

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Deskripsi Perusahaan

Holding company merupakan entitas korporat yang memiliki maupun memegang asset atau saham mayoritas didalam satu atau lebih entitas anak yang dikenal sebagai anak perusahaan. Menurut Prof. Peter Drucker, yaitu seorang tokoh manajemen melansir bahwa “perusahaan induk adalah perusahaan yang memiliki kepentingan mayoritas atau control dalam satu atau lebih perusahaan anak”¹

Dalam kehidupan Masyarakat holding company, maupun Perusahaan induk memiliki peran yang bervariasi dan bersifat krusial, namun yang paling utama adalah sektor bidang bisnis dan ekonomi. Fungsi utama dari induk Perusahaan yang paling utama adalah memfasilitasi diversifikasi investasi. Hal ini dapat meminimalisir risiko dengan mengalokasikan dana mereka ke berbagai perusahaan anak yang beroperasi di sektor industri yang beragam bagi kelompok maupun investor individu.

Kontribusi lain yang tidak kalah signifikan yang dapat diberikan oleh Perusahaan induk yaitu turut serta berkontribusi dalam penciptaan lapangan kerja melalui anak Perusahaannya, hal ini dapat mendukung sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat local maupun nasional. Hal ini juga terlihat dari sumbangan yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara melalui pendapatan yang diterima, penerimaan pajak dan berbagai aktivitas ekonomi lainnya.

Meningkatkan efisiensi operasional entitas anaknya dengan menyediakan sumber daya bersama, meningkatkan pengetahuan manajerial dan bantuan keuangan, juga merupakan peran krusial oleh Perusahaan induk. Perusahaan induk biasa membuat kontribusi pada pengelolaan yang lebih efektif terhadap sumber daya keuangan di antara anak Perusahaannya, menjadikan alokasi modal optimal dan meminimalisir biaya peminjaman. Dorongan inovasi, memperluas inovasi dan

perkembangan bersama serta berbagi pengetahuan diantara anak Perusahaan nya juag merupakan hasil dorongan dan usaha Perusahaan induk.

Perusahaan induk memiliki kemampuan dan kapasitas untuk menjalin kerjasama dengan perusahaan lain, instansi pemerintah, atau lembaga non-profit, yang dapat menghasilkan nilai tambah atau mencapai tujuan sosial tertentu. Melalui jaringan anak perusahaannya yang tersebar di berbagai negara, perusahaan induk dapat mempermudah akses ke pasar global dan mengambil keuntungan dari peluang bisnis internasional. Terakhir, perusahaan induk juga dapat berperan dalam mendukung perkembangan infrastruktur, terutama di sektor energi, transportasi, dan teknologi, melalui anak perusahaannya, yang pada akhirnya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan dan kesejahteraan Masyarakat.

Karakteristik yang dimiliki perusahaan induk yang membedakannya dari perusahaan biasa, Pertama-tama, salah satu ciri paling mendasar dari perusahaan induk adalah kepemilikan saham mayoritas atau pengendalian penuh atas satu atau lebih perusahaan anak (subsidiaries). Kepemilikan ini memberikan perusahaan induk hak untuk mengambil keputusan strategis dan operasional yang signifikan di dalam anak perusahaannya. Selanjutnya, perusahaan induk cenderung memiliki portofolio bisnis yang sangat beragam. Dengan anak perusahaan yang beroperasi di berbagai sektor industri atau bisnis yang berbeda, diversifikasi ini dapat membantu mengurangi risiko yang terkait dengan fluktuasi ekonomi sektor tertentu (Hany, 2022)

Kontrol manajemen yang sentral juga menjadi ciri khas perusahaan induk. Mereka seringkali memiliki wewenang penuh terhadap keputusan manajemen, termasuk strategi bisnis, alokasi sumber daya, dan pengangkatan atau pergantian pemimpin anak perusahaan. Dari segi keuntungan, perusahaan induk biasanya mendapatkan keuntungan ekonomi dari anak perusahaannya. Ini dapat berupa dividen yang diterima dari anak perusahaan, penerimaan bunga atau royalti, atau keuntungan modal ketika anak perusahaan dijual. Perusahaan induk juga memiliki kemampuan untuk membentuk kemitraan dan aliansi dengan berbagai pihak,

termasuk perusahaan lain, entitas pemerintah, atau organisasi nirlaba. Ini memungkinkan mereka untuk menciptakan nilai tambah atau mencapai tujuan sosial tertentu.

Selain itu, perusahaan induk dapat memanfaatkan akses ke pasar global jika mereka memiliki anak perusahaan yang tersebar di berbagai negara. Ini mendukung ekspansi bisnis internasional dan pemanfaatan peluang global. Perusahaan induk juga dapat memainkan peran yang kunci dalam meningkatkan efisiensi operasional anak perusahaannya dengan menyediakan sumber daya bersama, pengetahuan manajerial, dan dukungan keuangan. Ini membantu dalam optimalisasi alokasi modal dan pengurangan biaya. Sebagai pembiaya bagi anak perusahaannya, perusahaan induk dapat memberikan modal untuk investasi, meminjamkan dana, atau mengakses pasar modal untuk mendukung pertumbuhan anak perusahaan.

Mengelola risiko juga menjadi fokus penting perusahaan induk, karena diversifikasi bisnis mereka memungkinkan mereka untuk mengimbangi kinerja buruk di satu anak perusahaan dengan kinerja positif di anak perusahaan lainnya. Terakhir, perusahaan induk sering mendorong inovasi dan pengembangan produk melalui upaya penelitian dan pengembangan bersama serta berbagi pengetahuan di antara anak perusahaannya. Selain itu, mereka dapat memainkan peran dalam mendukung pengembangan infrastruktur, terutama dalam sektor-sektor krusial seperti energi, transportasi, dan teknologi. Semua karakteristik ini mencerminkan peran vital perusahaan induk dalam ekonomi dan bisnis global, serta kemampuannya untuk mengelola portofolio anak perusahaan mereka guna mendukung pertumbuhan dan keuntungan keseluruhan.

Salah satu *holding company* yang berdiri di Indonesia adalah PT Multimedia Nusantara, atau yang lebih dikenal dengan nama TelkomMetra, memiliki sejarah yang kaya dan perkembangan yang dinamis. Perusahaan ini secara resmi didirikan pada tanggal 28 Mei 1997. Namun, perjalanan TelkomMetra dimulai sebagai penyelenggara layanan TV Berbayar (PayTV) pada tahun 2003. Sejak saat itu,

TelkomMetra telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dan tetap berkomitmen untuk terus mengembangkan bisnis mereka.

Salah satu aspek penting dari strategi TelkomMetra adalah pertumbuhan yang komprehensif, mencakup perluasan baik melalui pertumbuhan alami (organik) maupun melalui perluasan strategis yang melibatkan akuisisi dan investasi eksternal (anorganik). Pendekatan ini telah membantu TelkomMetra untuk memperluas cakupan bisnis mereka dan mencapai posisi kuat di industri yang terus berubah.

Sejak pendirian pada tahun 1997, TelkomMetra belum pernah mengalami perubahan dalam identitas atau nama mereka. Hal ini mencerminkan konsistensi dan stabilitas dalam pengelolaan bisnis Metra sekaligus kemampuan untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan pasar yang dinamis. Sebagai akibatnya, TelkomMetra tetap menjadi salah satu pemain utama di industri penyiaran dan telekomunikasi, dengan fokus pada inovasi dan penyediaan layanan berkualitas kepada pelanggan.

Memasuki tahun 2015, TelkomMetra memasuki fase penting dalam perjalanan bisnisnya dengan mengambil langkah untuk mengimbangi strategi bisnisnya dengan arah yang telah ditetapkan oleh TelkomGroup. TelkomGroup telah mendorong implementasi Customer Facing Unit (CFU) untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggan. CFU Enterprise, CFU Digital Services, CFU Functional Unit, serta Digital and Strategic Portfolio (DSP) adalah strategi inti yang menjadi dasar dari perubahan yang diimplementasikan oleh TelkomMetra.

Melalui implementasi strategi Customer Facing Unit ini, TelkomMetra berkomitmen untuk menjadi lebih efisien dan efektif dalam mengelola berbagai aspek perusahaan di bawah naungannya. Tujuannya adalah untuk tetap menjadi pemain yang sangat kompetitif dan unggul dalam menghadapi kompetisi global yang semakin ketat. Dengan strategi yang lebih berorientasi pada pelanggan, TelkomMetra berusaha untuk memberikan layanan yang lebih baik dan memahami lebih baik kebutuhan pelanggan, sambil tetap memastikan bahwa operasional perusahaan tetap efisien dan efektif. Langkah ini mencerminkan komitmen

TelkomMetra untuk terus tumbuh dan berkembang dalam lingkungan bisnis yang dinamis

2.1.1 Budaya Perusahaan

Dengan pengumuman nilai-nilai inti akhlak pada tahun 2020 oleh Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) Republik Indonesia, Telkommetra, sebagai salah satu anak perusahaan Telkom Indonesia, telah secara resmi mengadopsi dan menerapkan prinsip-prinsip AKHLAK. Ini dilakukan melalui pengesahan Keputusan Direksi PT Multimedia Nusantara No. 13/KD-1/XII/2020 pada tanggal 10 Desember 2020, yang berisi tentang nilai-nilai inti akhlak dan panduan implementasinya di Telkommetra.

Nilai-nilai akhlak inti merupakan elemen terpenting dari sumber daya manusia di lingkungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang harus dipatuhi. Tujuannya adalah agar setiap karyawan memahami, mengikuti sebagai panduan, dan menerapkannya dengan sepenuh hati, konsisten, dan tanpa kompromi. Hal ini akan membentuk pola perilaku sehari-hari dan budaya kerja di antara karyawan, yang pada gilirannya akan menciptakan individu-individu yang memiliki sifat Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif, dan Kolaboratif (AKHLAK).



Gambar 2. 1 Motto AKHLAK

Membangun kesadaran tentang pentingnya perubahan dan memahami makna nilai serta perilaku baru, dilakukan melalui beberapa cara, antara lain:

- a. Tahap socialization (learning)

Membangun kesadaran tentang pentingnya perubahan dan membangun kesadaran tentang pentingnya perubahan dan membangun pemahaman makna nilai maupun perilaku baru, antara lain dengan cara

- *Leader Talks Values*, Pimpinan tertinggi perusahaan, sebagai teladan, memberikan wawasan yang menginspirasi dan berbagi pengetahuan mengenai AKHLAK dan perilaku kunci (key behaviors) yang dapat mendukung pencapaian target bisnis perusahaan.
- Sosialisasi dan Top down communication, yaitu Para pemimpin unit kerja melakukan sosialisasi, berkomunikasi, dan menunjukkan perilaku sesuai dengan nilai-nilai inti AKHLAK, yang dilakukan secara top down kepada para staf di bawahnya."

b. Tahap Activation (Loving)

Meningkatkan kemampuan individu, kelompok, dan organisasi untuk mengembangkan perubahan perilaku, membangun semangat saling mendukung dalam interaksi antar karyawan, dengan tujuan membentuk sistem dan iklim kerja yang harmonis demi mendukung pencapaian tujuan perusahaan.

- Mengembangkan prosedur formal dan sistem, dengan maksud memperkuat pemahaman dan keyakinan terhadap nilai-nilai inti AKHLAK melalui mekanisme prosedur dan formal, termasuk di dalamnya pembuatan aturan dan tata cara yang mendukung praktik perilaku Core Values AKHLAK. prosedur formal dan system, yaitu menguatkan pemahaman dan keyakinan terhadap core values AKHLAK melalui mekanisme prosedur dan formal, diantaranya adalah melalui pembuatan aturan dan tata cara yang mendukung praktik perilaku Core Values AKHLAK

- Upgrade skills to change, yaitu Meningkatkan keterampilan untuk berubah, yang mencakup pengembangan keterampilan karyawan terkait perilaku inti AKHLAK melalui berbagai kegiatan perusahaan dan pelatihan/workshop yang terintegrasi dengan AKHLAK.

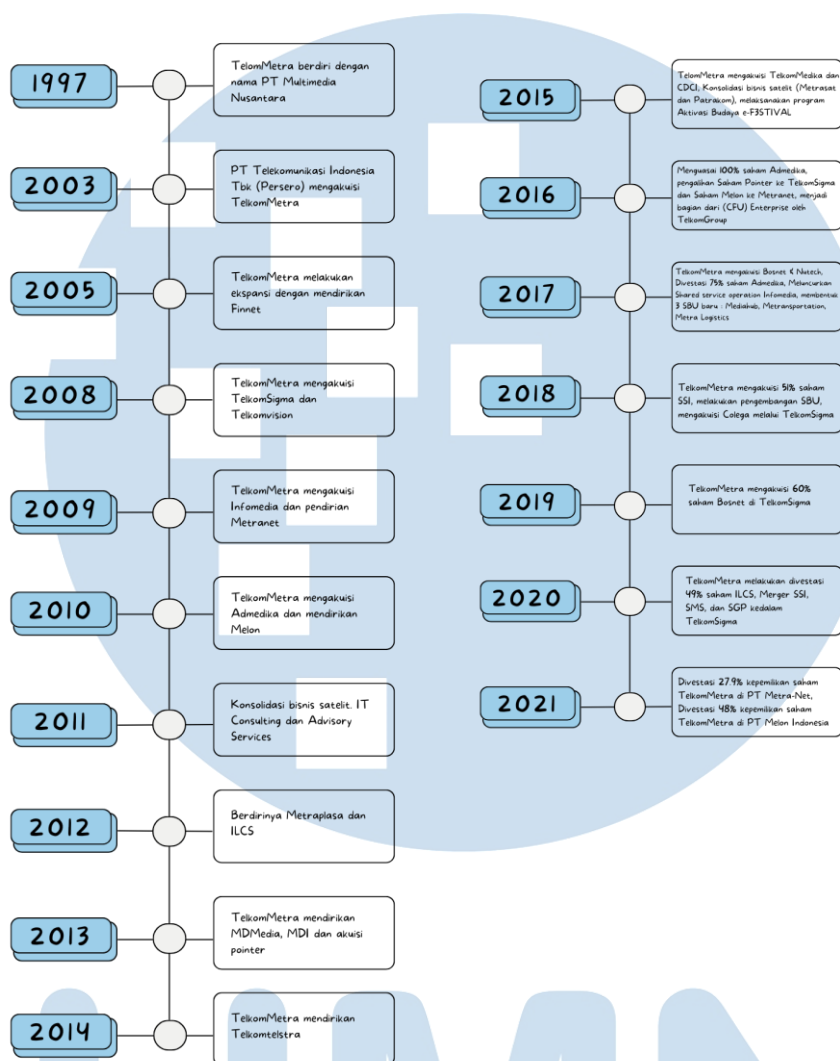
c. Action (Living)

Menjalankan Core Values AKHLAK secara konsisten dan berkelanjutan, tidak hanya di dalam Perseroan namun juga dalam kehidupan sehari-hari

2.1.2 Timeline Sejarah berdirinya Perusahaan

PT Multimedia Nusantara, atau TelkomMetra, adalah salah satu perusahaan anak dari PT Telkom Indonesia Tbk. Asal usul pendirian PT TelkomMetra erat kaitannya dengan perkembangan PT Telkom Indonesia sebagai perusahaan-induk. TelkomMetra memainkan peran sentral dalam menyediakan berbagai layanan di bidang komunikasi, teknologi, dan media, dan sekaligus memfasilitasi penggabungan beragam lini bisnis dan layanan di bawah naungan PT Telkom Indonesia. Hal ini sejalan dengan visi dan misi PT Telkom Indonesia untuk membawa inovasi dalam sektor telekomunikasi dan menjaga daya saingnya dalam pasar yang selalu berubah. Sejarah pendirian TelkomMetra mencerminkan tekad PT Telkom Indonesia untuk terus tumbuh dan bertransformasi sesuai dengan kebutuhan dan perubahan dalam industri telekomunikasi, seperti yang terlampir pada bagan dibawah ini :

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 2. 2 Timeline terbentuknya perusahaan

2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

TelkomMetra sebagai anak Perusahaan Telkom Indonesia memiliki visi misi yang kuat untuk merealisasikan lingkungan kerja dinamis dan strategis. Pada tahun 2021, Dewan Komisaris dan Direksi telah memonitor dan menyatakan bahwa Visi dan Misi, beserta sasaran strategis perseroan masih relevan, namun dibutuhkan nya penyesuaian seiring berkembangnya zaman dan arahan *Corporate Strategic Scenario* (CSS) Telkom 2022 sampai dengan 2024.

Visi :

Berperan sebagai yang terdepan dan tepercaya dalam mengelola portofolio bisnis serta memiliki stabilitas keuangan melalui pendekatan bisnis yang gesit dan cerdas yang didasarkan pada Tata Kelola Perusahaan yang Baik (*Good Corporate Governance - GCG*).

Misi :

- Memajukan nilai tambah bagi para pemangku kepentingan dengan mengelola portofolio bisnis secara sehat, penuh inovasi, dan dengan fokus pada penyempurnaan pengalaman pelanggan.
- Responsif, cepat beradaptasi, dan cerdas dalam menghadapi dinamika dalam bisnis, sambil terus menjalankan praktik Tata Kelola Perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance*)
- Bertitik pacu kepada karyawan untuk mewujudkan Perusahaan berdaya dan tepercaya

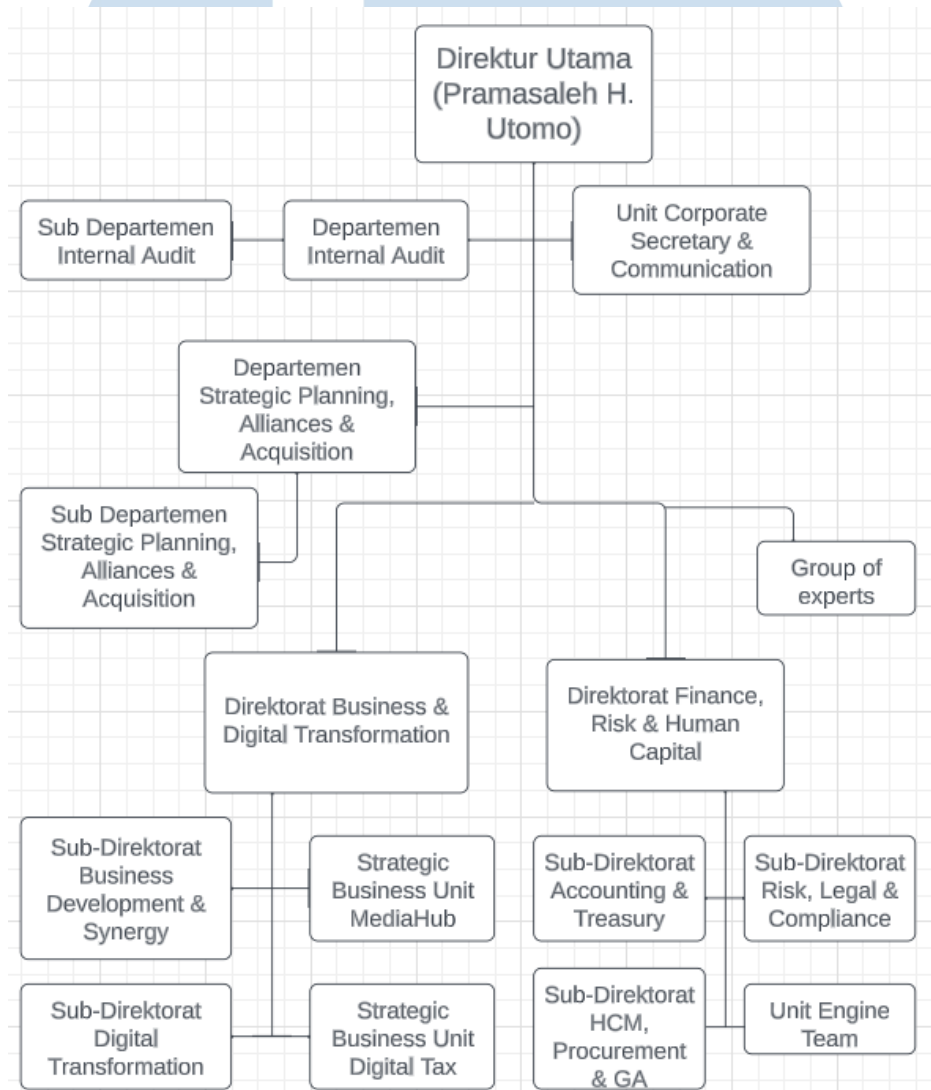
Tujuan Perseroan :

Menjadi katalisator dalam merealisasikan kesejahteraan dan daya saing negara dengan melakukan investasi, pengembangan, dan pengelolaan portofolio bisnis terkini, dengan tekad untuk selalu memberikan nilai tambah yang terbaik kepada semua pemangku kepentingan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Sesuai dengan Keputusan Direksi PT Multimedia Nusantara No. 012/KD-1/XI/2021, yang dikeluarkan pada tanggal 1 November 2021, terkait dengan struktur organisasi perusahaan



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan

Sumber: Nama Belakang Penulis/*Annual Report* (2021)

2.3 Portfolio Perusahaan

Sebagai sebuah Strategic holding company, TelkomMetra memiliki peranan sebagai induk Perusahaan dan pemegang saham dari berbagai anak Perusahaan yang diinovasikan baik diberikan rekognisi, antara lain :

1. SBU MediaHub

MediaHub merupakan solusi one-stop-shopping untuk kebutuhan industri konten dan penyiaran mulai dari akuisisi konten hingga distribusi siaran, baik di tingkat nasional maupun internasional, yang dikelola oleh sumber daya berpengalaman dalam bisnis media. Cakupan pelanggan MediaHub mencakup Penyiaran Berlangganan (Pay-TV), Platform OTT, Pemilik Konten, Agen Periklanan, baik perusahaan swasta, BUMN, maupun lembaga pemerintah.



Gambar 2. 4 Logo MediaHub

2. SBU Digital Taz

SBU Digital Tax merupakan bagian integral dari solusi layanan Informasi dan Komunikasi Teknologi (ICT) yang didesain secara khusus untuk menjalankan peran sebagai pusat Hub ICT di dalam Ekosistem Pajak Digital. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan kemudahan dan efisiensi dalam konteks Pajak Digital dengan menyediakan Platform Pajak Digital yang canggih, infrastruktur yang kuat, serta koneksi yang andal. Salah satu peran penting SBU Digital Tax adalah menjembatani Wajib Pajak dengan Direktorat Jenderal Pajak (DGT) melalui penghubungan Host to Host yang aman dan efisien, yang memungkinkan pertukaran data dan informasi secara langsung antara pelaku usaha dan lembaga pajak. Dengan begitu, SBU Digital Tax berperan dalam mendukung transformasi perpajakan digital, menyederhanakan proses perpajakan, dan meningkatkan kerja sama antara sektor pajak dan wajib pajak.



Gambar 2. 5 Logo TelkomPajakku Digitax

3. PT Finnet Indonesia (Finnet)

Finnet merupakan perusahaan yang memiliki fokus utama pada penyediaan solusi dalam ranah transaksi keuangan bagi beragam entitas bisnis. Mereka mencapai tujuan ini dengan cara terus berinovasi dalam pengembangan produk dan layanan yang merangkul teknologi informasi sebagai jantung dari operasional mereka. Pendekatan yang mereka terapkan tidak terbatas pada penggunaan perangkat lunak dan basis data saja, melainkan juga melibatkan pembangunan jaringan yang kuat dan terpercaya. Dengan demikian, Finnet tidak hanya berperan sebagai penyedia solusi, tetapi juga sebagai mitra strategis yang membantu entitas bisnis dalam mengoptimalkan proses transaksi keuangan mereka. Dengan dukungan jaringan teknologi informasi yang handal, perangkat lunak inovatif, dan basis data yang kuat, Finnet memberikan alat yang efisien dan efektif bagi pelanggan Finnet untuk mengelola, mengotomatisasi, dan meningkatkan kinerja transaksi keuangan



Gambar 2. 6 Logo Finnet

4. PT Administrasi Medika (AdMedika)

AdMedika adalah penyedia beragam layanan komprehensif, termasuk Pengelolaan Klaim Kesehatan, Sistem Informasi Kesehatan, dan Layanan Bantuan Darurat. Perusahaan ini telah berdedikasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan

kesehatan dan pelayanan darurat, memastikan bahwa anggota mereka dapat mengakses perawatan kesehatan dengan mudah dan efisien. Dengan jangkauan layanan yang luas dan komitmen mereka terhadap kualitas, AdMedika terus menjadi penyedia yang dapat diandalkan dalam industri kesehatan.



Gambar 2. 7 Logo Finnet

5. PT Informasi Nusantara (Infomedia)

Pada tahun 2009, Infomedia diakuisisi oleh TelkomMetra dan sejak itu telah menjadi salah satu pemimpin pasar dalam industri Manajemen Proses Bisnis (BPM), khususnya dalam hal layanan pusat kontak. Dalam ekosistem TelkomMetra, Infomedia memiliki peran sentral sebagai administrator portofolio Manajemen Proses Bisnis (BPO), mengelola berbagai layanan yang berkaitan dengan proses bisnis untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memastikan efisiensi operasional.

Infomedia telah membangun reputasi yang kuat dalam industri ini dan terus berperan sebagai pemain utama dalam menyediakan solusi manajemen proses bisnis yang canggih untuk berbagai klien dan entitas bisnis.



Gambar 2. 8 Logo Infomedia

6. PT Metra Digital Media (MDMedia)

MDMedia, yang didirikan pada tahun 2013, adalah perusahaan yang mengkhususkan diri dalam bisnis Media dan Periklanan. MDMedia menawarkan beragam layanan agensi yang mencakup berbagai tahap, mulai dari konsep kreatif hingga penempatan media, pelaksanaan, dan aktivasi. Dengan pengalaman yang kaya dalam industri ini, MDMedia membantu klien-klien mereka dalam merencanakan dan melaksanakan strategi periklanan yang efektif, membantu mereka mencapai tujuan bisnis mereka dengan sukses. Sebagai penyedia layanan terkemuka dalam industri media dan periklanan, MDMedia terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan pasar yang terus berkembang.



Gambar 2. 9 Logo MDMedia

7. PT Digital Aplikasi Solusi (Digiserve)

Digiserve adalah perusahaan jasa teknologi informasi (IT) yang didirikan pada tahun 2014 dan sepenuhnya diakuisisi oleh PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk melalui TelkomMetra pada tahun 2021. Digiserve secara konsisten memberikan layanan terbaik dengan keyakinan bahwa layanannya dapat memperkuat bisnis dalam mencapai hasil yang lebih baik melalui Solusi Terkelola yang terintegrasi,

Sebagai bagian dari kelompok Telkom Indonesia, Digiserve berkomitmen untuk menyediakan layanan IT yang unggul dan terus berinovasi untuk memenuhi tuntutan pasar yang berkembang pesat. Digiserve mengandalkan jaringan yang luas dan kemampuan berstandar internasional untuk membantu bisnis mencapai kesuksesan melalui solusi yang dioptimalkan secara teknologi.



Gambar 2. 10 Logo Digiserve

8. PT Nutech Integrasi (Nutech)

Nutech merupakan sebuah Integrator Sistem yang aktif beroperasi di sektor Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Perannya adalah mendukung misi Telkom dalam meraih posisi terdepan dalam penyediaan solusi transportasi TIK, menjadikan Nutech sebagai elemen kunci dalam perjalanan perusahaan tersebut menuju kepemimpinan pasar di dalam industri ini. Nutech dengan tekun berkomitmen untuk menyediakan integrasi sistem yang inovatif dan efektif untuk mendukung transformasi dalam teknologi informasi dan komunikasi.



Gambar 2. 11 Logo Nutech

9. PT Swadharma Sarana Informatika (SSI)

SSI memiliki fokus yang kuat dalam perawatan dan pemasangan jaringan otomatisasi perbankan, serta menyediakan solusi teknologi informasi terintegrasi yang mencakup seluruh spektrum, mulai dari perencanaan hingga pemeliharaan, dengan dukungan tenaga kerja ahli di bidang teknologi informasi. Terus bergerak maju, saat ini SSI juga memperluas lini bisnisnya dengan menyediakan layanan pengisian ATM dan Cash In Transit. Ini mencerminkan komitmen mereka untuk

terus berinovasi dan memenuhi kebutuhan pasar yang berkembang pesat dalam sektor otomatisasi perbankan.



Gambar 2. 12 Logo SSI

10. PT Metra Digital Investama (MDI Ventures)

MDI adalah perusahaan ventura korporat yang berperan sebagai administrator dan mentor bagi perusahaan-perusahaan rintisan (start-up) serta mengelola lini bisnis Corporate Venture Capital (CVC).

MDI memberikan dukungan dan bimbingan kepada perusahaan-perusahaan rintisan dalam berbagai tahap perkembangan mereka, sambil juga aktif dalam bisnis ventura korporat dengan mengelola modal ventura korporat (CVC). Hal ini mencerminkan peran penting MDI dalam mendukung ekosistem perusahaan-perusahaan rintisan dan investasi korporat.



Gambar 2. 13 Logo Mdi Ventures

11. PT Bosnet Distribution Indonesia (Bosnet)

Bosnet adalah penyedia solusi sistem manajemen bagi perusahaan distribusi Barang Konsumen Cepat (Fast Moving Consumer Goods - FMCG). Bosnet berperan dalam menyediakan solusi manajemen untuk perusahaan-perusahaan distribusi FMCG. Dengan demikian, mereka mendukung perusahaan-perusahaan

tersebut dalam efisiensi operasional dan manajemen yang lebih baik dalam menghadapi tantangan dalam industri distribusi barang konsumen cepat.



Gambar 2. 14 Logo Bosnet

14. PT Metra TV

MetraTV merupakan sebuah penyedia layanan televisi berlangganan yang beroperasi melalui satelit dan telah resmi mendapatkan lisensi Badan Penyiaran Berlangganan dari Menteri Komunikasi dan Informatika sejak tanggal 15 Oktober 2021. Dengan portofolio yang mencakup total enam saluran linear, MetraTV telah menjalin kemitraan yang erat dengan IndiHome, sebuah penyedia layanan komunikasi dan hiburan terkemuka di Indonesia. Melalui kerja sama ini, MetraTV dapat menyiarkan kontennya sesuai dengan ketentuan peraturan yang berlaku, memberikan lebih banyak pilihan hiburan kepada pelanggan.



Gambar 2. 15 Logo Metra

15. PT Sigma Cipta Caraka (TelkomSigma)

TelkomSigma adalah perusahaan yang berfokus pada sektor telekomunikasi dan teknologi informasi. Saat ini, TelkomSigma telah menjalin berbagai kolaborasi strategis dengan perusahaan teknologi terkemuka seperti IBM, SAP, Oracle, Microsoft, dan berbagai entitas bisnis lainnya. Kolaborasi ini menggambarkan

komitmen TelkomSigma untuk menyediakan solusi teknologi mutakhir dan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan, dengan dukungan dari para pemimpin dalam industri teknologi global. Selain itu, sinergi dengan berbagai mitra tersebut juga memungkinkan TelkomSigma untuk terus berinovasi dan menghadirkan solusi yang relevan di tengah dinamika yang terus berubah dalam ranah telekomunikasi dan teknologi informasi



Gambar 2. 16 Logo Telkom Sigma

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA