia melakukan berbagai strategi bisnis inisiatif, baik melalui peningkatan kompetensi internal dan memperkuat portofolio *big data analytics* melalui strategi asset di internal TelkomGroup.

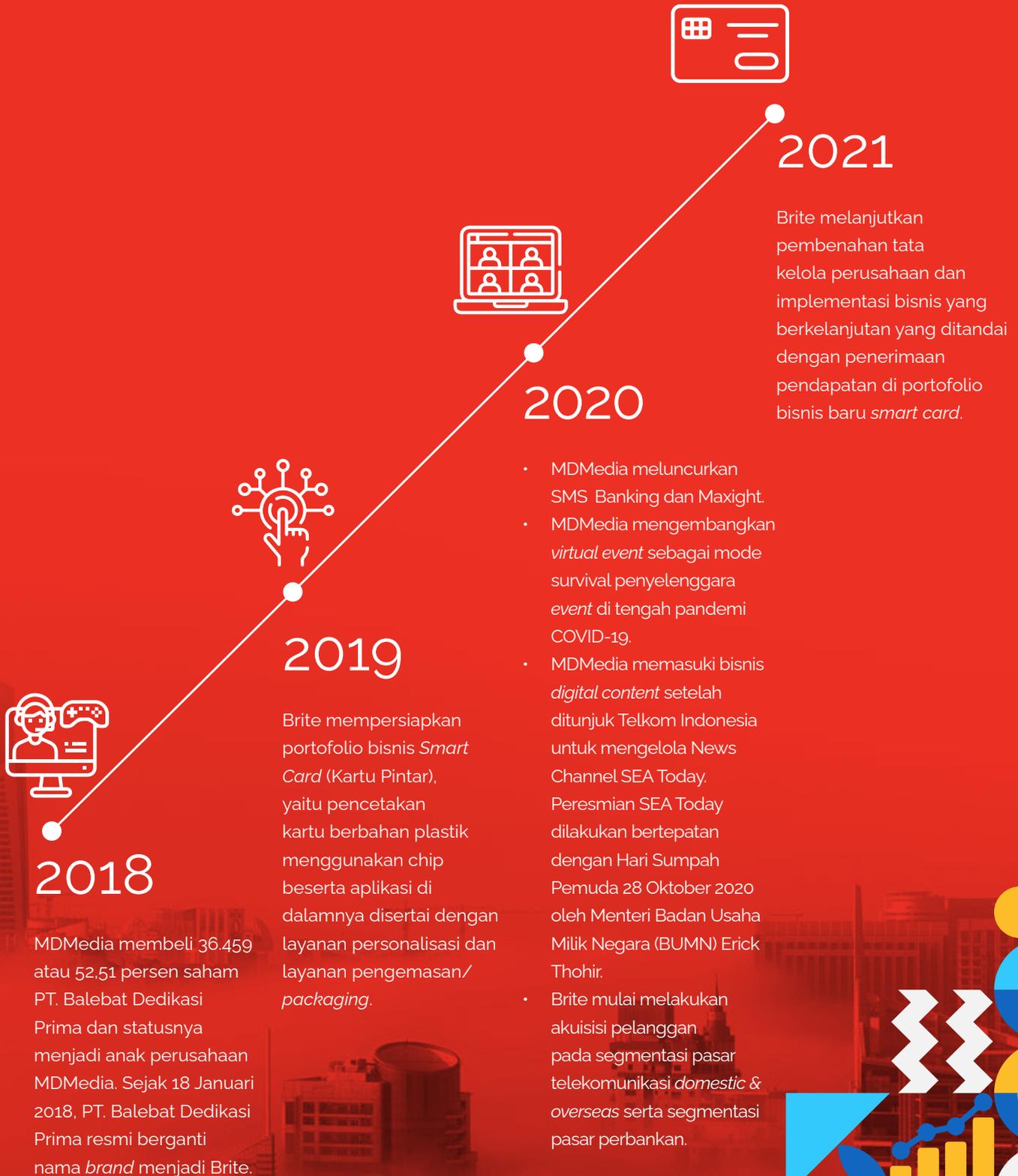


2015

MDMedia melakukan transformasi bisnis menjadi 3 portofolio yaitu:

- *Agency* dengan sub portofolio *Media Placement*, *Activation* dan *Creative*.
- *Integrated Digital Media* dengan sub portofolio *Digital Signage* (DOOH) *Online* dan *Mobile*.
- *Big Data* dengan sub portofolio *Big Data Analytic* dan *Digital Directory*.

Jejak Langkah MDMedia



Penghargaan & Sertifikat







02

LAPORAN MANAJEMEN



- 
- 2.1 Laporan Komisaris Utama
 - 2.2 Laporan Direktur Utama
 - 2.3 Profil Dewan Komisaris
 - 2.4 Profil Direksi
 - 2.5 Filosofi Hobi





Laporan Komisaris Utama

Pertama-tama kami mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan berkah kepada kita semua.

Sepanjang 2021, menjadi tahun yang berat di tengah berlanjutnya kondisi pandemi COVID-19. Situasi ini telah menyebabkan ekonomi global dan nasional menjadi terpuruk dan penuh tantangan. Namun, Dewan Komisaris mengapresiasi upaya dan keberhasilan perusahaan karena mampu melewati tahun 2021 dengan baik.

Di tengah upaya perusahaan melakukan penyehatan dan beradaptasi dengan kondisi pandemi, Dewan Komisaris menilai Dewan Direksi sudah menjalankan tugasnya dengan baik, terutama dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan melalui pemilihan proyek dengan margin yang sehat, efisiensi beban langsung dan beban operasional, serta minimalisasi depresiasi dan efektivitas CAPEX melalui pola kemitraan.

Tidak hanya itu, dari sisi akselerasi bisnis, Dewan Komisaris menilai sejumlah inisiatif bisnis dan peningkatan kapabilitas perusahaan juga telah dilaksanakan serta dilakukan perbaikan secara berkelanjutan.

Dewan Komisaris berharap program perbaikan yang sudah terlaksana sepanjang tahun 2021 bisa menjadi landasan bagi MDMedia untuk mencapai kinerja yang lebih sehat di tahun mendatang, sehingga mampu mendukung keberlangsungan bisnis perusahaan.

Dewan Komisaris menilai, yang menjadi tantangan utama perseroan di tahun mendatang adalah peningkatan kemampuan Sumber Daya Manusia (SDM) MDMedia sebagai *Integrated Digital & Marketing Communication Agency* terdepan di Indonesia, perkembangan tren pasar di bisnis *Mobile Advertising*, inovasi bisnis, serta pengelolaan operasional yang tepat.

Untuk itu, Dewan Komisaris senantiasa mengingatkan Dewan Direksi untuk mengambil langkah maupun keputusan secara bijaksana dan mengantisipasi risiko maupun tantangan yang akan dihadapi perusahaan ke depannya.

Di tahun 2021, MDMedia membukukan pendapatan sebesar Rp2.026 miliar yang hampir 70 persen berasal dari kontribusi produk *Mobile Advertising*. Meskipun target pendapatan tidak tercapai atau sesuai dengan RKAP 2021, MDMedia mencatat perbaikan kinerja dengan pertumbuhan

pendapatan sebesar 36,2 persen dan pencapaian EBITDA dan Net Income masing-masing sebesar 187,4 persen dan 112,7 persen.

Sepanjang tahun 2021, Dewan Komisaris melakukan pertemuan secara rutin dengan Dewan Direksi melalui Rapat Gabungan (RAGAB) yang dilaksanakan 12 (dua belas) kali pertemuan dengan tingkat kehadiran 96 persen.

Pertemuan ini merupakan salah satu bentuk dukungan Dewan Komisaris, terutama dalam memberikan pendapat, arahan dan saran agar proses kinerja perusahaan lebih terarah dalam merealisasikan amanat pemegang saham. Selain itu, Dewan Komisaris juga memberikan persetujuan dan rekomendasi terhadap usulan Direksi, termasuk juga dalam pengelolaan anak usaha MDMedia.

Dewan Komisaris terus memastikan bahwa pengelolaan perusahaan tetap berlandaskan prinsip tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*), memenuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, serta memenuhi ketentuan perjanjian dengan pihak ketiga.

Dewan Komisaris berkomitmen untuk memberikan dukungan secara berkesinambungan kepada Dewan Direksi, termasuk saran, rekomendasi rencana serta pengembangan usaha bisnis, pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM), dan pelaksanaan program tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Di samping itu, Dewan Komisaris memantau secara rutin dan memastikan integritas laporan keuangan, efektivitas pengendalian internal, manajemen risiko yang dijalankan Dewan Direksi, dan memastikan bahwa Dewan Direksi telah menindaklanjuti temuan audit dan rekomendasi audit internal.

Perubahan Dewan Komisaris

Di tahun 2021, perusahaan mengalami perubahan di posisi Dewan Komisaris dengan mengangkat Bapak Edie Kurniawan sebagai Komisaris perseroan berdasarkan Akta Nomor 13 tanggal 21 Januari 2021. Kemudian, perusahaan juga memberhentikan dengan hormat Bapak Rosyidul Umam Aly selaku Komisaris Utama. Berdasarkan Akta Nomor 16 tanggal 24 Desember 2021, posisi Komisaris Utama perseroan diganti oleh Bapak Sujito.

Perubahan Dewan Direksi

Pada tahun 2021 tidak ada perubahan untuk posisi Dewan Direksi perseroan.

Apresiasi

Mengakhiri laporan Dewan Komisaris tahun 2021 ini, kami menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya atas dukungan dan kerja sama seluruh pemangku kepentingan, yang memungkinkan perusahaan terus tumbuh berkembang, dan berhasil melewati tahun 2021 dengan baik.

Dewan Komisaris dengan penuh semangat akan terus meningkatkan komitmen agar perusahaan dikelola secara lebih baik, efisien, dan efektif, dengan senantiasa mengedepankan penerapan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik sehingga menjadi *Creative Digital Communication Agency* terintegrasi dan terdepan di Indonesia.





Laporan Direktur Utama



Pemegang Saham yang Terhormat,
Pertama-tama, saya atas nama Direksi mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan berkah yang telah diberikan kepada kita semua, serta menuntun perjalanan perusahaan sepanjang tahun 2021.

Berbagai dinamika yang terjadi di tahun 2021 serta munculnya pandemi COVID-19 membuat pelaku bisnis berjuang keras dalam menjalankan roda perusahaan. Tantangan itu nyaris terjadi dalam skala global maupun nasional.

Sebagaimana diketahui, pandemi COVID-19 tidak hanya mempengaruhi di bidang kesehatan saja, tetapi juga berdampak pada gaya hidup masyarakat yang semakin menuju digitalisasi. Oleh sebab itu, para pelaku usaha dituntut untuk terus kreatif agar bisa menciptakan peluang baru.

Mencapai Profitabilitas yang Sehat

Patut kami syukuri, tahun 2021 adalah peluang bagi MDMedia untuk mendapatkan potensi yang jauh lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya. Berdasarkan laporan keuangan tahun 2021, baik dari sisi *top line*, *middle line*, maupun *bottom line* semuanya positif.

Pendapatan MDMedia di tahun 2021 ditopang oleh sejumlah bisnis di bidang digital, seperti di sektor *integrated digital media*, SMS, dan *messaging*. Bahkan, sekitar 70 persen dari *revenue* di tahun 2021 berasal dari bisnis *messaging*.

Dari sisi pendapatan, di akhir 2021 perseroan berhasil membukukan *revenue* hingga lebih dari Rp2 triliun. Angka itu naik sekitar 40 persen karena di tahun 2020 hanya menyentuh angka Rp1,4 triliun. Artinya, pendapatan MDMedia memiliki potensi yang cukup besar karena

memperoleh *revenue* di atas Rp2 triliun.

Dari sisi EBITDA dan *net income*, perseroan juga tumbuh positif, dengan EBITDA di angka sekitar Rp100 miliar dan *net income* Rp24,9 miliar.

Kendati demikian, ada beberapa unit bisnis yang terdampak pandemi karena tidak semua unit bisnis kami bergerak di bidang digital, seperti di lini *agency*, *event organizing*, dan *creative activation*. Hal itu terjadi karena perubahan perilaku masyarakat yang semakin digital. Otomatis, pendapatan di sektor non-digital mengalami penurunan.

Fokus Membenahi Fundamental Perusahaan

Di tahun 2021, MDMedia masih berfokus kepada membenahan fundamental perseroan, seperti struktur organisasi, sistem bisnis, *cash flow*, dan sebagainya. Perusahaan berhasil melakukan restitusi sekitar Rp170 miliar dari *tax refund* sehingga kinerja keuangan bisa lebih sehat. Di sisi lain, uang *cash* perseroan juga meningkat sekitar Rp240 miliar dari yang sebelumnya hanya Rp6 miliar pada akhir September 2020.

Perseroan juga melakukan sejumlah langkah *streamlining* beberapa portofolio, seperti tidak lagi berinvestasi di bidang digital *outdoor* atau *billboard* digital. Kendati demikian, MDMedia tetap bekerja sama dengan para pemain yang masih berfokus di sana, seperti Tempo, Warna-Warni, Mahaka, dan Pixel.

Perubahan Komposisi Dewan Direksi Tahun 2021

Di tahun 2021, MDMedia tidak melakukan perubahan komposisi di Dewan Direksi.

Sederet Kebijakan Strategis

Ada beberapa kebijakan strategis yang dilakukan MDMedia sepanjang tahun 2021. Pertama, berfokus pada pembenahan portofolio dan cara penjualan sehingga profit yang diinginkan bisa tercapai.

Kedua, perseroan juga berfokus pada pembenahan fundamental *cash flow*, baik dari sisi *collection*, *tax refund*, *tax planning*, termasuk melakukan pencairan atas piutang-piutang yang macet.

Ketiga, MDMedia merancang satu unit bisnis bernama SEA Today yang merupakan channel TV Indonesia dengan segmen pasar penonton di luar negeri dan kini sudah ada di beberapa negara. SEA Today juga diharapkan bisa setara dengan CNN dan BBC.

Keempat, sebagai perusahaan *services*, MDMedia melakukan pembenahan dari sisi *human capital*. Ini adalah aset penting sekaligus kekuatan bagi perusahaan, mulai dari pembenahan struktur organisasi, pembenahan *culture*, dan remunerasi, karena akan berpengaruh terhadap semangat karyawan. Aturan-aturan yang berkaitan dengan SDM juga dibenahi, termasuk hubungan dengan industrial dan *stakeholder*.

Dengan segenap kebijakan strategis ini, manajemen berharap mampu menunjukkan performa terbaik di tahun berikutnya. Meskipun di tahun 2021, Perseroan telah menunjukkan kinerja terbaik melalui penghargaan yang diterima pada tahun ini.

Sepanjang tahun 2021, MDMedia berhasil meraih dua kategori penghargaan internasional Stevie Award 2021, yakni untuk *Gold Winner for Innovation in internal Corporate Event* dan *Bronze Winner for Most Exemplary Employer*. Selain itu, Perseroan juga diganjar penghargaan IT Work Top Digital Award untuk Top Digital Implementation 2021 Level Stars 3.

Pandemi dan Tantangan Bisnis

Kendala yang dihadapi pada 2021 di antaranya adalah bahwa perseroan tidak memiliki cukup *cash* untuk menjalankan bisnis, ditambah dengan nilai ekuitas yang berada di angka minus Rp600 miliar. Artinya, perusahaan tidak bisa mendapat bantuan pinjaman dari bank, baik untuk modal, maupun untuk menjalankan bisnis. Akhirnya, Perseroan mesti mencari cara untuk menggunakan pendanaan sendiri.

Belum lagi pandemi COVID-19 yang membuat lini bisnis *marketing communication*, seperti *event organizing* dan *media placement* menurun karena pergeseran perilaku

masyarakat yang semakin digital, sementara *revenue event* digital jauh di bawah *offline*.

Namun, semua kendala itu bisa diatasi melalui serangkaian kebijakan perusahaan. Pertama-tama, perusahaan melakukan downsizing terhadap anak usaha Balebat yang bergerak di bidang *printing*. Kemudian melakukan *tax planning* dan *tax refund*. MDMedia juga memperbaiki *collection*, diverifikasi, dan lain-lain. Akhirnya, profit pun bisa ditingkatkan dari 6-7 persen menjadi 12 persen.

MDMedia juga melakukan *training* terhadap karyawan, menerapkan budaya perusahaan yang baru dan sesuai dengan *culture* BUMN, mengadakan pelatihan-pelatihan, serta melakukan perekrutan *pro hire* sehingga bisa mendapatkan orang-orang yang benar-benar kompeten di bidangnya.

Di akhir tahun, perseroan melakukan pensiun dini terhadap sekitar 50-an karyawan. Maka, secara organik, jumlah karyawan di tahun 2021 tinggal 147 orang, sisanya *pro hire* dan *outsourcing*. MDMedia juga melakukan *pro hire* terhadap 200 karyawan SEA Today, sedangkan sekitar 50 karyawan lainnya adalah *outsourcing*. Dengan jumlah karyawan yang lebih sedikit, maka produktivitas semakin meningkat.

Good Corporate Governance (GCG)

Berdasarkan penilaian *Good Corporate Governance* tahun 2020 yang dilakukan pada 2021, MDMedia mendapatkan sekitar 55 sampai 56 poin. Hal itu yang pelan-pelan kami perbaiki di tahun 2021. Beberapa di antaranya dengan melakukan sistem digitalisasi sehingga bisa meminimalkan kebocoran. Kemudian membuat *unit based management* sehingga ada yang mengawasi proses-proses GCG. Dengan begitu, perseroan berharap penilaian GCG di tahun 2021 bisa meningkat.

Di tahun 2021, MDMedia juga melakukan kewajiban *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang berfokus pada event-event tertentu, seperti pemberian Alquran di bulan Ramadhan, memberikan donasi ke yayasan yatim piatu serta pondok pesantren, dan lainnya.

Meskipun nilainya tidak signifikan, Perseroan tetap menyimpan cadangan untuk CSR. Pada 21 Juli 2021, MDMedia juga menyerahkan hewan kurban kepada Masjid Al Mujahidin, Jakarta Selatan.

Proyeksi Bisnis Tahun 2022

Berdasarkan hasil studi beberapa lembaga konsultan, *market size* sektor *advertising* di Indonesia mencapai Rp32 triliun. Dengan *revenue* MDMedia sebesar Rp2

triliun, potensi itu masih terbentang luas. Pada tahun 2022 ini, perseroan fokus pada investasi untuk menemukan platform-platform baru atau media baru yang akan dipakai *brand advertiser* untuk melakukan *campaign*.

MDMedia juga akan menerapkan strategi yang berbeda pada 2022 karena tahun 2021 masih sangat tergantung dengan bisnis *messaging* yang 70 persen *revenue* perusahaan berasal dari sana. Dengan kompetitor yang semakin banyak, maka kompetisinya akan semakin berat.

Oleh sebab itu, MDMedia menyiapkan beberapa langkah untuk tahun 2022. Pertama, perseroan akan berfokus pada portofolio yang punya prospek ke depan. Kedua, melakukan ekspansi *market* ke eksternal dengan satu portofolio *digital advertising*. Ketiga, MDMedia akan memanfaatkan perilaku masyarakat yang semakin mengarah ke digital.

Apresiasi

Atas nama perusahaan, Dewan Direksi juga berterima kasih yang sebesar-besarnya kepada Dewan Komisaris, Pemegang Saham, serta segenap *stakeholder* atas dukungan, arahan dan bimbingannya kepada MDMedia sehingga mampu melewati tahun 2021 dengan baik.

Kami juga mengucapkan terima kasih kepada mitra bisnis dan masyarakat karena telah memberikan dukungan dan kepercayaan, terlebih dalam menggunakan produk dan layanan MDMedia.

Dewan Direksi juga mengucapkan terima kasih dan apresiasi setinggi-tingginya kepada seluruh karyawan karena telah memberikan yang terbaik kepada perusahaan, terlebih di masa pandemi yang penuh tantangan ini. Terima kasih.

Direktur Utama

Arif Prabowo

Profil Dewan Komisaris



Edie Kurniawan
Komisaris



Sujito
Komisaris Utama





Sujito | Komisaris Utama

Warga Negara Indonesia, 54 tahun.

Sujito dilahirkan di Purwokerto, Jawa Tengah, tanggal 5 Juli 1968. Ia ditunjuk sebagai Komisaris Utama PT Metra Digital Media melalui Keputusan Rapat Para Pemegang Saham tanggal 14 Desember 2021. Sebelumnya, Sujito pernah menduduki posisi Executive General Manager (EGM) Divisi SDA Direktorat Ebis.

Pria lulusan S1 Teknik Elektro Institut Teknologi Bandung (ITB) ini juga pernah menjadi Executive Vice President Telkom Jawa Barat dan menjabat posisi itu hingga November 2021.

Riwayat Pendidikan

- S1 Teknik Elektro Institut Teknologi Bandung (1992)
- Certified Profesional Marketer-AMF (2012).

Riwayat Jabatan

- Deputy GM Madiun (2005)
- Deputy GM Malang (2005-2006)
- Deputy GM Surabaya Timur (2006-2007)
- GM Madiun (2007-2009)
- GM Flexi Jabodetabek (2009-2011)
- GM Wireless BB Jatim, Bali, Nusa Tenggara (2012)
- GM Witel Sidoarjo (2013)
- Deputy EGM Consumer Service (2013-2014)
- Komisaris PT PINS (2014-2015)
- Komisaris PT TA (2018-2020)
- Operation Vice President Consumer (2014-2020)
- Executive Vice President Telkom Jabar (2020-November 2021)
- Komisaris Utama PT MDMedia (2021-sekarang).

Rangkap Jabatan

- EGM Divisi SDA-EBIS (Desember 2021-Sekarang)

Prestasi dan Penghargaan

- Best Unit Operasional WITEL V JATIM - Sales and Revenue Kandatel Madiun - Best 1, Telkom Witel V Jawa Timur (2009)
- Best Unit Operasional Divisi Telkom Flexi - Sales and Revenue Regional Commerce Jabodetabek - Best 1, Telkom - Divisi Telkom Flexi (2011)
- Best Unit Operasional Divisi Telkom Flexi - Sales and Revenue Regional Commerce Jatim Bali Nusra - Best 1, Telkom - Divisi Telkom Flexi (2012)
- Best Unit Operasional Divisi Regional V Jawa Timur - Sales and Revenue Witel Sidoarjo - Best 1, Telkom - Reg. V Jatim & Bali Nusra (2013)
- Best Inovation Kategori Core My IndiHome Digital Touch Point - The Best 1, Telkom - Chco (2017)
- Best Unit TelkomGroup Kategori Sub Direktorat CFU - The Best 3, Telkom - Chco (2017)
- Special Achievement in GIS 2018 - The International Benchmark Telkom Indonesia in Using GIS to Deliver the IndiHome Initiative, Global Spatial Technology Esri - USA (2018)
- Best Unit TelkomGroup Kategori Sub CFU - Best 1 and Best of The Best Corporate, Telkom - Chco (2018)
- The International Benchmark Telkom Indonesia in Using GIS to Deliver the IndiHome Initiative (SISS), by ESRI-USA (2018)
- IndiHome got Outstanding Achievement in Building Top Brand Category (3 Years): Internet Service Provider Fixed by *Marketing Magazine* (2019).



Edie Kurniawan | Komisaris

Warga Negara Indonesia, 49 tahun

Edie Kurniawan adalah pria kelahiran Tegal, Jawa Tengah, 5 Agustus 1973. Ia menjabat sebagai Komisaris PT Metra Digital Media sejak tanggal 21 Januari 2021 berdasarkan Keputusan Rapat Para Pemegang Saham tanggal 14 Desember 2021. Edie Kurniawan juga menjabat sebagai Vice President Marketing Management Direktorat Consumer PT Telkom Indonesia.

Sebelum dipercaya untuk tanggung jawab yang lebih tinggi, Edie Kurniawan menjalani karier sebagai Operation Senior Manager MDMedia selama 7 tahun terhitung sejak 2013 sampai 2020.

Riwayat Pendidikan

- D3 Electro Telecommunication (1996)
- S1 Electro Telecommunication (2002)
- S2 Marketing Management (2009)
- S2 Sistem Informasi (2021).

Riwayat Jabatan

1996-2010 (14 Tahun) | Staf-Operation

- *Field Supervisor & Building Management* Telkom Building di Jalan Pahlawan, No. 10, Semarang, Jawa Tengah.
- *End2End Marketing & Service Intelligent Network Product* (FreeCall, PremiumCall, Split Charging, UniCalletc) IN Unit Business TREG V Jawa Timur.
- *Marketing & Service Speedy* Telkom Regional V Jawa Timur.
- *Leader: Winning Team Speedy Penetration 80K in 3 Month* Telkom Regional V Jawa Timur.

2010-2013 (3 Tahun) | Manager

- *Manager Channel & Dealer Management* Telkom Flexy Regional V Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara.
- *Manager Delivery & Customer Care* Wireless Broadband Regional V Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara (FLEXI & WIFI.id)
- *Manager Customer Relationship Management* Telkom Regional V Jawa Timur.

2013-2020 (7 Tahun) | Operation Senior Manager

- *Senior Manager HOME CARING* - End2End Process Assurance: Complaint Handling, Add On & Billing Collection Consumer Division.
- *Senior Manager Customer Interface Management*: Create End2End All Social Media Channel & New 147 Customer Division.
- *Senior Manager Home Commerce & Caring*: Responsible Manage End2End Sales & Assurance Consumer Division.
- *Operation Senior Manager Sales Operation & Supervision*: Responsible to Achieve IndiHome Sales & revenue- Direktorat Consumer.

2021-sekarang

- Board of Commissioners PT Metra Digital Media (MDMedia).

Rangkap Jabatan

- Vice President Marketing Management Direktorat Consumer PT Telkom Indonesia.

Penghargaan

2014

- Thunderbird International Leadership Training Program USA.

2017

- Best Innovation: Implementation Dash Control Provisioning (KPRO) from Dir Consumers.

2018

- International Reward From ARGIS USA: SIIS Best Implementation Geo Spatial.
- The Best #2 Great People Managerial Program (Leadership Course)
- The Best Innovation: Create & Implementation Sales IndiHome Information System (SIIS) from Dir Consumers, from Dir HCM.

2019

- The Best #1: Great People Development Program (Leadership Course for Top Talent).

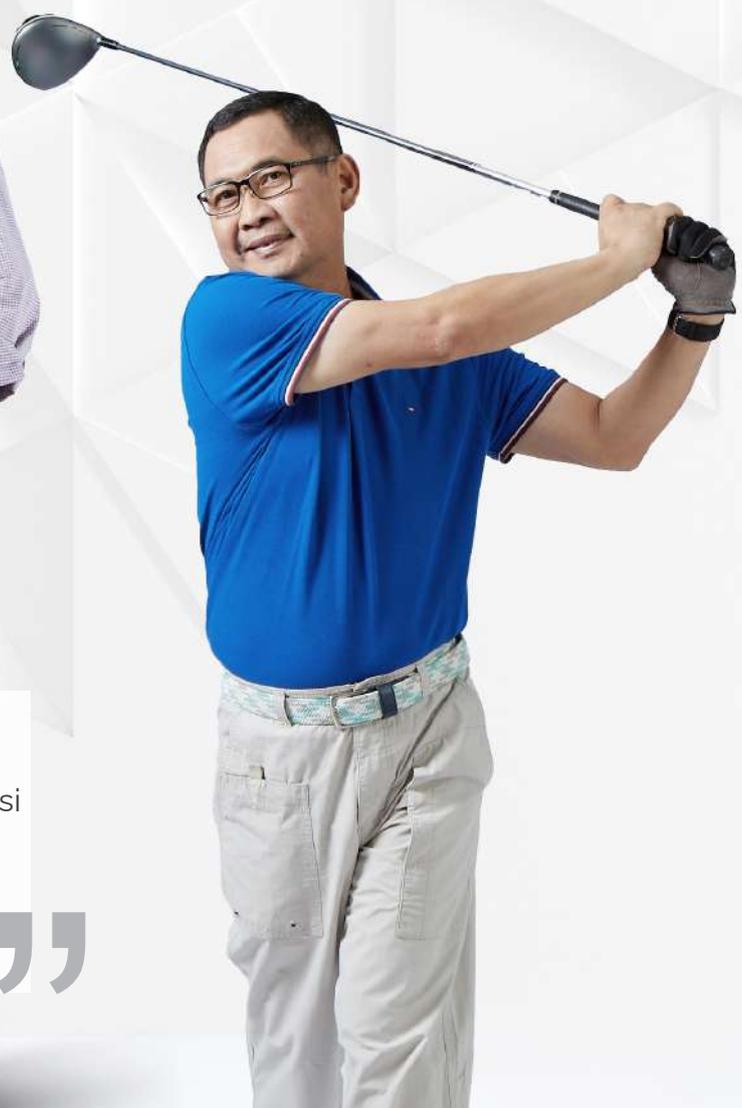


Profil Direksi



“ Memasak butuh keahlian dalam meracik bahan dan memadukannya menjadi komposisi yang pas dan tepat. Ini sangat berguna dalam dunia pekerjaan.

Tatang Yudha Santoso
Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko

”

“ Golf membuat bugar dan pikiran jernih, juga melatih konsentrasi, ketekunan, serta ketepatan. Semua itu sangat berguna di dunia pekerjaan.

Arif Prabowo
Direktur Utama

”



Arif Prabowo | Direktur Utama

Warga Negara Indonesia, 55 tahun

Arif Prabowo mulai menduduki posisi Direktur Utama PT. Metra Digital Media (MDMedia) sejak 1 Desember 2020. Sebelum dipercaya memegang jabatan itu, pria kelahiran Denpasar, Bali, tanggal 3 Oktober 1967 ini menjabat sebagai *Vice President Corporate Communication* Telkom Indonesia selama 9 tahun. Pada periode 2009-2012 selama 4 tahun, Arif Prabowo memegang posisi *SM Marketing & Sales Divisi Consumer Services* Telkom Indonesia.

Riwayat Pendidikan

- S1 Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya (1986-1991)
- S2 Virginia Polytechnic Institute & State University (1997-1999).

Riwayat Pekerjaan

- SM Marketing & Sales Telkom Regional III Telkom Indonesia (2004-2005)
- SM Marketing & Sales Telkom Regional VI Telkom Indonesia (2005-2009)
- SM Marketing & Sales Divisi Consumer Services Telkom Indonesia (2009-2012)
- Vice President Corporate Communication Telkom Indonesia (2012-2020)
- Direktur Utama MDMedia (2020-sekarang).

Riwayat Organisasi

- Majelis Pertimbangan Organisasi Forum Humas BUMN (2014-2020).

Prestasi Dan Penghargaan

2017

- Golden World Award
- International PR Award
- Silver Winner for Most Innovation Communication Professional of The Year Stevie Award.

2018

- Golden World Award
- International PR Award.

2019

- Golden World Award
- International PR Award
- Corporate Communication of The Year
- Mix Magazine.

2021

- Miracle Enterprise Awards
- Silver Award Operational Process Innovation Business Unit Subsidiary (Teknologi VIRZT pada Telkom Click 2021)
- IT Works
- Silver Award Top Digital Awards Implementation 2021
- Stevie Award
- Gold Award For Telkom Click 2021 New Experience though 3D Broadcasting Innovation (Innovation in Internal Corporate Events, MDMedia)
- Bronze Award For Telkom Click 2021 New Experience though 3D Broadcasting Innovation (Most Exemplary Employer, MDMedia).



Tantang Yudha Santoso | Direktur Keuangan & Manajemen Risiko

Warga Negara Indonesia, 45 tahun

Pria kelahiran Samarinda, Kalimantan Timur, tanggal 12 Oktober 1977, ini dipercaya menjadi Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko Metra Digital Media sejak 28 Juli 2020. Sebelum menempati posisi itu, Tantang Yudha Santoso menjabat sebagai AVP Leveraging Asset PT. Telekomunikasi Indonesia untuk periode 2017-2018.

Lulusan Sekolah Tinggi Teknik Telkom Bandung ini merintis kariernya sebagai Officer 3 Handling, PT Telekomunikasi Indonesia Carrier & Interconnection Service Center pada 2004.

Riwayat Pendidikan

- S1 Sekolah Tinggi Teknik Telkom Bandung (1997-2001).

Riwayat Pekerjaan

- Officer 3 Marketing D05 (2002-2004)
- Officer 3 Order Handling, PT Telekomunikasi Indonesia Carrier & Interconnection Service Center (2004)
- Officer 3 Order Handling, PT Telekomunikasi Indonesia CIC (2004)
- Officer-3 Ordering and Provisioning Moning 2, PT Telekomunikasi Indonesia Carrier & Interconnection Service Center (2004 – 2006)
- Officer 2 Transaction & Analysis Indosat Group (2005 – 2006)
- Officer 2 Assurance & Reporting, PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Carrier & Interconnection Service (2006 – 2007)
- Asman Reforming Balance Data, PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Carrier & Interconnection Service Center (2007 – 2009)
- Officer 1 Activity Management Intercarrier-2, PT Telekomunikasi Indonesia Divisi Carrier & Interconnection Service (2010 – 2011)
- SM Administrasi PT. Pramindo Ikat Nusantara (2011)
- AVP Corporate Development PT. Pramindo Ikat Nusantara (2011-2012)
- VP Strategic Planning & MGT System PT. PINS Indonesia (2015 - 2016)
- AVP Strategic Finance & Analysis, PT Telekomunikasi Indonesia Direktorat Keuangan (2016-2017)
- OSM Strategic & Retail Partnership, PT Telekomunikasi Indonesia Asset Management Center (2017)
- AVP Leveraging Asset, PT Telekomunikasi Indonesia Direktorat Keuangan (2017-2018)
- Direktur Keuangan & Manajemen Risiko PT. Metra Digital Media (2020-Sekarang).



Quotes

Arif Prabowo
Direktur Utama

"Golf membuat bugur dan pikiran jernih, juga melatih konsentrasi, ketekunan, serta ketepatan. Semua itu sangat berguna di dunia pekerjaan."

Teguh Herman Prasongko
GM Sales & Account BUMN

"Dibutuhkan stamina prima, ketenangan, kesabaran, perhitungan, dan kecermatan dalam bermain golf. Hal ini bisa diterapkan di pekerjaan demi terwujudnya tujuan."

Tatang Yudha Santoso
Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko

"Memasak butuh keahlian dalam meracik bahan dan memadukannya menjadi komposisi yang pas dan tepat. Ini sangat berguna dalam dunia pekerjaan."

Siti Aisyah Siregar
Vice President Finance

"Menikmati proses baking sangat penting sebelum makanan tersaji. Begitu pula di dunia pekerjaan. Sebelum memperoleh hasil terbaik, ada proses yang mesti dijalani."

Adri Yuniar
SGM Product & Solution

"Penting memahami budaya tempat tujuan agar travelling berkesan, juga untuk menambah pengetahuan. Aspek-aspek ini penting dalam menjalani pekerjaan."

Aderia
Chief Editor SEA Today

"Banyak membaca akan memberi banyak pengetahuan dan tentunya sangat berguna dalam memperlancar pekerjaan serta menjalani kehidupan."

Reynaldo Marganda Panggabean
Senior General Manajer Sales & Marketing

"Bermain basket perlu insting, kebugaran, ketepatan, pengendalian emosi, dan fokus agar bisa menang. Hal-hal ini bisa diterapkan dalam dunia pekerjaan."

Fakhri Novia Chalid
GM Creative & Activation dan Pgs GM Solution

"Bermain gitar mengajarkan saya menciptakan keharmonisan dalam setiap nada dan irama. Itulah yang seharusnya dilakukan dalam menjalani pekerjaan."



Ibnu Sudarmono
Vice President Corporate Planning

"Travelling merupakan jeda untuk mengistirahatkan pikiran. Dengan perasaan tenang, kita tidak akan terburu-buru dalam mengambil keputusan."

Eka Adrianie
GM Media

"Menjahit adalah melatih kesabaran, ketelitian, dan fokus demi mendapatkan hasil yang memuaskan. Di dunia pekerjaan, proses ini sangat berguna."

Antonius Bambang Dwicahyo
GM Sales & Account Enterprise

"Dari olahraga golf, saya belajar mengenai ketangkasan, ketekunan, dan ketepatan. Semua hal ini sangat berguna di dalam dunia kerja."

Hanif Helmi Aziz
GM Digital Business

"Dalam memasak, diperlukan keahlian, metode, teknik, peralatan, dan ketepatan. Begitu pula proses dalam pekerjaan demi mendapatkan hasil terbaik."

Awy Sirapurnaputra
Chief of Operation SEA Today

"Bers sepeda adalah kembali pada hidup yang tenang dan detail melihat sekitar, selain badan bugar dan sehat. Bukankah itu yang dibutuhkan dalam menjalani pekerjaan?"

Hengky Permadi
GM Sales & Account Government

"Bermain piano melatih seseorang berpikir cepat, multitasking, efisien, serta berani berimprovisasi dengan strategi yang matang demi hasil terbaik."

Catur Candrawulan
Vice President Procurement & Partnership

"Yang paling penting dari camping adalah persiapan agar semuanya menjadi lancar dan menyenangkan. Filosofi ini sangat berguna dalam dunia pekerjaan."

Achmad Syarif Hidayat
Pgs GM Product & Solution

"Kebugaran sangat penting agar kita mampu bekerja dan memberikan yang terbaik untuk perusahaan. Maka itu, saya memilih bersepeda agar badan selalu bugar."



03

PROFIL PERUSAHAAN

- 3.1 Informasi Perusahaan
- 3.2 Sekilas Perusahaan
- 3.3 Struktur Organisasi
- 3.4 Struktur Grup Perusahaan
- 3.5 Keunggulan Kompetitif
- 3.6 Riset dan Pengembangan
- 3.7 Sumber Daya Manusia
- 3.8 Teknologi Informasi





Informasi Perusahaan

- Nama Perusahaan: PT. Metra Digital Media
- Tanggal Pendirian: 22 Januari 2013
- Dasar Hukum Pendirian: Akta Pendirian PT. Metra Digital Media No. 28, tanggal 22 Januari 2013, dibuat di hadapan Notaris N.M Dipo Nusantara Pua Upa, S.H., MKn di Jakarta sebagaimana diuraikan dalam Tambahan Berita Negara Republik Indonesia No. 47 tanggal 11 Juni 2013.
- Jumlah Total Karyawan PT. Metra Digital Media 2021: 375 orang, dengan rincian sebagai berikut:
 - Pelaksana: 104
 - Supervisor: 126
 - Koordinator: 74
 - Manager: 57
 - General Manager: 14
- Bidang Kegiatan Usaha: Digital Advertising (Periklanan)
- Modal Dasar: Rp480.000.000.000
- Modal Disetor Penuh: Rp454.865.000.000
- Kepemilikan Saham Perusahaan 2021
 - PT. Multimedia Nusantara (TelkomMetra) memiliki 4.548.649 lembar saham atau 99,99%.
 - PT. Metra Digital Investama memiliki 1 lembar saham atau 0,01%.
- Alamat:
PT. METRA DIGITAL MEDIA
Gedung Telkom Landmark Tower Lantai 18
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 52
Jakarta Selatan 12710
Telepon: (021)- 2751 8777



Sekilas Perusahaan

PT. Metra Digital Media (MDMedia) didirikan pada 22 Januari 2013. MDMedia adalah "member of TelkomGroup" yang merupakan *subsidiary* PT. TelkomMetra.

Kepemilikan saham PT. Metra Digital Media per 2021 dipegang oleh dua pihak yaitu PT. Multimedia Nusantara sebesar 99,99% dan PT. Metra Digital Investama sebesar 0,01%.

MDMedia hadir sebagai salah satu upaya PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk (Telkom) untuk mengembangkan bisnis digital melalui portofolio TIMES (*Telecommunication, Information, Media, Edutainment, and Services*), sesuai dengan komitmen Telkom untuk menjadi perusahaan digital yang terdepan dalam memberikan ide serta kreativitas terbaik bagi komunikasi produk pelanggan.

Sejak didirikan pada 2013, MDMedia memiliki 5 portofolio yaitu Digital Advertising Agency, Digital Creative Business, Digital Media Publishing, Digital Directory, Data Analytics dan Printing Solution.

Tahun 2015, MDMedia melakukan transformasi bisnis menjadi 3 portofolio yaitu:

1. Digital Media & Content Creative melalui kegiatan perusahaannya berupa *media placement, creative activation, dan digital content services*.
2. Integrated Digital Media melalui kegiatan perusahaannya berupa *online advertising solution, mobile advertising services, media agregator, dan data analytic solution*.

3. Digital Printing melalui kegiatan perusahaan seperti mencetak buku, brosur, hingga materi promosi dan layanan cetak kartu pintar atau *smart card*.

Pada rentang 2016-2019, MDMedia melakukan berbagai strategi bisnis inisiatif baik melalui peningkatan kompetensi internal dan memperkuat portofolio *big data analytics* melalui strategi integrasi aset di internal TelkomGroup, serta meluncurkan layanan berbasis digital seperti eConcert, eSport, hingga Digital Yellow Pages.

Layanan-layanan tersebut kemudian dikembangkan secara intens pada tahun-tahun selanjutnya guna menjawab perkembangan bisnis digital yang semakin kreatif dan dinamis.

Tahun 2020, MDMedia meluncurkan inisiatif *business SMS Banking* dan Maxight, serta mengembangkan *virtual event* sebagai *mode survival* penyelenggaraan *event* di era pandemi COVID-19.

MDMedia memasuki bisnis *digital content* mulai akhir tahun 2020 setelah ditunjuk oleh Telkom Indonesia untuk mengelola News Channel SEA Today yang merupakan kanal berita dengan target audiens publik internasional.



Sekilas SEA Today

Southeast Asia Today atau SEA Today adalah saluran televisi berita di ASEAN dengan target audiens publik internasional, yang dikelola oleh PT. Metra Digital Media, dengan slogannya "See Indonesia, See The World."

SEA Today diresmikan bertepatan dengan Hari Sumpah Pemuda 28 Oktober 2020 oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Erick Thohir. Saluran ini merupakan saluran pemberitaan, dokumenter dan majalah berita di Asia Tenggara yang bertujuan membawa kabar baik ASEAN.

Tayangan perdana yang disiarkan secara langsung adalah SEA Morning Show, hadir setiap hari pukul 06.00-09.00 WIB. Program disajikan dalam bahasa Inggris, yang mengulas peristiwa terkini, laporan langsung dari tempat kejadian, acara bincang-bincang, sampai *performance* dan *features* dari Asia Tenggara (termasuk ASEAN) dan dunia.

Saluran ini dapat diakses secara daring lewat laman web dan aplikasi SEA Today, MAXstream dan useeTV Go serta *live streaming* YouTube di kanal SEA Today News.



Anak Perusahaan MDMedia

PT. Balebat Dedikasi Prima (Brite) adalah anak perusahaan MDMedia yang bergerak di bidang percetakan dan penerbitan berskala nasional.

Brite yang berbasis di Bogor didirikan dengan Akta Pendirian Nomor 5 dari Trismorini Asmawel, SH tanggal 17 Juli 2000 dan telah disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusan Nomor: C-3530.HT. 01. TH 2001 tanggal 30 Maret 2001.

Akta Pendirian diubah dengan akta nomor 07 tanggal 20 Agustus 2010 oleh Notaris Sjaaf De Carya, SH.

Sejak didirikan pada 17 Juli 2000, Brite terus berkembang dalam industri percetakan dengan kompetensi awal sebagai perusahaan percetakan dan *publishing* yang mendukung kebutuhan Telkom Indonesia dalam memproduksi buku Yellow Pages dan White Pages yang awalnya diterbitkan oleh PT. Infomedia Nusantara yang kemudian dilanjutkan oleh PT. Metra Digital Media.

Pada 2018, Brite memiliki saham sebesar 80.000 lembar saham dan modal ditempatkan dan disetor sebesar 69.426 lembar saham.

Dengan demikian, maka komposisi saham PT. Metra Digital Media Nusantara yaitu sebanyak 36.459 lembar atau 52,51%, PT Infomedia Nusantara sebanyak 31.897 lembar atau 45,95%, dan Koperasi Karyawan sebanyak 1.070 lembar atau 1,54%. Pada 18 Januari 2018, Balebat secara resmi berganti nama brand menjadi Brite, perubahan branding perusahaan menjadi Brite mencerminkan tantangan Brite ke depan untuk bertransformasi dari perusahaan cetak konvensional menjadi perusahaan "Smart Digital Printing".

Semangat transformasi tersebut juga diperlihatkan oleh Brite dengan mempersiapkan portofolio bisnis terbarunya yaitu Smart Card yang mulai dipersiapkan 2019.

Portofolio ini berkompeten dalam pembuatan kartu pintar (*smart card*) berbahan plastik menggunakan chip serta aplikasi di dalamnya. Kartu pintar ini juga dilengkapi dengan layanan personalisasi hingga pengemasan.

Selama 2021, Brite melanjutkan pembenahan tata kelola perusahaan dan implementasi bisnis berkelanjutan yang ditandai dengan penerimaan pendapatan di portofolio bisnis baru *smart card*.

Di tahun mendatang, Brite dengan penuh semangat akan meneruskan pijakan selanjutnya atas lima program kerja yang telah berjalan dan tetap dengan tujuan utama untuk memberikan "return" yang maksimal bagi induk perusahaan.



Fakhri Novia Chalid
GM Creative & Activation dan Pgs
GM Solution

"Bermain gitar mengajarkan saya menciptakan keharmonisan dalam setiap nada dan irama. Itulah yang seharusnya dilakukan dalam menjalani pekerjaan."



Eka Adrianie
GM Media

"Menjahit adalah melatih kesabaran, ketelitian, dan fokus demi mendapatkan hasil yang memuaskan. Di dunia pekerjaan, proses ini sangat berguna."

Portofolio Bisnis

Portofolio bisnis menjadi salah satu alat analisis bisnis yang dapat digunakan untuk mengukur kinerja dan performa setiap unit produk perusahaan. Dalam sebuah korporasi, portofolio bisnis juga dirancang untuk merumuskan strategi bisnis perusahaan.

Portofolio bisnis akan dipakai sebagai pedoman untuk melihat keberhasilan atau prestasi yang telah dicapai oleh sebuah perusahaan.

Saat calon konsumen akan menggunakan produk atau jasa yang dijual oleh suatu perusahaan, portofolio bisnis ini sangat diperlukan sebagai bukti performa dan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen.

Nantinya, portofolio bisnis bisa dipakai untuk membuktikan konsumen terkait kapabilitas perusahaan dalam mengelola dan mengembangkan bisnis.

Menyadari betapa pentingnya portofolio bisnis dalam korporasi, MDMedia terus mengembangkan berbagai inovasi dan produk untuk memastikan kesiapan daya saing di dunia bisnis digital Indonesia. Berikut ini daftar produk dan lini bisnis yang dijalankan oleh MDMedia:

1. Digital Media & Content Creative

a. Media Placement

Ini merupakan solusi layanan *online advertising* yang menyediakan jasa pemasangan iklan di tempat-tempat strategis menggunakan media perantara. Tujuannya adalah untuk membangun *brand awareness*, memasarkan produk, dan menjangkau calon konsumen.

MDMedia menjamin kepastian pemasangan iklan di media-media pilihan pengiklan. Berikut ini beberapa

layanan *media placement* yang dimiliki oleh MDMedia.

- *Media Planner*
Layanan perencanaan iklan untuk memasarkan produk di media konvensional seperti televisi, radio, koran atau majalah, *digital out of home advertising* (OOH) seperti billboard, spanduk, *point of sale display*, dan lainnya.
- *Media Buying*
Layanan pembelian iklan di media konvensional seperti televisi, radio, koran, majalah, *out of home advertising* (OOH) dan media lainnya.

b. Creative Activation

Kreativitas sangat diperlukan dalam mempertahankan bisnis dan menghadapi persaingan. Ide-ide kreatif selalu menjadi cikal bakal lahirnya karya yang luar biasa. Sebagai digital agensi dalam dunia periklanan, kreativitas menjadi salah satu elemen terpenting dalam memperkenalkan sebuah produk.

Pandemi COVID-19 yang terjadi sejak 2020 justru menjadikan lini bisnis ini meraup peluang yang baik, melalui ide-ide kreatif yang dihasilkan. Hal ini terbukti dengan lahirnya program-program unggulan selama pandemi, seperti TVC "Semua Bisa Berubah Maju", Social Movement Cover Song Competition, TVC IndiHome "Langkah Bersama", Comic IndiHome, Video CSR Telkom, dan lainnya.

Berikut ini layanan creative activation yang dimiliki MDMedia:

- *Creative Communication*
Layanan pembuatan ide-ide kreatif, mulai dari merancang konsep, desain, penulisan naskah, audio, video, *key visual*, *post of material*, *branding*, dan



lainnya, untuk ATL (*above the line*) dan BTL (*below the line*) seperti spanduk, baliho, televisi, radio, sponsor, *brand activation*, *direct mail marketing*, hingga *in-store marketing*.

- **Activation Solution**

Keberhasilan sebuah *event* atau acara juga bergantung pada ide kreatif sehingga menentukan apakah acara tersebut berjalan dengan baik atau tidak.

Activation solution membantu klien membuat dan merancang ide, konsep hingga ke proses produksinya baik berupa permintaan pelanggan, maupun *own activation* atau *activation* yang dibuat oleh MDMedia.

- **c. Digital Content Services**

Konten-konten digital saat ini telah menjadi asupan bagi semua orang, yang bisa diperoleh di mana saja. Perkembangan era digital yang sangat masif membuat siapa pun bisa mendapatkan informasi, hiburan, tayangan, dengan sangat mudah.

Menghasilkan konten digital yang tak hanya sekadar menarik namun juga berkualitas adalah hal penting di tengah menjamurnya berbagai platform media digital. Berikut ini beberapa layanan digital yang dimiliki MDMedia:

- **SEA Today**

Konten yang berupa berita dan *lifestyle* di ASEAN yang disajikan dalam bahasa Inggris dan tayang di berbagai kanal seperti di saluran televisi berbayar baik nasional maupun internasional.

Selain itu, SEA Today juga bisa disaksikan melalui *Over the Top Media Service (OTT)* seperti Youtube, Instagram, Twitter, Facebook, website UseeTV.com, SEA Today.com, dan aplikasi seperti apps SEA Today, Maxstream, UseeTVGO, dan lain-lain.

- **Others Digital Content Services**

Selain SEA Today, MDMedia juga memiliki layanan konten digital lainnya.



2. Integrated Digital Media

Sebuah bisnis tidak akan bisa bertahan tanpa mengikuti perkembangan zaman. Berbicara soal era digital tidak terlepas dari peran media sosial saat ini. Ada banyak sekali platform yang bisa dipakai untuk berbagai keperluan, mulai dari sumber informasi, hiburan, hingga telekomunikasi.

Melalui Integrated Digital Media, MDMedia membantu klien untuk memasarkan atau mengkampanyekan produk dan mencari calon konsumen potensial di media sosial.

Media sosial punya peran yang besar dalam memberikan identitas terhadap produk yang dijual atau dipasarkan, dan memungkinkan para pelaku pasar untuk berkomunikasi dengan calon pelanggan, berinteraksi dengan mitra kerja, kolaborator, sehingga bisa menjangkau target yang lebih luas.

Semakin unik dan kreatif sebuah konten kampanye atau iklan, maka semakin banyak menarik perhatian orang. Berikut ini layanan Integrated Digital Media yang dimiliki MDMedia:

a. Online Advertising Solution

- *Online Ads*
Jasa dan layanan solusi pembuatan iklan online digital untuk membangun *awareness* yang disesuaikan dengan *budget* dari klien termasuk di dalamnya Social Media Ads.
- *Performance Base Campaign Management*
Layanan ini adalah solusi produk melalui *channel* online yang dapat membantu klien, dilihat berdasarkan *performance base*.

- *Digital Enterprise Solution*
Merupakan produk inkubasi MDMedia antara lain: karaoke online, amoeba, *others* digital media, dan sebagainya.

b. Mobile Advertising Services

Ponsel pintar atau *smartphone* saat ini menjadi kebutuhan bagi semua orang dalam berkomunikasi. Oleh karena itu, *mobile advertising* menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan *brand awareness* serta penjualan bagi sebuah bisnis.

Saat ini *handphone* menjadi salah satu produk teknologi yang digunakan setiap hari, sehingga menjadi media yang berpeluang besar dalam mengiklankan produk klien. Berikut ini layanan *mobile advertising service* yang dimiliki MDMedia:

- SMS Banking: Layanan SMS notifikasi untuk pengguna jasa layanan perbankan berupa UMB, SMS Pull, dan SMS Interactive.
- Mobile Value Added Services (VAS): Layanan yang menggabungkan produk *mobile* dengan data *profiling/landing page/link*, dan lainnya.
- Mobile Content: Layanan pengelolaan konten melalui sarana *mobile* gawai, contohnya alat bayar untuk wifi.id, indischool, dan *games* via *shortcode* 98108.
- SMS Bulk/SMS A2P: Pengiriman teks (SMS) kepada banyak user yang dilakukan secara bersamaan atau yang biasa disebut SMS Blast.



Hanif Helmi Aziz
GM Digital Business

"Dalam memasak, diperlukan keahlian, metode, teknik, peralatan, dan ketepatan. Begitu pula proses dalam pekerjaan demi mendapatkan hasil terbaik."



Achmad Syarif Hidayat
Pgs GM Product & Solution

"Kebugaran sangat penting agar kita mampu bekerja dan memberikan yang terbaik untuk perusahaan. Maka itu, saya memilih bersepeda agar badan selalu bugar."

- SMS Multichannel: Layanan solusi yang mengintegrasikan SMS, WA, Web, dan sebagainya.
- SMS Non Bulk;
 - SMS Targeted; Pengiriman teks (SMS) kepada *targeted user* via masking sender id.
 - SMS LBA: Pengiriman teks (SMS) kepada target pengguna berdasarkan lokasi area tertentu.
 - SMS Interaktif: Pengiriman teks (SMS) kepada *targeted user* yang memungkinkan penerima untuk berinteraksi/membalas sms tersebut.

c. Media Agregator

- *Digital Out of Home (DOOH)*
Merupakan media inventori *digital advertising* luar ruang yang dimiliki oleh MDMedia untuk penayangan iklan dalam format statis *image* maupun video dengan sistem pengoperasian dan pengaturan jam dan durasi tayang yang terprogram secara online.

MDMedia memiliki 10 titik yang terletak di Jakarta (Atrium Senen, Sisingamangaraja), Bogor (Pajajaran), Bandung (Japati, Laswi, Supratman), Semarang (Pahlawan), Makassar (Pettarani), Yogyakarta (Yos Sudarso), dan Palembang (Merdeka).

- *Data Analytic Solution*
Menganalisis dan membaca data menjadi salah satu dasar penting untuk mengetahui perilaku konsumen terhadap suatu produk. Melalui portofolio ini, MDMedia membantu menyediakan data-data hasil dari Analisa kepada klien, sebagai salah satu bahan untuk mengembangkan strategi bisnis.
- *Maxight (Mobile Insight)*
Ini adalah layanan MDMedia yang menggunakan basis analisa data pengguna telekomunikasi seluler

terkait demografi, perilaku konsumen, hingga mobilitas pengguna layanan seluler. Nantinya, hasil dari analisa tersebut akan menjadi acuan untuk memberikan *insight* kepada pelanggan dari berbagai industri.

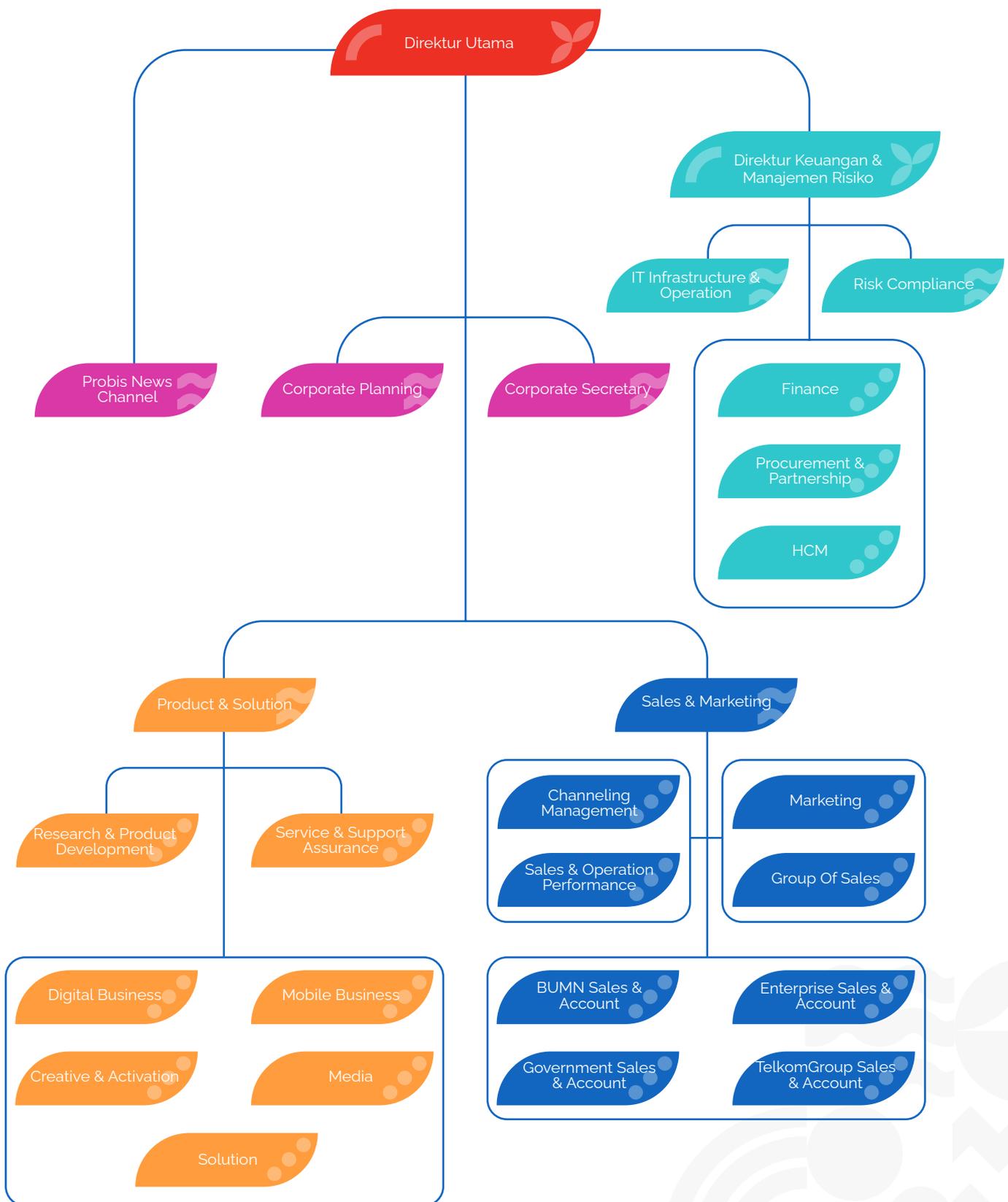
- Digital Analytic Campaign
- Big Data Solution
Analisis data bisa memberikan pandangan untuk mengambil kebijakan bisnis karena dihasilkan lewat penerapan kualitas data yang ketat dan algoritma *mobile insight* yang sudah teruji.

3. Digital Printing

Salah satu lini bisnis MDMedia yakni digital printing memfokuskan pada aktivitas percetakan dengan menggunakan metode percetakan modern dari sebuah gambar, ide, foto, baik produk atau kampanye, dengan berbasis digital. Proses cetak gambar yang sudah didesain akan dicetak dalam bentuk media fisik. Ada 2 layanan cetak yang disediakan oleh MDMedia.

- Layanan mencetak majalah, buku, brosur, hingga materi-materi promosi.
- Layanan cetak kartu pintar untuk SIM Card.

Struktur Organisasi





Struktur Grup Perusahaan

PT. Metra Digital Media Nusantara memiliki satu anak perusahaan yang bergerak di bidang percetakan dan publikasi yaitu PT. Balebat Dedikasi Prima (Brite) yang didirikan pada 17 Juli 2000. Brite berkomitmen menjadi perusahaan percetakan yang adaptif dengan perkembangan teknologi. Saat ini, Brite memiliki portofolio bisnis yaitu *smart card*.

Brite terus melakukan upaya-upaya penyempurnaan bisnis proses dan kebijakan, peningkatan kompetensi SDM, dan persiapan infrastruktur yang baik dan berteknologi, demi tercapainya kepuasan pelanggan dan memberikan imbal hasil yang maksimal bagi induk perusahaan.

Pada 2020, Brite *smart card* telah memulai melakukan akuisisi pelanggan pada segmentasi pasar telekomunikasi domestik hingga mancanegara dan segmentasi pasar perbankan.

Brite pada 2021 memiliki program kerja lanjutan yang meliputi *Business Acceleration*, *Profitability Improvement*, *Financial & HCM Improvement*, *Standardized Operations*, dan *Corporate Action*.

Program-program tersebut merupakan upaya untuk meningkatkan performa perusahaan agar tetap bertahan dan memiliki daya saing di industri percetakan.

a. Business Acceleration

- Brite fokus dalam upaya mengakuisisi pasar smart card khususnya TelkomGroup dan Himbara dengan menyiasati kondisi yang ada. Selain itu, Brite tetap melakukan upaya akselerasi pemenuhan kebutuhan investasi dan modal kerja bisnis *smart card* untuk melengkapi kebutuhan infrastruktur dan ketersediaan modal kerja. Hal ini dilakukan dalam rangka memenuhi kepuasan pelanggan dan pengembangan segmentasi pasar *smart card*.
- Fokus pada klien dengan kredit rating yang baik untuk memastikan kualitas *revenue*.
- Terbuka untuk order maklon yang menawarkan jasa cetak, khususnya percetakan komersial.

b. Profitability Improvement

- Melakukan efisiensi *direct cost*. Dalam industri manufaktur, menjaga *direct cost* sesuai dengan perencanaan adalah hal yang sangat penting.
- Melakukan efisiensi *operational expenses* untuk memastikan setiap biaya yang timbul dari setiap aktivitas dapat dipertanggungjawabkan dan efektif bagi perusahaan.
- Upaya peningkatan produktivitas karyawan dengan memastikan pemanfaatan waktu kerja sebaik mungkin dan mengukur output dari masing-masing karyawan.



c. Financial & HCM Improvement

- Melakukan perbaikan sistem pencatatan keuangan.
- Melakukan *review* atas kapasitas dan kapabilitas sumber daya manusia di Brite dengan menerapkan *job analysis* yang disertai *review* dan pengesahan matriks tanggung jawab serta *job description* setiap fungsi di perusahaan.
- Evaluasi kinerja, perbaikan dan mengembangkan pengukuran, serta pelaporan kinerja karyawan.

d. Standardized Operations

- Melakukan pengaturan mekanisme dan pembagian kerja pelaksana tugas masing-masing unit di dalam perusahaan yakni berupa restrukturisasi organisasi dalam upaya tercapainya daya saing perusahaan yang berkesinambungan.
- Review dan pengembangan *Standard Operational Procedure (SOP)* perusahaan untuk menerapkan *Quality Management System* yang baik, berupa penyusunan kembali *business process* level 0,1,2, dan 3.
- Melakukan kebijakan sistem produksi dan inventaris menggunakan sistem *First In First Out (FIFO)* dan *Just In Time (JIT)* untuk mengoptimalkan *cash flow* dan menghindari biaya-biaya akibat kelebihan bahan baku dan barang jadi dalam rangka memenuhi target *profitability*.

e. Corporate Action

- Akselerasi pengembangan bisnis *smart card* dengan kecepatan mengakuisisi pasar.
- Konsolidasi grup usaha untuk mendukung bisnis Brite baik percetakan *smart card* dan komersial.
- Penggunaan *integrated printing application* untuk memastikan proses bisnis berjalan efektif dan efisien serta terukur.

Tahun 2021 merupakan tahun bagi Brite untuk melanjutkan pembenahan tata kelola perusahaan dan implementasi bisnis yang berkelanjutan yang ditandai dengan penerimaan pendapatan di portofolio bisnis baru *smart card*.

Ke depannya, Brite dengan penuh semangat akan meneruskan pijakan selanjutnya atas lima program kerja yang telah berjalan dan tetap dengan tujuan utama untuk memberikan "*return*" yang maksimal bagi induk perusahaan.



Keunggulan Kompetitif

Dalam dunia bisnis, sebuah perusahaan harus memiliki keunggulan-keunggulan dari produk dan jasa yang ditawarkan.

Hal tersebut bertujuan agar perusahaan mampu bersaing dan berkompetitif dengan pesaingnya, sesuai dengan bidang yang dijalankan.

Adapun beberapa faktor yang berpengaruh terhadap keunggulan kompetitif dalam perusahaan diantaranya memiliki ekuitas merek yang kuat, menawarkan produk berkualitas tinggi, mampu menciptakan produk yang inovatif dan berkualitas, sumber daya manusia yang unik, hingga mampu mempertahankan loyalitas pelanggan.

Berikut ini beberapa keunggulan kompetitif dari MDMedia:

- MDMedia terus menciptakan inovasi-inovasi produk dan jasa kepada masyarakat, khususnya kepada klien, karena MDMedia merupakan bagian dari TelkomGroup dan Kementerian BUMN.
- MDMedia sebagai *advertising agency* berkomitmen memberikan berbagai solusi dan layanan, baik melalui media konvensional maupun media digital kepada klien.
- MDMedia sebagai Market leader SMS A2P menjadi salah satu layanan di produk Mobile Advertising dengan market share >50% secara nasional.
- MDMedia menyediakan layanan *big data analytic* untuk membantu klien menargetkan campaign ke audiens tertentu dengan memanfaatkan informasi minat konsumen, termasuk membuat iklan yang sukses. Hal ini merupakan salah satu *value added* bagi portofolio produk MDMedia.



Riset dan Pengembangan

Sebuah perusahaan perlu melakukan riset dan pengembangan atau *Research and Development* (R&D) agar bisa terus bersaing dengan kompetitor. Melalui R&D, perusahaan akan memanfaatkan akumulasi teori, pengetahuan, metode dan teknik untuk mengembangkan produk, membuat jasa, layanan, mulai dari perencanaan hingga proses produksi.

Selama 2021, MDMedia terus melakukan pengembangan produk melalui kerja sama dengan sejumlah klien, dalam bentuk proyek-proyek yang umumnya berkaitan dengan analisis data. Berikut ini beberapa proyek MDMedia dengan sejumlah klien.

MDMedia bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata (Kemenpar) RI, melalui sebuah proyek yaitu Data Roaming Kemenpar, dalam pemanfaatan Mobile Positioning Data (MPD).

Melalui kerja sama ini, MDMedia membantu Kemenpar dalam menghitung kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun lokal hingga memantau pergerakan wisatawan di suatu tempat.

Pergerakan wisatawan bisa dipantau dan dilihat melalui data roaming, yang diambil dari setiap transaksi penggunaan internet. Data-data yang dihasilkan ini, bisa menjadi acuan untuk menentukan serta memetakan pengembangan pariwisata di Indonesia.

Selain Kemenpar, MDMedia juga menyediakan koneksi mediasi data wisatawan untuk Badan Pusat Statistik (BPS) dengan metode MPD.

Selanjutnya, Lembaga Penyiaran Publik Radio Republik Indonesia (LPP RRI) menggandeng MDMedia dalam proyek Lay Big Data News Analytic melalui sosial media.

MDMedia menghimpun data terkait pemberitaan di media digital atau media sosial. Data ini kemudian akan diproses dalam informasi yang terstruktur untuk digunakan oleh perusahaan (RRI) dalam berbagai kepentingan.

Selain itu, MDMedia bersama Telkomsel bekerja sama dalam proyek Data Social Listening Monitoring System. Melalui proyek ini, MDMedia “mendengarkan” apa yang dilakukan oleh pelanggan Telkomsel di media sosial, yang bertujuan untuk memperoleh umpan balik dari konsumen.

MDMedia juga melakukan *monitoring* atau pemantauan kegiatan media sosial, dengan memperhatikan pesan yang secara langsung berhubungan dengan klien atau *brand* perusahaan (Telkomsel).

Melalui proyek lain, MDMedia membantu IndiHome menyediakan data *driven marketing*, yaitu suatu metode dalam menentukan keputusan akhir pemasaran. Data-data yang dianalisis diambil dari Google Analytic, *insight*, dan *engagement* di media sosial.

Semua data tersebut akan dipantau dan diproses pergerakannya dalam jangka waktu tertentu, sehingga jelas dan akurat. Apabila sudah terhimpun, data-data tersebut nantinya akan dipakai untuk menjadi dasar dan acuan dalam merencanakan proses promosi selanjutnya.

Bersama IndiHome, MDMedia melakukan *micro demand survey* atau metode peramalan pelanggan IndiHome. Melalui metode ini, MDMedia membantu IndiHome mengumpulkan data informasi untuk perencanaan jaringan di masa datang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Metode *micro demand* dilakukan untuk perencanaan dengan memproyeksikan kebutuhan pelanggan IndiHome, berdasarkan data pelanggan dan calon pelanggan yang dilakukan saat survei.

Selanjutnya, dalam pengembangan pariwisata, MDMedia membantu Kemenparekraf menyediakan data-data dan informasi untuk melakukan *cross border tourism* atau program pariwisata lintas batas.

Di sektor pendidikan, MDMedia membantu Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi (Dikti) dalam memantau performa perguruan tinggi di Indonesia berdasarkan ranking dan *impact ranking* dengan menggunakan metode *analytic platform*.

Berikut ini daftar pengembangan produk dalam bentuk kerja sama yang dilakukan oleh MDMedia dengan sejumlah klien:

Nama Proyek	Klien	Use Case
1 Data Roaming Kemenpar	Kemenpar	Mobile Positioning Data
2 Lay Big Data News Analytic	LPP RRI	Social Media Analytic
3 Data Social Listening Monitoring System	Telkomsel	Social Media Analytic
4 IndiHome Digital Advertising Big Data Tsel	IndiHome	Data Driven Digital Marketing (T-Sel)
5 IndiHome Micro Demand Survey	IndiHome	Micro Demand Survey
6 Maxight API Service	Subex Digital	ID Verification with Telco Data
7 Digital Verification Modul KYC (Location Base)	Bank BNI	Smart Digi Verification
8 Maxight API Service	Bank KEB Hana	Location Score
9 Broadcast Message Program 4G	Telkomsel	Broadcast Message
10 Tourism Management	Kemenparekraf	Cross Border Toursim
11 Mobility Insight Mobidangro	Egis Rail SA	Mobility Insight
12 Layanan Artificial Intelligence & Search Engine Optimation	LPP RRI	Social Media Analytic
13 Monitoring Performa Universitas based on ranking QS	Dikti	QS Analytc Platform
14 Analisa Profile & Behavior	IndiHome	Analytic Platform GA360
15 Pengadaan Social Listening and Analytics	Telkomsel	Social Media Analytic
16 Monitoring performa Universitas berdasarkan THE ranking dan Impact ranking	Dikti	The Analytic Platform
17 Koneksi Mediasi Data Wisatawan	BPS	Mobile Positioning Data
18 Insight pergerakan mobile seluler dengan profile segmentasi pengguna ADA Asia Ride Hailing	ADA Asia	Business Insight Transport Mobility



Sumber Daya Manusia

Keberadaan Sumber Daya Manusia (SDM) dalam sebuah perusahaan menjadi salah satu elemen penting untuk menggerakkan bisnis dan kegiatan korporasi.

Jika kualitas SDM kurang baik, maka perusahaan akan sulit menjalankan motor bisnis dan rencana yang telah dirancang. Oleh karena itu, pemberdayaan SDM memiliki peran yang cukup signifikan dalam keberlangsungan sebuah perusahaan.

Menyadari akan pentingnya SDM sebagai modal dan elemen penting, MDMedia senantiasa melakukan pengelolaan SDM dengan baik, sehingga bisa berdampak positif bagi perusahaan.

1. Kebijakan Sumber Daya Manusia

Pengelolaan kebijakan sumber daya manusia atau Human Capital Management (HCM) MDMedia pada tahun 2021 dilaksanakan secara obyektif, transparan, dan akuntabel. Maka, diperlukan strategi bisnis demi memenuhi kebutuhan kompetensi *human resources* yang mendukung transformasi berkesinambungan sesuai dengan arah bisnis MDMedia.

a. Profil SDM

Perencanaan dan pengembangan sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu faktor penting dalam sebuah perusahaan.

Proses perencanaan SDM dilakukan untuk menjamin keberlanjutan dan ketersediaan tenaga kerja yang kompeten dan sesuai dengan kebutuhan aktivitas perusahaan.

Pada 2020 jumlah total pegawai MDMedia ada sebanyak 321 orang. Angka tersebut kemudian bertambah sebanyak 54 orang, sehingga jumlah total karyawan MDMedia per 31 Desember 2021 yaitu sebanyak 375 orang.

Sementara itu, jumlah pegawai organik (OR) MDMedia mengalami penurunan yaitu dari 193 orang pada 2020 menjadi 149 orang pada 2021 atau sekitar 22 persen.

Dengan demikian, jumlah total pekerja MDMedia pada 2021 secara keseluruhan mengalami kenaikan sebesar 16,8 % dibandingkan tahun lalu.

Seiring dengan pengembangan dan akselerasi inisiasi bisnis perusahaan MDM yaitu SEA Today, pada 2021 terjadi peningkatan jumlah karyawan yang cukup signifikan, yaitu sebanyak 100 orang.

Pada tahun sebelumnya, jumlah karyawan SEA Today ada sebanyak 76 orang, sehingga total karyawan saat ini ada sebanyak 176 orang, atau naik sebesar 131,5 %.

Dalam transformasi bisnis menuju digital media berbasis teknologi, MDMedia terus berupaya untuk menjadi lebih agile and lean sehingga bisa memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui produk-produk yang dihasilkan.

Berikut ini pembagian level jabatan pekerja MDMedia:



SDM MDMedia Berdasarkan Level Jabatan

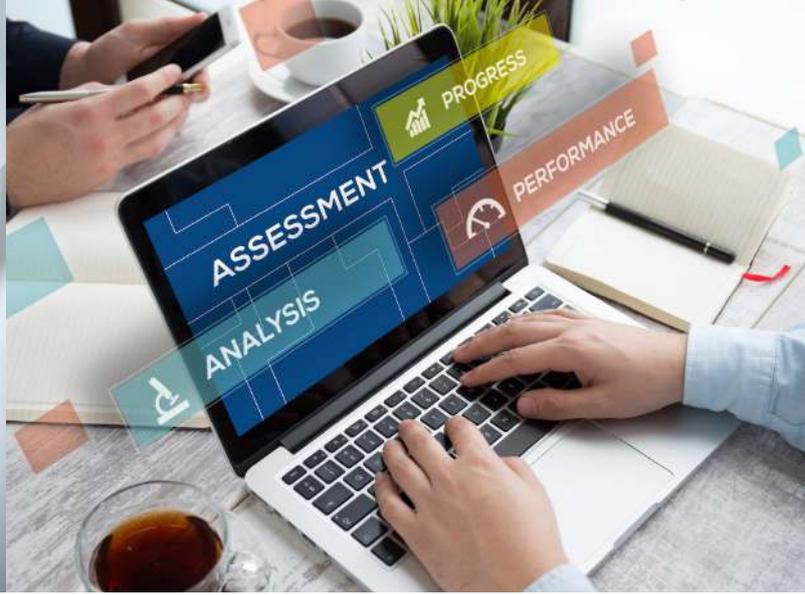
Level Jabatan	Organik 2020	Outsource 2020	SEA Today 2020	Organik 2021	Outsource 2021	SEA Today 2021
Pelaksana	3	26	20	-	26	78
Supervisor	53	24	39	35	22	69
Koordinator	64	2	12	50	2	22
Manager	56	-	4	51	-	6
General Manager	17	-	1	13	-	1
Total	193	52	76	149	50	176

SDM MDMedia Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Organik 2020	Outsource 2020	SEA Today 2020	Organik 2021	Outsource 2021	SEA Today 2021
SMA	13	4	1	5	4	4
D1-D3	16	21	8	11	18	23
S1	145	27	55	119	28	133
S2	19	-	12	14	-	16
S3	-	-	-	-	-	-
Total	193	52	76	149	50	176

SDM MDMedia Berdasarkan Usia

Usia	Organik 2020	Outsource 2020	SEA Today 2020	Organik 2021	Outsource 2021	SEA Today 2021
>45	90	1	-	58	3	5
41-45	41	4	7	34	6	13
36-40	38	18	10	33	16	29
31-35	15	13	24	15	15	43
<30	9	16	35	9	10	86
Total	193	52	76	149	50	176



b. Rekrutmen Karyawan

Sebagai salah satu upaya mendukung tercapainya target perusahaan, MDMedia melakukan berbagai pola rekrutmen, khususnya untuk posisi di *Unit Business* baru News Channel SEA Today.

Rekrutmen profesional atau tenaga profesional berjangka waktu (PKWT) dilakukan untuk memenuhi berbagai level kompetensi pekerja. Rekrutmen ini diharapkan bisa memberikan dampak positif terhadap upaya percepatan operasional PT. Metra Digital Media.

c. Penilaian Kinerja SDM

Pengukuran kinerja Pekerja MDMedia menggunakan konsep Performance Management System (PMS) untuk mengukur performa, kompetensi, dan *behavior*.

Penilaian kompetensi dan *behavior* dilaksanakan melalui metode 360 derajat, sedangkan untuk performa diukur dengan berbasis *objective key result* yang mulai diimplementasikan di TelkomGroup yang pelaksanaannya dilakukan *cascading* berdasarkan *goals* dan *objective* perusahaan hingga pada level individu.

d. Pengembangan SDM

Pengembangan SDM di MDMedia pada 2021 dilaksanakan dengan obyektif sesuai strategi bisnis serta kebutuhan kompetensi SDM yang mendukung transformasi bisnis MDMedia.

Dalam mengembangkan SDM, MDMedia bekerja sama dengan Telkom Corporate University (CORPU) dan Metra Holding.

Tahun 2020, dilaksanakan beberapa program pengembangan antara lain:

- Program peningkatan kompetensi Digital Capability Readiness, program pengembangan sesuai dengan kebutuhan organisasi dalam setiap

jabatan.

- Program peningkatan berkenaan dengan internalisasi AKHLAK sebagai budaya perusahaan.
- Program peningkatan *capability* pada fungsi activity management (AM).
- Program sertifikasi keahlian dalam rangka mendukung operasional dan *delivery* layanan.
- Program IDEA sebagai pembekalan untuk *assesment*.
- Peningkatan pengukuran dan pengembangan kompetensi.
- Program inovasi ide bersama unit marketing.
- Pengembangan dan pelatihan SDM dilaksanakan dalam berbagai program kegiatan, antara lain workshop, *classical*, studi kasus, dan *sharing session*.

e. Program Assesment

Assesment merupakan suatu metode pengukuran/penilaian berbasis kompetensi yang didesain dengan mengikuti standarisasi dari TelkomGroup.

Assesment dilakukan untuk memenuhi kebutuhan kompetensi pada posisi tertentu dengan tujuan dapat mengukur kompetensi saat ini dan melihat potensi jangka panjang pekerja.

Dalam melaksanakan proses *assesment*, MDMedia MDMedia bekerjasama dengan Assesment Center Indonesia by Telkom Indonesia dan Independent HR Consulting telah melakukan Program Assesment level manajemen dan level non-manajemen.



Teknologi Informasi

Di era digitalisasi seperti sekarang ini, peran teknologi informasi (TI) menjadi salah satu unsur penting dalam berbagai hal. Penerapan teknologi informasi dalam sebuah perusahaan diperlukan untuk mengolah data, memproses, menyusun, dan menyimpan demi menghasilkan informasi yang berkualitas.

Teknologi informasi tak hanya sekadar mendukung proses bisnis dalam sebuah perusahaan, tapi juga mengambil peranan penting dalam hal manajemen data, hingga untuk mempermudah cara komunikasi.

Pandemi COVID-19 telah membuat berbagai perubahan dan kebiasaan yang ada termasuk pola dan kerja di suatu perusahaan. MDMedia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *digital advertising*, berusaha menyesuaikan kebutuhan kerja di masa pandemi, terutama saat kebijakan *remote working* diberlakukan oleh pemerintah.

Penerapan kebijakan *Work from Home* (WFH) atau bekerja dari rumah membuat MDMedia melakukan terobosan "IT Recovery" agar perusahaan dapat tetap beroperasi dengan baik walaupun harus mengimplementasikan *Flexy Working Arrangement* (FWA) yang diterapkan di MDMedia.

a. Presensi Online

Implementasi presensi atau absensi online, sebagai bagian dari pola kerja baru FWA memungkinkan karyawan melakukan presensi secara online, dan aplikasi akan mencatat lokasi karyawan tersebut berada.

b. Activity Management (etimatesheet)

- *Employee Activities Management*
Perekaman aktivitas seluruh karyawan yang dikumpulkan melalui aplikasi, atas persetujuan dan pengawasan dari atasan.

- *Simple Project Management*
Laporan perkembangan dari rangkaian pekerjaan atau proyek yang dapat dipantau oleh setiap karyawan yang terlibat dalam penugasan tersebut.
- *Employee Productivity*
Laporan atas aktivitas pekerjaan setiap karyawan dalam satu periode.
- c. **Digital Signature**
 - Tanda tangan Elektronik
Membuat tanda tangan, tanda tangan berupa teks, mengunggah tanda tangan.
 - Pengelolaan Dokumen
Mengunggah, edit PDF, menambah teks, rotasi, tanda tangan, mengembalikan file asli, *download*, dan mengirimkannya lewat email.
 - Document Chat
Pengguna dapat melakukan chat di dokumen dan menyimpannya di dalam *chat* yang sama.
 - Riwayat Dokumen
Memungkinkan pengguna melacak apa yang telah terjadi dengan dokumen tersebut sejak pertama diunggah.
 - Permintaan Tanda Tangan
Memungkinkan pengguna untuk meminta pihak lain untuk menandatangani dokumen melalui email (paralel maupun serial).

Adanya "IT Recovery" ini memungkinkan seluruh karyawan MDMedia melakukan proses operasional sehari-hari dengan mudah walaupun terkendala oleh jarak dalam situasi pandemi COVID-19.



04

INFORMASI SAHAM

- 
- 4.1 Komposisi Pemegang Saham
4.2 Kronologi Pencatatan Saham
4.3 Kronologi Pencatatan Efek Lainnya
4.4 Lembaga dan Profesi Penunjang
Pasar Modal



Komposisi Pemegang Saham

PT. Metra Digital Media pada saat didirikan memiliki jumlah saham sebanyak 2.000 lembar dengan nilai nominal Rp100.000 per saham, dan total senilai Rp200.000.000.

Berdasarkan Akta RUPS No. 03 tanggal 06 April 2021, telah terjadi peningkatan modal disetor menjadi 4.800.000 lembar, dengan nilai nominal Rp100.000 per saham, dan total seluruhnya sebesar Rp480.000.000.000.

Kemudian, berdasarkan Akta RUPS No. 03 tanggal 06 April 2021, terjadi peningkatan modal disetor menjadi 4.548.650 lembar dengan nilai nominal yang sama yaitu Rp100.000 per saham dan total senilai Rp454.865.000.000.

Pada saat didirikan, PT. Metra Digital Media dimiliki oleh 2 orang pemegang saham, yaitu:

1. PT. Multimedia Nusantara sebagai pemegang 599 lembar saham (99,9%) dengan nominal seluruhnya sebesar Rp59.900.000.
2. Ir. Rinaldi Buchari sebagai pemegang 1 lembar saham (0,01%) dengan nominal seluruhnya sebesar Rp100.000.

Dari dua pemegang saham tersebut, total ada 600 lembar saham dengan nominal seluruhnya sebesar Rp60.000.000. Selanjutnya, berdasarkan pernyataan Keputusan Para Pemegang Saham dalam Akta Notaris Utiek R. Abdurachman, SH., MLI., MKn. No. 03 tanggal 06 April 2021, komposisi pemegang saham telah berubah menjadi:

1. PT. Multimedia Nusantara sebagai pemegang 4.548.649 lembar saham (99,9%) dengan nominal seluruhnya sebesar Rp454.864.900.000.
2. PT. Metra Digital Investama sebagai pemegang 1 lembar saham (0,01%) dengan nominal seluruhnya sebesar Rp100.000.

Seluruhnya terdapat 4.548.650 lembar saham (persen) dengan total nilai nominal sebesar Rp454.865.000.000.



Kronologi Pencatatan Saham

MDMedia belum memiliki riwayat pencatatan saham karena belum melakukan penawaran umum perdana saham atau *initial public offering (IPO)*, sehingga tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Kronologi

Pencatatan Efek Lainnya

MDMedia tidak memiliki efek lainnya berupa obligasi, sukuk atau obligasi konversi yang diperdagangkan di Bursa efek Indonesia atau di bursa mana pun, sehingga tidak terdapat informasi mengenai kronologis pencatatan saham yang dapat diungkapkan.

Lembaga & Profesi

Penunjang Pasar Modal

Hingga akhir tahun 2021, MDMedia tidak memiliki informasi mengenai Badan Akreditasi Efek dan perusahaan pemeringkat efek karena belum melakukan penawaran umum perdana saham atau *initial public offering (IPO)*.



05

ANALISIS & PEMBAHASAN MANAJEMEN

- 5.1 Tinjauan Usaha
- 5.2 Tinjauan Keuangan
- 5.3 Aspek Pemasaran
- 5.4 Strategi dan Prospek Usaha 2022





Tinjauan Usaha

1. Perekonomian Global

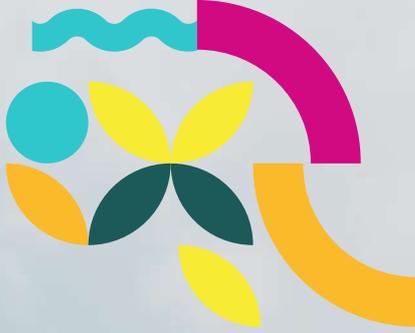
Perekonomian global mengalami tantangan berat sejak penyebaran COVID-19 secara cepat ke banyak negara sejak awal tahun 2020. Pandemi COVID-19 menimbulkan berbagai dampak signifikan terhadap perekonomian dunia, terlebih dengan munculnya berbagai varian baru dari mutasi virus ini.

Menjelang tahun 2021, ditemukan mutasi baru COVID-19 yang oleh World Health Organization (WHO) diidentifikasi sebagai B.1.617.2 atau varian Delta. Kasus pertama varian Delta terjadi di India pada Desember 2020 dan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan kasus baru COVID-19 di Asia pada pertengahan 2021.

Meskipun varian baru COVID-19 membuat pertumbuhan ekonomi di berbagai negara mengalami perlambatan, aktivitas ekonomi global secara umum masih menunjukkan kinerja yang solid. Perekonomian global untuk tahun 2021 mencerminkan *rebound* yang cukup kuat dibandingkan dengan capaian tahun 2020.

Berdasarkan laporan World Economic Outlook (WEO) dari International Monetary Fund (IMF) edisi Januari 2022, ekonomi global tumbuh sebesar 5,9% pada 2021 usai mengalami kontraksi sebesar 3,3% di tahun 2020.

Rata-rata pertumbuhan ekonomi di negara maju mencapai 5% di tahun 2021 dibanding tahun 2020 yang mengalami kontraksi 4,5%. Pertumbuhan ekonomi Amerika Serikat mencapai angka 5,6%, Jerman 2,7%, Prancis 6,7%, Italia 6,2%, UK 7,2%, Kanada 4,7%, dan Jepang 1,6%. Sementara pertumbuhan ekonomi negara berkembang rata-rata 6,5% di tahun 2021. Ekonomi Cina tumbuh hingga 8,1%, India 9%, dan negara-negara ASEAN rata-rata 3,1%.



2. Perekonomian Nasional

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat perekonomian Indonesia secara kumulatif sepanjang 2021 berhasil tumbuh positif mencapai 3,69% atau lebih baik dibandingkan tahun 2020 yang mengalami kontraksi 2,07 persen.

Kinerja perekonomian Indonesia sangat dipengaruhi oleh pengendalian pandemi COVID-19, termasuk saat menghadapi varian Delta yang merebak pada Juli hingga Agustus 2021. Penyebaran varian Delta membuat pemerintah harus menarik rem darurat dengan menerapkan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) Level IV di berbagai wilayah.

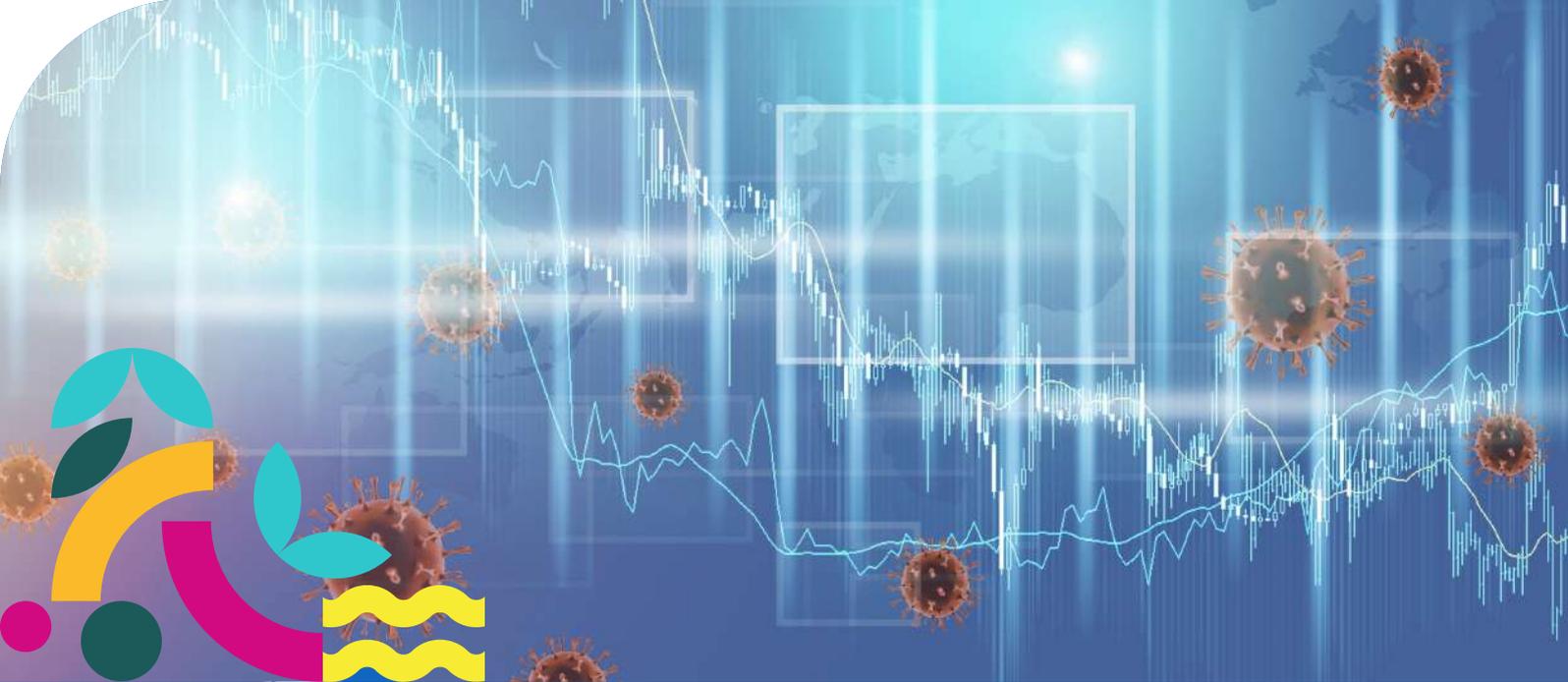
Kebijakan tersebut berdampak cukup signifikan pada mobilitas masyarakat yang rata-rata turun 10,1% di bawah level sebelum pandemi COVID-19. PPKM ketat mempengaruhi konsumsi rumah tangga pada triwulan III yang hanya mampu tumbuh 1,0% (yoy), melambat dibandingkan triwulan II yang mencapai 6,0% (yoy). Namun, sektor investasi relatif mampu bertahan dengan tumbuh sebesar 3,74% (yoy).

Sektor perdagangan internasional melanjutkan pertumbuhan tinggi dengan memanfaatkan momentum pemulihan permintaan global yang diikuti dengan kenaikan harga komoditas. Kinerja ekspor tercatat tumbuh sebesar 29,1% diikuti dengan kinerja impor yang juga tumbuh tinggi mencapai 30,11% (yoy).

Beberapa sektor yang mampu bertahan dan pulih dengan *output* berada di atas level pra-pandemi seperti industri pengolahan, perdagangan, dan pertambangan. Sektor ini tumbuh positif yang terlihat dari pertumbuhan industri pengolahan mencapai 3,68%, perdagangan 5,16%, dan pertambangan 7,78% (yoy).

Sektor yang terkena dampak umumnya berkaitan dengan sektor pariwisata seperti transportasi dan pergudangan serta penyediaan akomodasi dan makan minum yang berkontraksi masing-masing sebesar 0,72% dan 0,13% (yoy).

Di sisi lain, laju inflasi tetap rendah dengan indeks harga konsumen 2021 berada di level 1,87% (yoy). Kondisi neraca perdagangan juga mengalami surplus dan berlanjut hingga bulan Desember 2021 yang secara akumulatif pada tahun 2021 telah mencapai surplus 35,34 miliar USD. Sedangkan cadangan devisa berada pada level 144,9 miliar USD, setara 8 bulan impor barang dan jasa.



3. Tinjauan Industri

Pandemi COVID-19 mendorong industri digital berkembang pesat pada 2021. Laporan Google e-Conomy SEA 2021 mencatat 21 juta konsumen digital baru selama pandemi COVID-19, 72% di antaranya berasal dari area di luar kota metropolitan yang menunjukkan peningkatan penetrasi digital di Indonesia.

Para konsumen digital baru ini diprediksi akan menetap dengan 96% di antaranya telah menggunakan layanan digital. Pengguna yang telah menjadi konsumen sebelum pandemi menggunakan layanan digital rata-rata 3,6 lebih banyak sejak pandemi COVID-19 melanda. Di antara jumlah tersebut, tingkat kepuasan akan layanan digital mencapai 87% di seluruh sektor.

Secara keseluruhan, semua sektor internet kembali menguat dengan pertumbuhan Tahun-ke-Tahun (YoY) mencapai angka dua digit. Gross Merchandise Value (GMV) Indonesia tahun 2021 diperkirakan akan mencapai nilai total 70 miliar USD dengan pertumbuhan YoY naik 49% dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 47 miliar USD. Ekonomi digital Indonesia yang senilai 70 miliar USD dikontribusi oleh subsektor *e-commerce* sebesar 53 miliar USD, transportasi dan makanan sebesar 6,9 miliar USD, perjalanan sebesar 3,4 miliar USD, dan media digital mencapai 6,4 miliar USD.

Secara keseluruhan, semua sektor yang terkait dengan internet di Indonesia tumbuh kuat mencapai dua digit pada 2021 dibandingkan tahun sebelumnya. Potensi industri digital yang prospektif ini membuat Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyusun kerangka transformasi digital Indonesia melalui Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2024.

Terdapat 4 (empat) pilar utama yang menjadi pedoman realisasi agenda akselerasi transformasi digital Indonesia dalam Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2024, yaitu infrastruktur digital, pemerintahan digital, ekonomi digital, dan masyarakat digital.

Peta Jalan Indonesia Digital 2021-2022 yang disusun Kemkominfo tersebut akan mencakup 100 inisiatif utama pada 10 sektor prioritas nasional, termasuk di dalamnya inisiatif digitalisasi di sektor jasa keuangan.

4. Tinjauan Operasional

PT. Metra Digital Media (MDMedia) berdiri sejak tahun 2013 untuk mengembangkan bisnis digital dibawah *subsidiary* PT. TelkomMetra. MDMedia melakukan transformasi bisnis menjadi 3 portofolio yaitu Agency, Integrated Digital Media, dan Digital Printing melalui anak perusahaan MDMedia yakni PT. Balebat Dedikasi Prima.

Tahun 2021, MDMedia mencatatkan pendapatan usaha sebesar Rp2,02 triliun, tumbuh sebesar 36% atau Rp538 miliar dibanding tahun 2020 yang senilai Rp1,48 triliun. Pendapatan MDMedia terbesar berasal dari lini bisnis Integrated Digital Media yang mencapai 78 persen atau Rp1,57 triliun, diikuti Digital Media & Content Creative sebesar 21% atau Rp438 miliar, serta Digital Printing dengan nilai 1% atau Rp12 miliar.



a. Digital Media & Content Creative

Digital Media & Content Creative hadir untuk memenuhi kebutuhan komunikasi pelanggan, baik melalui media maupun pengelolaan *event* dengan menyediakan tiga layanan yaitu Media Placement, Creative Activation, serta Digital Content Services pada 2021.

Digital Content Services pada 2021 memberikan kontribusi sebesar 36% terhadap pendapatan Digital Media & Content Creative, Media Placement memberikan kontribusi sebesar 35%, sedangkan Activation Creative memberikan kontribusi sebesar 29%.

Media Placement memiliki dua layanan, yaitu Media Planner (perencanaan) dan Media Buying (pembelian) iklan di media konvensional seperti televisi, radio, koran atau majalah, *out-of-home advertising (OOH)*, dan media lainnya untuk *all customer*.

Sepanjang tahun 2021, Media Placement tercatat meraup pendapatan senilai Rp155 miliar atau turun 10% (Rp127 miliar) dibandingkan dengan tahun sebelumnya yang mencapai Rp172 miliar.

Creative Activation menyediakan layanan Creative Communication dan Activation Solution yang tahun 2021

memperoleh pendapatan sebesar Rp126 miliar atau turun 9% dibanding tahun 2020 yang tercatat senilai Rp139 miliar.

Sedangkan Digital Content Services adalah pengembangan dari lini bisnis Digital Media & Content Creative. Digital Content Services memiliki layanan SEA Today yang merupakan produk baru MDMedia pada 2021.

SEA Today adalah konten berita dan gaya hidup dalam bahasa Inggris yang tayang di berbagai kanal seperti channel TV berbayar dan OTT Platform termasuk Youtube, Instagram, Twitter, Facebook, website (usestv.com, SEA Today.com), aplikasi (apps SEA Today, Maxstream, UseeTV GO), dan lain-lain.

Selain SEA Today, pada 2021 MDMedia juga merilis TADDEX. Program ini merupakan kolaborasi TelkomGroup (Metranet dan MDMedia) bersama Dewan Pers serta Task Force Media Sustainability.

MDMedia juga menggunakan teknologi baru dalam *event activation* seperti teknologi Vizrt untuk Telkom Click 2021. Inovasi ini membuat MDMedia meraih penghargaan Gold Stevie Award: Innovation in Internal Corporate Events.

**Pendapatan Digital Media & Content Creative
(Dalam Jutaan Rupiah)**

Pendapatan	2021	2020	Pertumbuhan	Kontribusi
Media Placement	155,290	172,110	-10%	35%
Activation Creative	126,622	139,085	-9%	29%
Digital Content Services	157,071	-	-	36%



b. Integrated Digital Media

Untuk mengisi pasar iklan digital Indonesia yang semakin potensial, MDMedia menyediakan 4 (empat) layanan yakni Online Advertising Solution, Mobile Advertising Services, Media Agregator, dan Data Analytic Solution.

Kinerja Integrated Digital Media pada 2021 disokong oleh Mobile Advertising Services yang mengantongi pendapatan tertinggi Rp1,41 triliun atau naik 41% dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini didukung oleh adanya peningkatan trafik SMS dan perubahan harga per SMS.

Layanan ini mencakup SMS Banking, Mobile Value Added Services (VAS), Mobile Content, SMS Bulk/SMS A2P, SMS Multichannel, dan SMS Non Bulk.

Selanjutnya, Online Advertising Solution yang fokus pada layanan Online Ads, Performance Base Campaign Management, dan Digital Enterprise Solution menyumbang pendapatan sebesar Rp87 miliar atau turun 3%.

Layanan Media Agregator melalui DOOH Internal dan DOOH Eksternal pada 2021 mengalami penurunan pendapatan sebesar 5% atau Rp2,47 miliar dari Rp51,3 miliar pada 2020 menjadi Rp48,84 pada 2021.

Terakhir, Data Analytic Solution mengalami pertumbuhan pesat sebesar 68% di tahun 2021 atau tertinggi untuk lini usaha Integrated Digital Media. Pendapatannya dari Rp16,04 miliar pada 2020 naik menjadi Rp26,99 miliar di tahun 2021.

Secara kontribusi, pendapatan Mobile Ads. Solution menguasai 90% terhadap pendapatan Integrated Digital Media, sedangkan Online, DOOH dan Data Analytic memberikan kontribusi masing-masing 6%, 3%, dan 2%.

Di tahun 2021, MDMedia mengembangkan lini Integrated Digital Media dengan membuat produk dan solusi misalnya SMS banking serta pengembangan platform untuk memberikan *value added* untuk pelanggan.

Pendapatan Integrated Digital Media (Dalam Jutaan Rupiah)

Pendapatan	2021	2020	Pertumbuhan	Kontribusi
Media Agregator	48,844	51,318	-5%	3%
Online Ads. Solution	87,973	91,148	-3%	6%
Mobile Ads. Solution	1,412,957	1,000,196	41%	90%
Data Analytic Solution	26,994	16,041	68%	2%



c. Digital Printing

Digital Printing menyediakan layanan Commercial Printing yakni layanan cetak majalah, buku, brosur, serta materi promosi lainnya dan Smart Card Printing berupa Layanan cetak kartu pintar untuk SIM card.

Produk Digital Printing dihasilkan anak perusahaan MDMedia yaitu PT. Balebat Dedikasi Prima. Pendapatan Digital Printing tahun 2021 sebesar Rp12 miliar atau 1% dari total pendapatan perusahaan, terjadi penurunan sebesar 30% dari tahun 2020.

Penurunan pendapatan dari Digital Printing disebabkan oleh adanya perubahan bisnis secara global, yakni penggunaan media *printing* (cetak) telah beralih ke media digital.

Perubahan ini langsung direspons oleh perusahaan dengan melakukan transformasi lini bisnis *printing* ke *Smart Card* meskipun pada 2021 belum terlaksana secara maksimal karena masih dalam proses peralihan. Proses transformasi ini diharapkan rampung tahun 2022.

d. Target dan Realisasi

Perbandingan antara realisasi dan target tahun 2021 beserta proyeksi yang dibuat untuk tahun 2022 adalah sebagai berikut:

(Dalam Miliar Rupiah)

Uraian	Target 2021	Realisasi 2021	Pencapaian (%) 2021	Target 2022	Pertumbuhan (%) 2022
Pendapatan	3.000	2.026	68	2.325	15
EBITDA	85	93	109	85	-8
Laba Bersih	20	25	123	20	-20
SMS (juta trafik)	3.309	4.532	137	3.896	-14



Aspek Pemasaran

Dengan berkembangnya dunia digital yang sangat pesat saat ini, perseroan menjalankan aktivitas bisnis yang berbasis *aggregator communication & solution services* melalui produk Digital Agency, Integrated Digital Media, dan Data Analytics.

Demi menjaga keunggulan kompetitif dan memenangkan persaingan di industri, MDMedia terus menciptakan produk, layanan, dan model bisnis yang sejalan dengan perkembangan terkini dengan fokus pada pasar segmentasi B2B & B2C untuk semua jenis industri.

Di tahun 2021, MDMedia menggelar webinar terkait promosi UKM dengan Adsoo, digital marketing 100, kontes DOOH, termasuk sosialisasi produk SEA Today dan WA Business.

Perseroan juga membuat Customer Satisfaction Survey, Market Overview, Competitor Movement, Business Insight, Internal Satisfaction Survey hingga Program Royalty, untuk menunjang pemasaran produk atau layanan.

Untuk bertahan di tengah pandemi COVID-19, bisnis Agency MDMedia menggelar event baik secara *online* maupun *offline*. Sementara di lini Integrated Digital Media, perseroan mengembangkan Customer Intelligence Platform (CIP) dan Customer Data Platform (CDP).



Customer Intelligence Platform (CIP)

Tren Pemasaran Digital ditandai dengan berkembangnya Programatics Ads di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Programatics Ads adalah iklan terprogram yang menggunakan kecanggihan *Artificial Intelligence* (AI) dalam menargetkan audiensi yang lebih spesifik.

Salah satu bentuk pemanfaatan kecanggihan AI adalah dengan menggunakan Customer Intelligence Platform (CIP). CIP adalah platform yang mampu mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan mencakup informasi kebiasaan pelanggan seperti *handset*, *telecommunication provider*, lokasi geografis, *app usage*, dan *interest*.

Output CIP dapat berupa solusi *insight* dan *audience campaign* (DMP). Sumber utama CIP adalah 1,5 miliar raw data per hari yang bersumber dari 180 juta pengguna *smartphone*.

Adapun kelebihan penggunaan CIP adalah sebagai berikut:

1. Waktu yang lebih singkat untuk mengirim data (2HK)
2. *Insight* yang diberikan sudah seluruh operator.

CIP memanfaatkan miliaran data pergerakan dan perilaku pengguna *smartphone* setiap hari sehingga menjadi sebuah peluang bisnis dalam menguatkan ekosistem bisnis digital marketing MDMedia.

Program CIP ini bekerja sama dengan partner Mobilewalla untuk kebutuhan data subscription dan Amazon (AWS) untuk kebutuhan *cloud platform*.

Customer Data Platform (CDP)

CDP menyatukan berbagai sumber data dan aliran data yang sudah dikumpulkan oleh bisnis sehingga membantu *marketer* menemukan *insight* baru tentang pelanggan.

Selain itu, dapat juga menggunakan *machine learning* dan AI untuk membantu *marketer* mendapatkan pelanggan baru serta menawarkan pengalaman yang dipersonalisasi kepada semua pelanggan. Hal ini dapat membuat pelanggan terus membeli dan menciptakan loyalitas pelanggan jangka panjang.

CDP juga membantu bisnis mendesain ulang *customer journey* untuk berbagai saluran guna menarik dan mendapatkan pelanggan baru namun tetap mempertahankan loyalitas pelanggan lama. Oleh sebab itu, *marketer* di seluruh dunia menganggap CDP adalah solusi terbaik yang tersedia untuk meningkatkan ROI marketing.

CDP memungkinkan Anda untuk mengelola data secara bertanggung jawab dari sumber mana pun dalam berbagai skala sehingga Anda dapat mengenal pelanggan, membangun hubungan sesuai harapan pelanggan, dan berinteraksi dengan pelanggan untuk memberikan dampak terhadap bisnis.

Platform ini memungkinkan Anda mendapatkan *insight* yang dapat ditindaklanjuti untuk terlibat secara signifikan di sepanjang *customer journey*, meningkatkan pendapatan, sekaligus mengukur kesuksesan Anda.



Strategi dan Prospek Usaha 2022

1. Strategi yang Direncanakan Tahun 2022

Sebagai bagian dari TelkomGroup, MDMedia diharapkan dapat mendukung langkah grup dalam mewujudkan bangsa yang lebih sejahtera dan berdaya saing serta memberi nilai tambah baik kepada masyarakat maupun pemangku kepentingan.

Oleh sebab itu, dalam menjalankan roda bisnis tahun 2022, MDMedia akan mengacu kepada Corporate Strategic Scenario (CSS) TelkomGroup 2022-2024 dan CFUE Business Initiative 2022-2024.

MDMedia memiliki rencana kerja yang terangkum dalam program utama **GET ACTIONS** dengan fokus pada tiga hal utama yaitu:

- **Grow External Market**

MDMedia akan melakukan pengembangan produk, adaptif dengan segala perubahan, memperbaiki skema bisnis serta berkomitmen dalam pemberian layanan yang *excellent* kepada pasar eksternal agar meningkatkan performa bisnis dan menjadikan perusahaan sebagai *full service agency*.

- **Transformasi**

MDMedia sebagai pemimpin industri digital media & content creative di Indonesia akan melakukan perbaikan kesehatan finansial, implementasi bisnis yang lebih efektif dan efisien, pembentukan budaya perusahaan yang positif, serta penanaman nilai-nilai dasar AKHLAK.

- **Value Creation**

MDMedia akan meningkatkan produktivitas, proses optimalisasi digital internal, pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik dan penguatan portofolio *big data*.



2. Prospek Usaha

Pengendalian penyebaran COVID-19 serta tingkat vaksinasi yang tinggi di Indonesia memunculkan optimisme akan pemulihan ekonomi nasional. Perekonomian Indonesia diproyeksikan akan menguat di tahun 2022 dan akan berlanjut pada 2023 dengan pertumbuhan ekonomi sebesar 4%.

Berkaca dari kinerja bisnis di tahun 2021 yang bergerak positif, maka CAGR 2021-2025 untuk seluruh portofolio diproyeksikan di atas positif 7%, di antaranya adalah Digital Media & Content Creative dan Digital Printing di atas 7%, serta Integrated Digital Media di atas 8%.

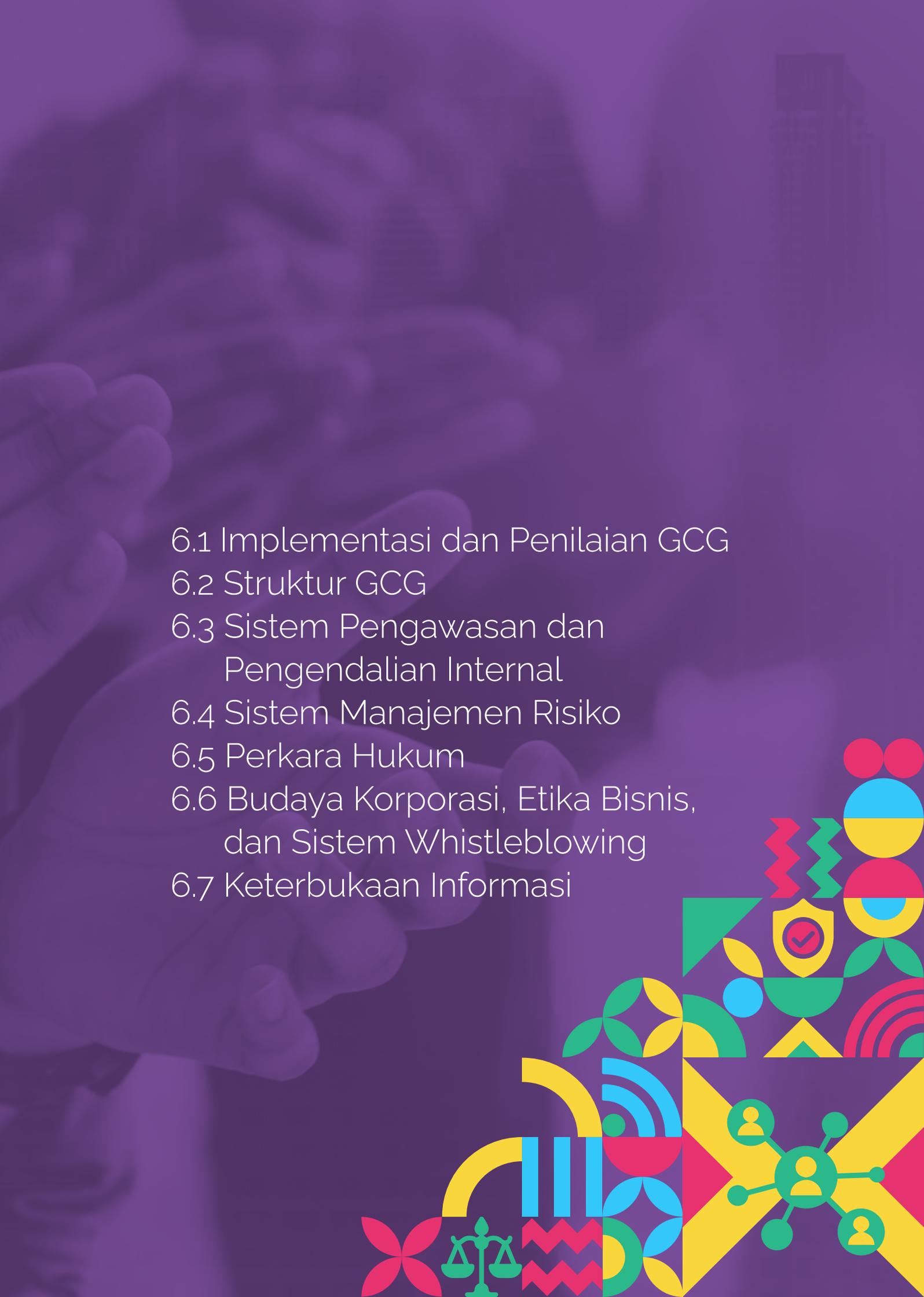
Keyakinan perusahaan akan mengalami pertumbuhan yang lebih baik juga didukung dengan optimisme pertumbuhan ekonomi usai program vaksinasi dosis kedua yang sudah mencapai 72%, serta penguatan strategi bisnis dan terobosan terkait sales-marketing, portofolio produk, serta solution strategic initiative tahun 2022-2024.





06

TATA KELOLA PERUSAHAAN

- 
- The background of the slide features a purple-tinted image of several hands of different skin tones cupping a globe. The hands are positioned as if supporting the globe from below and the sides. The overall color scheme is a deep purple.
- 6.1 Implementasi dan Penilaian GCG
 - 6.2 Struktur GCG
 - 6.3 Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal
 - 6.4 Sistem Manajemen Risiko
 - 6.5 Perkara Hukum
 - 6.6 Budaya Korporasi, Etika Bisnis, dan Sistem Whistleblowing
 - 6.7 Keterbukaan Informasi





Implementasi dan Penilaian GCG

TATA KELOLA Perusahaan yang Baik atau *Good Corporate Governance* (GCG) dibutuhkan dalam pengelolaan suatu badan usaha. GCG adalah prinsip-prinsip dasar suatu proses serta mekanisme pengelolaan perusahaan dengan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika usaha. Dengan menerapkan GCG, perusahaan dapat meningkatkan kinerja dan nilai ekonomi jangka panjang bagi investor maupun pemangku kepentingan atau *stakeholder*.

Perseroan memiliki keyakinan bahwa GCG akan mendorong terciptanya persaingan yang sehat dan iklim usaha yang kondusif. Selain itu, penerapan GCG juga menjadi faktor penting untuk menunjang pertumbuhan dan stabilitas ekonomi yang berkelanjutan. Pemahaman ini mendasari komitmen untuk menegakkan penerapan GCG dalam setiap jenjang organisasi dan kegiatan operasional perusahaan.

A. Implementasi GCG

Dalam menjalankan praktik tata kelola perusahaan yang baik, Perseroan berpedoman pada Anggaran Dasar Perusahaan serta Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Pedoman Umum GCG Indonesia yang dirilis oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG).

Perseroan berkomitmen memastikan kualitas sumber daya manusia yang kompeten, pengelolaan risiko usaha yang tepat, manajemen keuangan yang cermat, kepatuhan terhadap peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, hingga menghindari adanya benturan kepentingan.

Komitmen ini diwujudkan dalam Pedoman Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG Code) yang ditinjau dan dimutakhirkan secara berkala berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00183/KPTS/01010101/20 tanggal 2 Juni 2020 tentang Pedoman Pengelolaan GCG. Komitmen menerapkan GCG menjadi salah satu kunci utama untuk mencapai visi perusahaan, yaitu menjadi *Creative Digital Communication Agency* terdepan di Indonesia.



Sebagai sebuah komitmen bersama, Pedoman Pengelolaan GCG di perusahaan memerlukan penanggung jawab dalam penerapan dan pemantauannya. Berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00243/KPTS/01010101/20 pada Agustus 2020 perihal Struktur Organisasi, fungsi tata kelola perusahaan di bawah direksi dilaksanakan oleh *Group of Legal, Risk Compliance & Secretariate*.

Perusahaan juga telah memiliki kebijakan tambahan yang dapat memberikan panduan tentang berbagai praktik yang terdapat dalam Pedoman Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*GCG Code*), seperti kebijakan etika bisnis, kebijakan *anti-fraud* dan *whistleblower*, kebijakan manajemen risiko, kebijakan pengadaan, kebijakan pelaporan keuangan, dan kebijakan lainnya.

Kebijakan dan panduan tambahan tersebut telah dikomunikasikan dan disosialisasikan kepada Dewan Komisaris beserta organ pendukungnya, Direksi, dan pejabat satu tingkat di bawah Direksi. Selain itu, seluruh karyawan telah menandatangani pernyataan kepatuhan terhadap *Code of Conduct (CoC)* pada 2020.



Prinsip-prinsip GCG

Perpaduan antara implementasi prinsip GCG dengan nilai-nilai inti Perseroan merupakan faktor kunci kesuksesan transformasi menjadi perusahaan yang lebih baik. Ada 5 (lima) prinsip utama dalam penerapan GCG, yaitu transparansi (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), kemandirian (*independency*), serta kewajaran dan kesetaraan (*fairness*).

Transparansi (*Transparency*)

Transparansi dapat diartikan sebagai keterbukaan informasi yang cukup, akurat, dan tepat waktu baik dalam proses pengambilan keputusan maupun dalam mengungkapkan informasi material dan relevan mengenai kegiatan perusahaan, kepada para pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Akuntabilitas (*Accountability*)

Akuntabilitas adalah kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan pertanggungjawaban perusahaan sehingga pengelolaan terlaksana dengan efektif. Prinsip akuntabilitas memberi kejelasan hak dan kewajiban antara pemegang saham, dewan direksi, dan dewan komisaris.

Pertanggungjawaban (*Responsibility*)

Pertanggungjawaban merupakan kesesuaian (kepatuhan) di dalam pengelolaan perusahaan terhadap prinsip korporasi yang sehat serta peraturan perundangan yang berlaku, termasuk dalam hal keselamatan pekerja, kesehatan pekerja, pajak, standar penggajian, lingkungan hidup, persaingan yang sehat, dan lainnya.

Kemandirian (*Independency*)

Kemandirian adalah pengelolaan perusahaan secara profesional tanpa benturan kepentingan dan pengaruh dari pihak mana pun yang tidak sesuai dengan undang-undang serta prinsip korporasi yang sehat.

Kewajaran dan Kesetaraan (*Fairness*)

Kewajaran dan kesetaraan bisa didefinisikan sebagai perlakuan yang adil dan setara di dalam memenuhi hak-hak *stakeholder* yang timbul berdasarkan perjanjian serta peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Penerapan 5 prinsip GCG akan menciptakan iklim kerja yang lebih baik dengan manajemen yang bersih dan transparan serta lingkungan kerja yang sehat bagi perusahaan, karyawan, dan masyarakat. Dengan demikian, diharapkan akan berdampak positif terhadap reputasi Perseroan sebagai perusahaan yang terpercaya bagi semua pihak.

B. Penilaian GCG

Untuk mengukur kualitas, mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, memonitor konsistensi, serta pemetaan dan evaluasi dalam penerapan tata kelola perusahaan yang baik, diperlukan adanya asesmen atau penilaian terhadap praktik GCG di perusahaan.

Sehubungan dengan itu, perusahaan menunjuk asesor (penilai) independen, yakni PT Multi Utama Indojasa, untuk melakukan penilaian terhadap penerapan GCG di perusahaan. Pelaksanaan asesmen ini dilakukan mulai sejak pekan ke-4 bulan Agustus 2021 sampai dengan pekan ke-4 bulan November 2021 dengan parameter penilaian sebagai berikut:

1. Komitmen terhadap penerapan tata kelola perusahaan yang baik secara berkelanjutan;
2. Pemegang Saham/RUPS;
3. Dewan Komisaris;
4. Direksi;
5. Pengungkapan informasi dan transparansi; dan
6. Aspek lainnya.

Parameter penilaian tersebut berdasarkan standar alat uji Keputusan Sekretaris Menteri BUMN Nomor: SK-16/S. MBU/2012 tentang Indikator/Parameter Penilaian dan Evaluasi Atas Penerapan Tata Kelola Perusahaan yang Baik (GCG) pada BUMN.



Struktur GCG

Perseroan dalam menerapkan GCG berpedoman pada Undang-Undang (UU) Republik Indonesia No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan Peraturan Pelaksanaannya. Secara internal, Perseroan berpedoman kepada Anggaran Dasar yang telah disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan terkini serta serangkaian kebijakan internal, antara lain peraturan perusahaan dan kebijakan internal lainnya terkait operasional.

Struktur tata kelola Perseroan, sesuai dengan Anggaran Dasar Perseroan serta peraturan perundangan yang berlaku, dapat ditinjau dari organ-organ utama Perseroan, yaitu Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris, dan Direksi.

Masing-masing organ utama tersebut telah menjalankan fungsi, tugas, dan tanggung jawabnya untuk kepentingan Perseroan dengan tetap berlandaskan prinsip independensi dan mempunyai peranan penting dalam upaya penerapan GCG secara efektif.

Perseroan telah memulai langkah membentuk struktur yang disyaratkan dan sedang dalam tahap untuk melengkapi seluruh komponen agar organ-organ tersebut dapat menjalankan fungsi dan tanggung jawab masing-masing dengan baik.



A. Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS)

Berdasarkan Anggaran Dasar Perseroan Pasal 8 tentang RUPS, Rapat Umum Pemegang Saham memegang kekuasaan tertinggi dalam Perseroan. RUPS adalah organ perusahaan yang memiliki wewenang yang tidak diberikan kepada Direksi atau Dewan Komisaris dalam batas yang ditentukan dalam Undang-undang Perseroan Terbatas dan/atau Anggaran Dasar Perusahaan.

RUPS merupakan wadah bagi para pemegang saham untuk dapat menggunakan haknya dalam mengemukakan pendapat dan memperoleh informasi yang berkaitan dengan perusahaan, sepanjang tidak bertentangan dengan kepentingan perusahaan serta memperhatikan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan dan peraturan perundang-undangan.

Keputusan yang diambil dalam RUPS harus didasarkan pada kepentingan usaha Perusahaan dalam jangka panjang. RUPS Perusahaan terdiri dari RUPS Tahunan (RUPST) yang diselenggarakan 1 (satu) kali setiap tahun dan RUPS Luar Biasa (RUPSLB) yang dapat diadakan sewaktu-waktu sesuai kebutuhan.

B. Dewan Komisaris

Dewan Komisaris merupakan organ perusahaan yang secara kolektif bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan Anggaran Dasar serta memberikan nasihat kepada Direksi dan memastikan bahwa perusahaan telah menerapkan GCG secara efektif dan berkelanjutan. Dewan Komisaris tidak turut serta dalam pengambilan keputusan operasional perusahaan.

Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan oleh RUPS. Dalam melaksanakan tugas, Dewan Komisaris bertanggung jawab kepada RUPS. Pertanggungjawaban Dewan Komisaris kepada RUPS merupakan perwujudan akuntabilitas pengawasan atas pengelolaan perusahaan dalam rangka pelaksanaan prinsip-prinsip GCG.

Komposisi Dewan Komisaris

Berdasarkan keputusan RUPS tanggal 14 Desember 2021, berikut ini adalah susunan Dewan Komisaris MDMedia:

Jabatan	Nama	Asal Perusahaan	Tanggal RUPS
Komisaris Utama	Sujito	Telkom	14 Desember 2021
Komisaris	Edie Kurniawan	Telkom	21 Januari 2021

Catatan:

Anggaran Dasar Perseroan: Masa Jabatan Komisaris = Sejak tanggal pengangkatan sebagaimana ditetapkan oleh RUPS dan berakhir pada penutupan RUPS Tahunan yang ketiga setelah tanggal pengangkatannya.

Tugas dan Tanggung Jawab Dewan Komisaris

Dewan Komisaris bertugas mengawasi dan memberikan nasihat kepada Direksi sebagai pengurus perusahaan yang melaksanakan tugas, tanggung jawab, dan kewenangannya untuk dilaporkan ke RUPS. Setiap anggota Dewan Komisaris tidak dapat bertindak sendiri-sendiri, melainkan berdasarkan keputusan bersama.

Lingkup pekerjaan Dewan Komisaris berdasarkan peraturan perundangan yang berlaku dan Anggaran Dasar Perseroan antara lain:

- Terdapat ketentuan yang mengatur tentang tugas dan wewenang Dewan Komisaris untuk melakukan pengawasan atas pelaksanaan kebijakan Direksi dan Rencana Kerja Tahunan yang telah disetujui oleh RUPS serta memberikan nasihat kepada Direksi sebagaimana dimuat dalam Anggaran Dasar Pasal 15 Ayat 1.

Selanjutnya, pada Pasal 15 Ayat 10 diatur bahwa dalam hal hanya ada seorang anggota Dewan Komisaris, segala tugas dan wewenang yang diberikan kepada Komisaris Utama atau anggota Dewan Komisaris dalam Anggaran Dasar berlaku pula baginya.

Pada Pasal 15 Ayat 11 diatur bahwa dalam rangka melaksanakan tugasnya, Dewan Komisaris dapat membentuk komite dan/atau meminta bantuan tenaga ahli untuk jangka waktu tertentu, termasuk namun tidak terbatas meminta bantuan internal Auditor Pemegang Saham untuk melakukan audit tertentu.

Mekanisme pengambilan keputusan Dewan Komisaris secara formal yang terdiri dari mekanisme pengambilan keputusan melalui rapat Dewan Komisaris, dan pengambilan keputusan di luar Rapat Dewan Komisaris (melalui sirkuler dan lain-lain) telah diatur dalam Anggaran Dasar Pasal 16.

- Anggaran Dasar Pasal 15 Ayat 3 mengatur informasi bahwa Direksi dan setiap anggota Direksi wajib memberikan penjelasan tentang segala hal yang ditanyakan oleh Dewan Komisaris.
- Anggaran Dasar Pasal 12 Ayat 8 memuat ketentuan bahwa Dewan Komisaris diberikan kewenangan untuk menetapkan batasan nilai dari masing-masing kegiatan sebagaimana disebutkan yang mensyaratkan Direksi untuk terlebih dahulu mendapatkan persetujuan tertulis dari Dewan Komisaris berdasarkan Rapat Dewan Komisaris sebelum dilaksanakan, batasan mana tidak boleh sama atau lebih dari batasan nilai sebagaimana ditentukan dalam Anggaran Dasar Pasal 12 Ayat 9.

Rapat Dewan Komisaris

Penyelenggaraan rapat Dewan Komisaris dilakukan dengan mengacu ketentuan yang tercantum dalam Anggaran Dasar Perseroan Pasal 16, pelaksanaan Rapat Dewan Komisaris dilakukan sedikitnya 1 (satu) kali dalam dua bulan dan dapat diadakan setiap waktu apabila dipandang perlu.

Bahan rapat telah disediakan dan disampaikan kepada peserta rapat sebelum rapat diselenggarakan. Dalam undangan rapat, tercantum batas waktu penyampaian bahan rapat kepada Dewan Komisaris, yaitu paling lambat 3 (tiga) hari sebelum rapat diadakan.

Risalah rapat telah dibuat untuk setiap rapat Dewan Komisaris dan didokumentasikan secara memadai di mana di dalamnya telah mencakup informasi terkait dinamika rapat dan hasil keputusan rapat sebelumnya yang masih memerlukan tindak lanjut.

Sepanjang tahun 2020, Dewan Komisaris telah menyelenggarakan rapat gabungan sebanyak 12 kali rapat. Anggota Dewan Komisaris telah menghadiri rapat Dewan Komisaris dengan tingkat kehadiran anggota Komisaris mencapai 97%.

Agenda Rapat Dewan Komisaris

Berdasarkan Akta No.11 Tanggal 15 Desember 2020 dan *Minutes of Meeting* Rapat Gabungan Tanggal 17 Desember 2020, agenda rapat diantaranya membahas tentang kinerja keuangan, portofolio dan operasional, RKAP 2021, serta program *red alert* MDM 2021.

C. Direksi

Direksi adalah organ perusahaan yang bertanggung jawab penuh atas pengelolaan perusahaan untuk kepentingan dan tujuan perusahaan serta mewakili perusahaan baik di dalam maupun di luar sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar.

Masing-masing anggota Direksi dapat melaksanakan tugas pengambilan keputusan sesuai dengan pembagian tugas dan wewenangnya. Namun, pelaksanaan tugas oleh masing-masing anggota Direksi tetap merupakan tanggung jawab bersama.

Kedudukan masing-masing anggota Direksi termasuk Direktur Utama adalah setara. Tugas Direktur Utama adalah mengkoordinasikan seluruh kegiatan Direksi.

Tugas dan Tanggung Jawab Direksi

Tugas dan wewenang Direksi Perseroan terdapat pada Akta Pendirian Nomor 103 Tanggal 22 Februari 2016 dengan penjelasan sebagai berikut:

1. Direksi bertanggung jawab penuh dalam melaksanakan tugasnya dan pekerjaannya untuk kepentingan Perseroan dalam mencapai maksud dan tujuan Perseroan.
2. Setiap anggota Direksi wajib dengan itikad baik dan penuh tanggung jawab menjalankan tugas dan pekerjaannya dengan mengindahkan peraturan perundang-undangan dan Anggaran Dasar, dan segala tindakan anggota Direksi yang bertentangan dengan Anggaran Dasar adalah tidak sah.
3. Pembagian tugas dan wewenang dari setiap anggota Direksi ditetapkan berdasarkan keputusan RUPS. Dalam hal RUPS tidak menetapkan, maka pembagian tugas dan wewenang anggota Direksi ditetapkan berdasarkan keputusan Rapat Direksi.
4. Direksi berhak mewakili Perseroan di dalam dan di luar Pengadilan tentang segala hal dan dalam segala kejadian, mengikat Perseroan dengan pihak lain dan pihak lain dengan Perseroan, serta menjalankan segala tindakan, baik yang mengenai kepengurusan maupun kepemilikan Perseroan.
5. Direksi sebagaimana dimaksud dalam poin keempat diwakili oleh Direktur Utama, dan karenanya Direktur Utama berhak dan berwenang bertindak untuk dan atas nama Direksi mewakili Perseroan.
 - Dalam hal Direktur Utama tidak hadir atau berhalangan, karena sebab apapun juga, hal mana tidak perlu dibuktikan kepada pihak ketiga, maka Direksi akan diwakili oleh salah seorang Direktur yang ditunjuk secara tertulis oleh Direktur Utama, dan dalam hal Direktur Utama tidak melakukan penunjukan secara tertulis, maka Direksi akan diwakili oleh salah seorang Direktur yang terlama masa jabatannya.
 - Dalam hal Direktur yang terlama masa jabatannya lebih dari satu orang maka dipilih seorang Direktur yang tertua usianya dari yang terlama masa jabatannya dan karenanya Direktur dimaksud berhak dan berwenang bertindak untuk dan atas nama Direksi mewakili Perseroan.
6. Direksi wajib:
 - a. Membuat daftar pemegang saham, Daftar Khusus, Risalah RUPS, dan Risalah Rapat Direksi.
 - b. Membuat laporan tahunan sebagaimana dimaksud dalam Anggaran Dasar dan dokumen keuangan Perseroan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang tentang Dokumen Perseroan; dan
 - c. Memelihara seluruh daftar, risalah, dan dokumen keuangan Perseroan sebagaimana dimaksud pada huruf (a) dan huruf (b) dan dokumen Perseroan lainnya.
7. Seluruh daftar, risalah, dokumen keuangan Perseroan, dan dokumen Perseroan lainnya sebagaimana dimaksud pada poin 6 disimpan di tempat kedudukan Perseroan.
8. Dewan Komisaris diberikan kewenangan untuk menetapkan batasan nilai dari masing-masing kegiatan sebagaimana disebut dalam Pasal 12 Ayat 8 Anggaran Dasar Perseroan yang mensyaratkan Direksi untuk terlebih dahulu mendapatkan persetujuan tertulis dari Dewan Komisaris berdasarkan Rapat Dewan Komisaris sebelum dilaksanakan, batasan mana tidak boleh sama atau lebih dari batasan nilai sebagaimana ditentukan. Kegiatan-kegiatan yang dimaksud adalah sebagai berikut:
 - a. Melakukan pengadaan barang dan/atau jasa yang ditujukan khusus untuk pelaksanaan operasional Perseroan;
 - b. Memperoleh pinjaman dan/atau menjaminkan aset



- Perseroan;
- c. Memberikan pinjaman kepada anak perusahaan terkendali:
 - 1) Jangka pendek [sampai dengan 1 (satu) tahun] untuk tujuan operasional.
 - 2) Jangka panjang [lebih dari 1 (satu) tahun] untuk tujuan operasional dan/atau non operasional.
**Dengan ketentuan bahwa pemberian pinjaman kepada Perseroan lain yang bukan merupakan anak perusahaan terkendali Perseroan adalah dilarang untuk dilakukan.*
 - d. Melakukan penanaman modal atau investasi dalam suatu proyek yang terkait dengan bisnis inti Perseroan sebagaimana ditetapkan dalam Rencana Jangka Panjang Perseroan dan/atau Rencana Kerja dan Anggaran Perseroan dengan ketentuan bahwa penanaman modal tersebut tidak berbentuk saham dan/atau bukan dalam rangka kegiatan operasional Perseroan;
 - e. Menghapusbukkan piutang macet;
 - f. Dengan cara apa pun mengalihkan atau menghapusbukkan aktiva tetap bergerak Perseroan;
 - g. Dengan cara apa pun mengalihkan atau menghapusbukkan aktiva tetap tidak bergerak Perseroan;
 - h. Memberikan atau melakukan penyertaan saham kepada suatu Perseroan, melepaskan penyertaan saham dari Perseroan, mendirikan anak perusahaan, melakukan kegiatan merger dan akuisisi;
 - i. Mengalihkan, menukar, menjual atau membeli segmen usaha.
 - Dalam hal Dewan Komisaris tidak menetapkan batasan sebagaimana berikan kewenangan kepadanya, maka dengan mengesampingkan nilai dari tindakan tersebut, setiap pelaksanaan tindakan sebagaimana disebut di atas wajib dilakukan dengan terlebih dahulu mendapatkan persetujuan Dewan Komisaris melalui Rapat Dewan Komisaris.
9. Direksi terlebih dahulu harus mendapat persetujuan tertulis dari Rapat Umum Pemegang Saham setelah sebelumnya mendapatkan persetujuan dari Dewan Komisaris berdasarkan Rapat Dewan Komisaris, untuk:
 - a. Memperoleh pinjaman dan/atau menjaminkan aset Perseroan dengan nilai lebih dari 50% (lima puluh persen) ekuitas Perseroan yang tercantum dalam Laporan Keuangan terakhir yang telah diaudit oleh kantor akuntan publik;
 - b. Melakukan penanaman modal atau investasi dalam suatu proyek yang tidak terkait dengan bisnis inti Perseroan sebagaimana ditetapkan dalam Rencana Jangka Panjang Perseroan dan/ atau Rencana Kerja dan Anggaran Perseroan dengan ketentuan bahwa penanaman modal tersebut tidak berbentuk saham dan/atau bukan dalam rangka kegiatan operasional Perseroan.
 - c. Menghapuskan piutang macet dengan nilai lebih besar dari 5% (lima persen) ekuitas Perseroan yang tercantum dalam Laporan Keuangan terakhir yang telah diaudit oleh kantor akuntan publik;
 - d. Dengan cara apa pun mengalihkan atau menghapusbukkan aktiva tetap bergerak Perseroan dengan nilai lebih dari 50% (lima puluh persen) ekuitas Perseroan yang tercantum dalam Laporan Keuangan terakhir yang telah diaudit oleh kantor akuntan publik;
 - e. Dengan cara apa pun mengalihkan atau menghapusbukkan aktiva tetap tidak bergerak Perseroan lebih dari 50% (lima puluh persen) ekuitas Perseroan yang tercantum dalam Laporan Keuangan terakhir yang telah diaudit oleh kantor akuntan publik;
 - f. Memberikan/melakukan penyertaan saham pada suatu Perseroan, melakukan pendirian suatu perusahaan, melakukan kegiatan merger dan akuisisi, atau melepaskan penyertaan saham di suatu Perseroan;
 - g. Mengalihkan, menukar, menjual atau membeli segmen usaha.

Komposisi Direksi

Berdasarkan Keputusan Rapat Para Pemegang Saham (RPUS) tanggal 14 Desember 2021, susunan Direksi Perseroan adalah sebagai berikut:

Jabatan	Nama	Asal Perusahaan	Tanggal RUPS
Direktur Utama	Arif Prabowo	Telkom	1 Desember 2021
Direksi	Tantang Yudha Santoso	Telkom	28 Juli 2021

D. Penilaian Dewan Komisaris dan Direksi

Prosedur Penilaian Kinerja Dewan Komisaris

Pemegang Saham melalui RUPS melakukan penilaian terhadap kinerja Dewan Komisaris melalui Laporan Pertanggungjawaban Dewan Komisaris yang disampaikan dalam RUPST.

Prosedur Penilaian Kinerja Direksi

Penilaian Kinerja Direksi PT Metra Digital Media tahun 2021 didasarkan pada kontrak manajemen yang telah disepakati oleh Direksi dan Dewan Komisaris.

Kriteria Penilaian

Penilaian kinerja Direksi Metra Digital Media tahun 2021 didasarkan pada 4 (empat) aspek yang menjadi kriteria penilaian yaitu: *financial*, *customer*, *internal process*, dan *learning and growth*.

Pihak yang Melakukan Penilaian

Setiap tahun, penilaian kinerja Direksi dilakukan secara berkala dan disetujui oleh Dewan Komisaris Perseroan dan pihak pemegang saham.

E. Kebijakan Remunerasi Dewan Komisaris dan Direksi

RUPS telah menetapkan pedoman gaji/honorarium, tunjangan serta fasilitas Direksi dan Dewan Komisaris, yang memuat tentang: (1) formula perhitungan gaji/honorarium; (2) formula perhitungan gaji/ honorarium, tunjangan dan fasilitas tersebut memperhatikan pendapatan, aktiva, tingkat inflasi, serta mempertimbangkan sektor industri sejenis yang terukur (*benchmark*), kondisi persaingan usaha (*competitiveness*) atau kompleksitas usaha, dan kelangkaan Sumber Daya Manusia.

RUPS juga telah menetapkan penghasilan Dewan Komisaris sesuai dengan pedoman yang ditetapkan. Pedoman ini berdasarkan pada Nota Dinas Nomor: C.Tel.55/PS560/COPA0000000/2020/Rhs-Prib dan Keputusan Dewan Komisaris Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Nomor: 08/KEP/DK/2019 tentang Pedoman Pelaksanaan Kerja (*Charter*) Komite Nominasi dan Remunerasi Perusahaan Perseroan (Persero) PT Telekomunikasi Indonesia, Tbk.

F. Sekretaris Perusahaan

Fungsi Sekretaris Perusahaan dijalankan oleh fungsi *Marketing Communication* yang berada di bawah Divisi *Marketing & Business Control General Manager* yang dijabat oleh Bapak Fakhri Novia Chalid. Uraian tugas Sekretaris Perusahaan mencakup hal-hal substantif sebagai berikut:

1. Memastikan bahwa Perusahaan mematuhi peraturan tentang persyaratan keterbukaan sejalan dengan penerapan prinsip-prinsip GCG;
2. Memberikan informasi yang dibutuhkan oleh Direksi dan Dewan Komisaris secara berkala dan/atau sewaktu-waktu apabila diminta;
3. Sebagai penghubung (*liaison officer*);
4. Menatausahakan serta menyimpan dokumen (termasuk kebijakan) perusahaan termasuk risalah ragab BoC dan BoD tahun 2020 serta Risalah RUPS.



Sistem Pengawasan dan Pengendalian Internal

Pengelolaan internal audit MDMedia menjadi satu dengan Internal Audit TelkomMetra sebagaimana yang dituangkan dalam Pedoman Pengelolaan GCG Metra Digital Media tanggal 2 Juni 2020 yang ditandatangani oleh Presiden Direktur.

Terdapat *PIC* internal audit dari perusahaan yang menjadi Tim Internal Audit di Telkom Metra Group. Jumlah personel yang ditugaskan di Tim Internal Audit sesuai dengan kebutuhan untuk pelaksanaan tugas internal audit. Jumlah SDM internal audit dari MDMedia berjumlah sebanyak 3 orang.

Adapun kualitas personel yang ditugaskan pada Tim Internal Audit sudah sesuai dengan kebutuhan untuk pelaksanaan tugas internal audit karena sudah diberikan *training* terkait dengan audit.

A. Kepatuhan terhadap Peraturan Perundang-Undangan

Perseroan berkomitmen kuat untuk selalu menjalankan praktik bisnis sehat yang senantiasa berlandaskan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia terutama yang relevan dengan aktivitas bisnis Perseroan.

Proses bisnis dan aturan internal Perseroan juga diperbaharui secara berkesinambungan, guna menyesuaikan dengan perubahan peraturan perundang-undangan terkini yang relevan dengan aktivitas bisnis dan operasional Perseroan.

B. Tinjauan atas Efektivitas Sistem Pengendalian Internal (SPI) Tahun 2021

Komitmen Perseroan yang kuat dilakukan untuk selalu menerapkan Sistem Pengendalian Internal (SPI) yang efektif tercermin dari tidak adanya temuan signifikan yang diperoleh baik dari hasil proses audit internal maupun audit eksternal yang dapat mempengaruhi kewajaran dan keandalan laporan keuangan Perseroan.

Selain itu, Perseroan juga senantiasa mengevaluasi dan memperbaharui seluruh *Standard Operating Procedures (SOP)* yang berlaku di Perseroan guna mendukung efektivitas seluruh kegiatan SPI.



Sistem Manajemen Risiko

MDMedia menerapkan manajemen risiko untuk menjamin terwujudnya *value creation* dan *protection* bagi para pemangku kepentingan MDMedia, termasuk di dalamnya adalah untuk melindungi seluruh kegiatan usaha.

Selain itu, manajemen risiko juga merupakan bentuk kepatuhan (*compliance*) terhadap bisnis proses yang berlaku. Sesuai dengan perubahan pada induk perusahaan TelkomGroup dalam RUPS Telkom 2021, maka pada September 2021 MDMedia melakukan perubahan nomenklatur pada jabatan Direktur Keuangan menjadi Direktur Keuangan dan Manajemen Risiko.

Pengelolaan kebijakan manajemen Risiko di MDMedia akan dilakukan lebih masif dengan mengikuti pelatihan dan sertifikasi profesional dan melakukan pengembangan aplikasi dan *dashboard* Sistem Manajemen Risiko serta memperjelas kebijakan yang telah dibuat untuk mewujudkan *Good Corporate Governance* di MDMedia.

Pembagian Risiko Perusahaan dalam Beberapa Aspek

FAKTOR RISIKO

Aspek Strategis	Aspek Operasional	Aspek Finansial
Kegagalan bekerja sama dengan mitra strategis.	Rendahnya kemampuan kreativitas digital.	Kegagalan mencapai efektivitas biaya target.
Kegagalan mencapai pangsa pasar eksternal.	Gagal mencapai margin laba kotor minimum.	Kegagalan dalam peningkatan piutang dagang.
Kegagalan mencapai realisasi pangsa pasar analitik data.	Kurangnya produktivitas karyawan.	
Kegagalan mencapai realisasi pendapatan.	Aktivasi budaya rendah (AKHLAK).	

Dalam *Risk Profile Charter* Perseroan terdapat beberapa upaya yang direncanakan untuk mengatasi risiko-risiko yang dapat memengaruhi usaha Perseroan. Upaya-upaya tersebut dirangkum dan disingkat menjadi semboyan **SIKAT AJA**, dengan uraian sebagai berikut:

S - Strengthening Internal Capabilities via TelkomGroup Synergy & Mega Partnership (Penguatan Kapabilitas Internal Melalui Sinergi TelkomGroup & Mega Partnership): Untuk mengatasi risiko-risiko seperti rendahnya kemampuan kreativitas digital; gagal bekerja sama dengan mitra strategis.

I - Improving Profitability & Healthiness (Meningkatkan Profitabilitas & Kesehatan): Untuk mengatasi risiko-risiko seperti gagal mencapai margin laba kotor minimum, kegagalan mencapai target efektivitas biaya, kegagalan mencapai pangsa pasar eksternal, dan lainnya.

K - Knowing Your Customer Using Data Analytic & Creating Use Cases to Leverage External Market Penetration (Mengenali Pelanggan Menggunakan Analisis Data & Contoh Kasus untuk Memanfaatkan Penetrasi Pasar Eksternal): Untuk mengatasi risiko kegagalan untuk mencapai realisasi analitik data pangsa pasar.

A - Aiming To Become Barometer Digital Media Communication & Digital Content (Menjadi Barometer Komunikasi Media Digital & Konten Digital): Untuk mengatasi risiko-risiko seperti tidak tercapainya realisasi pendapatan, gagal bekerja sama dengan mitra strategis, rendahnya kemampuan kreativitas digital, dan sejenisnya.

T - Trusted Partner for Government, SOE, Enterprise & TelkomGroup (Menjadi Mitra Terpercaya Pemerintah, BUMN, Enterprise & TelkomGroup): Untuk mengatasi risiko kegagalan untuk mencapai realisasi pendapatan.

A - Agile & Lean Organization for Maximizing Productivity (Meningkatkan Ketangkasan serta Perampingan Organisasi untuk Memaksimalkan Produktivitas): Untuk mengatasi risiko berkurangnya produktivitas karyawan.

J - Joins Hands With Financial Institution & Holding For Working Capital Readiness & Conducting Financial Improvement (Bergandengan Tangan dengan Lembaga Keuangan & Pemegang Saham untuk Kesiapan Modal Kerja & Peningkatan Keuangan): Untuk mengatasi risiko seperti kegagalan dalam peningkatan AR Collection.

A - Akhlak as New Culture (Akhlak sebagai Budaya Baru): Untuk mengatasi risiko merendahnya akhlak.





Perkara Hukum

Selama tahun 2021, terdapat 1 (satu) surat somasi dan kasus tersebut sudah diselesaikan secara damai oleh kedua belah pihak.

Budaya Korporasi, Etika Bisnis, dan Sistem Whistleblowing

Dalam rangka mewujudkan keberlangsungan usaha dalam jangka panjang, Perseroan senantiasa berupaya meningkatkan kesadaran seluruh karyawan agar selalu menempatkan moral dan etika bisnis sebagai budaya kerja yang tak terpisahkan dari rangkaian implementasi GCG di Perseroan.

Sebagai upaya dalam mewujudkan prinsip *Good Corporate Governance* di seluruh lini, Perseroan menyusun suatu panduan Kode Etik (*Code of Conduct*) yang berisi etika kerja dan etika bisnis yang menjadi standar perilaku bagi setiap individu di dalam Perseroan. Kode Etik ini berfungsi untuk memastikan agar seluruh jajaran mematuhi peraturan Perseroan maupun peraturan dan perundangan terkait.

Perusahaan telah memiliki Pedoman Perilaku/*Code of Conduct* (CoC) berdasarkan Surat Keputusan Direksi No. 00085/KPTS/01010101/19 tanggal 1 Oktober 2019 tentang Etika Bisnis dan Kebijakan *Anti-Fraud* serta *Whistleblower*.



Pedoman perilaku perusahaan tahun 2021 memuat antara lain:

- a. Pernyataan Komitmen Direksi;
- b. Nilai-nilai perusahaan (*values*);
- c. Benturan kepentingan;
- d. Pemberian dan penerimaan hadiah, jamuan, hiburan, dan pemberian donasi;
- e. Kepedulian terhadap kesehatan dan keselamatan kerja serta pelestarian;
- f. Perlindungan informasi perusahaan dan *intangible asset*;
- g. Perlindungan harta perusahaan;
- h. Kegiatan sosial dan politik;
- i. Etika yang terkait dengan *stakeholders*;
- j. Mekanisme penegakan Pedoman Perilaku termasuk pelaporan atas pelanggaran;
- k. Pelanggaran dan sanksi.

Kebijakan mengenai Sistem Pelaporan Pelanggaran pada Perusahaan (*whistleblowing system*) mencakup materi sebagai berikut:

- a. Perlindungan pelapor; dan
- b. Ketentuan umum penyampaian pelanggaran.





A. Sosialisasi Kode Etik dan Penegakannya

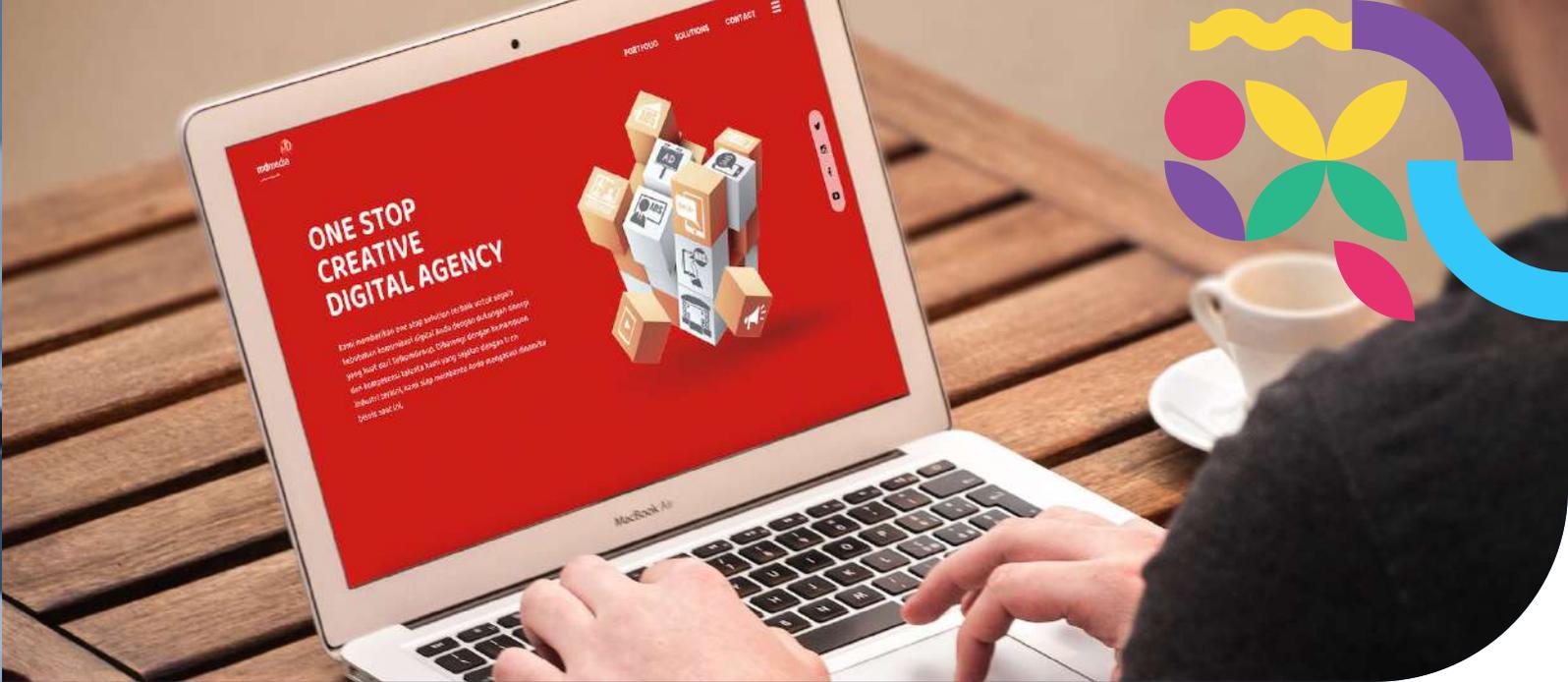
Secara rutin, Perseroan melakukan kampanye mengenai Kode Etik kepada seluruh karyawan termasuk Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan. Hal ini termuat dalam Surat *Business Support Director* kepada seluruh Direksi dan Pekerja No. 00106/M/03010101/19 tanggal 16 Oktober 2019 tentang Sosialisasi SKD Etika Bisnis dan Kebijakan *Anti-Fraud* serta *Whistleblower* MDMedia.

Selain itu, Kode Etik Perseroan juga tertulis di dalam kontrak kerja perekrutan karyawan yang harus dipahami dan ditandatangani oleh seluruh karyawan. Hal ini dilakukan agar seluruh karyawan Perseroan selalu berperilaku sesuai nilai-nilai Perseroan, serta menerapkan kode etik dalam melaksanakan kegiatan sehari-hari.

Perseroan juga secara berkala mengadakan sejumlah kegiatan internal yang bertujuan untuk mengingatkan dan menekankan penerapan kode etik bagi para karyawan.

B. Pernyataan Bahwa Kode Etik Berlaku bagi Anggota

Seluruh isi Kode Etik Perusahaan wajib dipatuhi oleh seluruh Organ Perseroan, yaitu Dewan Komisaris, Direksi, dan seluruh karyawan. Perseroan meyakini dengan diterapkannya prinsip-prinsip GCG secara menyeluruh baik di lini bisnis maupun level manajemen dapat menjadi salah satu faktor pendukung keberlanjutan bisnis di kemudian hari.



Keterbukaan Informasi

Sebagai bentuk implementasi TelkomMetra terhadap prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik di seluruh aspek bisnis dan operasional terutama dalam hal transparansi informasi, PT Metra Digital Media telah menyediakan situs web resmi yaitu www.mdmedia.co.id.

Melalui situs web tersebut, PT Metra Digital Media secara aktif mempublikasikan sejumlah informasi umum seputar Perseroan, seperti Visi & Misi, Tim Manajemen, Kontak Perseroan, serta *update* berita terbaru tentang kegiatan yang dilakukan PT Metra Digital Media.





07

TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN

- 7.1 Lingkungan Hidup
- 7.2 Ketenagakerjaan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja
- 7.3 Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan
- 7.4 Tanggung Jawab terhadap Konsumen





Sebagai warga korporat yang baik, PT. Metra Digital Media berkomitmen terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan, seperti yang tertuang di dalam Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.

Tujuannya untuk mendukung dan meningkatkan kontribusi perusahaan terhadap pembangunan berkelanjutan. Oleh sebab itu, perseroan terus berkomitmen untuk tumbuh bersama masyarakat dengan memperhatikan prinsip kelestarian lingkungan.

Sebagai bagian yang tak dapat dipisahkan, MDMedia juga selalu berupaya menjalin hubungan baik dengan Pemangku Kepentingan, tetapi tetap mengedepankan prinsip kepatutan.

Untuk merealisasikan itu, perseroan sadar mengenai pentingnya unit yang bertugas dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Agar semuanya bisa berjalan dengan baik, perusahaan harus memiliki indikator kinerja yang tepat untuk mengukur keberhasilan pengelolaan CSR (*Corporate Social Responsibility*).

Di sisi lain, perseroan juga perlu mengukur tingkat keberhasilan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan dan melakukan evaluasi atas pencapaian target-targetnya.

Perlu bagi perseroan mengantisipasi dampak negatif yang ditimbulkan dari produk, pelayanan dan proses operasional perusahaan terhadap masyarakat. Untuk itu, perusahaan memiliki SOP yang memuat kewajiban perusahaan untuk memastikan bahwa aset dan lokasi usaha serta fasilitas perusahaan lainnya harus memenuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku terkait dengan pelestarian lingkungan, kesehatan dan keselamatan kerja dalam "Buku Petunjuk Tanggap Darurat Tenant Gedung Telkom Landmark Tower".

Selain itu, MDMedia juga memiliki program penanganan keadaan darurat yang disosialisasikan kepada seluruh karyawan, berupa latihan evakuasi kejadian darurat yang dilakukan pada 9 Desember 2019. Kemudian, perseroan juga sudah memiliki infrastruktur, baik sebagai *early warning system* maupun pelaksanaan keadaan darurat.

Namun demikian, perseroan memiliki empat aspek yang harus diperhatikan dalam tanggung jawab sosial perusahaan, yakni lingkungan hidup, ketenagakerjaan, kesehatan dan lingkungan kerja, pengembangan sosial dan kemasyarakatan, serta tanggung jawab terhadap konsumen.



Lingkungan Hidup

MDMedia menyadari betapa pentingnya aspek pelestarian lingkungan untuk mendukung keberlanjutan bisnis yang akan datang. Dalam menjalankan kegiatan operasional, perusahaan terus berupaya menjaga lingkungan dan memastikan tidak adanya kerusakan lingkungan yang ditimbulkan.

Dalam merealisasikan tanggung jawab sosial perusahaan, terutama aktivitas lingkungan, setidaknya ada dua hal yang selalu menjadi perhatian perseroan yakni, aktivitas pelestarian lingkungan dan aktivitas pengelolaan lingkungan.

Di tahun 2021, perusahaan sudah menjalankan program lelang obsolete assets dan sampah produksi *printing* pada anak perusahaan (BDP) untuk dilakukan daur ulang. Upaya ini dilakukan dalam rangka menjaga lingkungan dari sampah barang/aset tidak produktif.





Ketenagakerjaan, Kesehatan dan Keselamatan Kerja

Menjaga kepentingan seluruh karyawan adalah prioritas utama yang harus dipenuhi perusahaan. Berdasarkan peraturan, perusahaan wajib memenuhi kesejahteraan, kesehatan dan keselamatan seluruh karyawan.

Oleh karena itu, perusahaan memfasilitasi para pekerja melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) dan memberikan Badan Penyelenggara Jaminan Sosial Ketenagakerjaan (BPJS TK). Semua itu dilakukan dalam rangka mempersiapkan masa pensiun seluruh karyawan.

Selain itu, perseroan juga memberikan program jaminan kesehatan bagi pekerja dan keluarga melalui asuransi kesehatan swasta dan BPJS Kesehatan sebagai wujud komitmen dalam melayani pekerja sebagai aset terpenting dalam menjalankan roda bisnis perusahaan.



Pengembangan Sosial dan Kemasyarakatan

MDMedia memiliki komitmen untuk menjadi perseroan yang tumbuh bersama masyarakat. Oleh sebab itu, penting untuk memastikan setiap kegiatan yang dijalankan mendapat dukungan dari masyarakat sekitar.

Mengingat statusnya sebagai cucu perusahaan BUMN, perseroan tidak wajib memiliki program CSR terkait pembinaan usaha kecil. Akan tetapi, perusahaan tetap memiliki rencana kerja untuk melaksanakan program kemitraan dengan usaha kecil. Selain itu, perusahaan juga memiliki rencana kerja implementasi program kemitraan yang dianggarkan dalam RKAP dan bukan sebagai distribusi laba.

Di sisi lain, perseroan terus berupaya menjalankan sejumlah program CSR di bidang sosial dan pengembangan masyarakat. Maka daripada itu, perusahaan membuat beberapa program yang berkaitan dengan pengembangan sosial dan kemasyarakatan (*Social and Community Development*) di antaranya:

- a. Program pengembangan pendidikan
- b. Program perbaikan kesehatan
- c. Program pengembangan seni budaya

Di tahun 2021, perusahaan sudah merealisasikan beberapa agenda, di antaranya termasuk menjalankan program sosial tahunan untuk internal dan eksternal dengan melanjutkan program beasiswa anak pekerja, kegiatan tebar Qurban serta Santunan Yatim/Dhuafa kepada lingkungan sekitar.



Tanggung Jawab Terhadap Konsumen

Dalam menjalankan bisnisnya, perseroan selalu mengutamakan kenyamanan konsumen. Oleh sebab itu, perusahaan selalu berkomitmen dalam mengawasi setiap mutu dari produk yang dikeluarkan.

Selain itu, perseroan juga berusaha memberi perlindungan terhadap konsumen dengan menyediakan produk yang terbaik bagi pelanggan. Terkait dengan tanggung jawab terhadap konsumen dan program peningkatan layanan konsumen, dapat dilakukan melalui nomor telepon 021 7202909 dan email kantor di info@mdmedia.co.id.

Aktivitas dan biaya terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan terutama mengenai komitmen perusahaan terhadap perlindungan produk dan konsumen dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. Pembentukan pusat pengaduan konsumen.
- b. Program peningkatan pelayanan kepada konsumen.

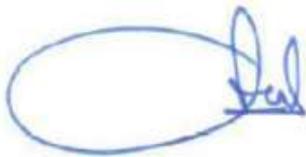
SURAT PERNYATAAN ANGGOTA DIREKSI TENTANG TANGGUNG JAWAB ATAS ANNUAL REPORT 2021 PERUSAHAAN MD MEDIA

Kami yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa semua informasi dalam Annual Report Perusahaan MD Media tahun 2021 telah dimuat secara lengkap dan bertanggung jawab penuh atas kebenaran isi laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya.

Jakarta, 14 April 2022

Direksi

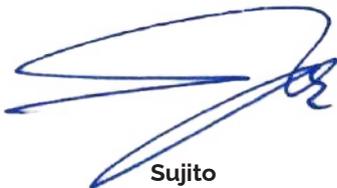


Arif Prabowo
Direktur Utama



Tantang Yudha Santoso
Direktur Keuangan & Manajemen Risiko

Komisaris



Sujito
Komisaris Utama



Edie Kurniawan
Komisaris

