

5

MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS

Analisa Dan Pembahasan
Manajemen





TINJAUAN EKONOMI DAN INDUSTRI

Economic and Industry Review



Tinjauan Ekonomi Indonesia

Pertumbuhan ekonomi Indonesia diproyeksikan akan bertumbuh sekitar 5,3% dan menjadi target Pemerintah di tahun 2020. Untuk rencana 5 (lima) tahun kedepan, berdasarkan Rencana Pembangunan Jangka Menengah 2020-2024 yang dikeluarkan oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) pertumbuhan ekonomi ditargetkan meningkat rata-rata 6% per tahunnya hingga 2024. Menurut perhitungan Bappenas, angka pertumbuhan ekonomi akan mencapai tingkat 6% pada 2023, tepatnya 6,3% dan menyentuh 6,8% pada 2024.

Indonesia Economic Overview

Indonesia's economic growth is projected to grow around 5.3% and become the target of the Government in 2020. For the next 5 (five) years plan, based on the 2020-2024 Medium-Term Development Plan issued by the Ministry of National Development Planning / Planning Agency National Development (Bappenas) economic growth is targeted to increase by an average of 6% per year until 2024. According to Bappenas calculations, the economic growth rate will reach a level of 6% in 2023, 6.3% to be exact and touch 6.8% in 2024.

Meski demikian Pemerintah tetap mewaspadai berbagai tekanan khususnya pengaruh dari ekonomi global yang masih menunjukkan ketidakpastian. Pemerintah Indonesia telah mempersiapkan diri untuk menghadapi berbagai tekanan-tekanan tersebut. Langkah Pemerintah akan memperkuat berbagai sektor khususnya dalam memperkuat ekonomi kreatif yang bersinergi dengan digitalisasi.

Langkah Pemerintah dalam penguatan sektor ini terlihat dengan meleburnya Badan Ekonomi Kreatif ke dalam Kementerian Pariwisata, serta terbitnya Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2019 tentang Ekonomi Kreatif pada akhir Oktober 2019. Undang-Undang tersebut menjadi landasan hukum bagi pengembangan ekonomi kreatif dalam perencanaan pembangunan nasional jangka menengah dan panjang. Dalam undang-undang tersebut diatur peran pemerintah dalam memfasilitasi perlindungan kegiatan dan kekayaan intelektual ekonomi kreatif.

Dengan berfokus pada penguatan ekonomi kreatif, Pemerintah dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lebih agresif dan berkelanjutan. Data terakhir tercatat setiap tahun sektor ekonomi kreatif menyumbang pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar Rp 100 triliun, diperkirakan pada tahun 2020 kontribusi Ekonomi Kreatif mampu mencapai Rp 1.200 triliun. Pemerintah meyakini dengan mendorong ekonomi kreatif sekaligus bersinergi dengan digitalisasi akan menjadi sumber pertumbuhan ekonomi baru.

Nevertheless the Government is still wary of various pressures, especially the influence of the global economy that still shows uncertainty. The Indonesian government has prepared itself to deal with these pressures. The Government's step will strengthen various sectors, especially in strengthening the creative economy that synergizes with digitalization.

The Government's movement in strengthening this sector is seen by the merging of the Creative Economy Agency into the Ministry of Tourism, and the issuance of Law No. 20 Year 2019 on Creative Economy at the end of October 2019. Such Law becomes the legal basis for the development of the creative economy in the national development planning medium and long term. Such Law governs the role of government in facilitating the protection of creative economy activities and intellectual property rights.

By focusing on strengthening the creative economy, the Government can encourage more aggressive and sustainable economic growth. The latest data is recorded every year the creative economy sector contributes to the growth of the Gross Domestic Product (GDP) of Rp 100 trillion, it is estimated that in 2020 the Creative Economy contribution will reach Rp 1,200 trillion. The government believes that encouraging the creative economy while synergizing with the digitalization will be a source of new economic growth.



Tinjauan Industri Digital

Di Indonesia, ekonomi digital telah menjadi salah satu komponen penopang pertumbuhan ekonomi nasional. Dengan begitu besar kontribusi ekonomi digital, Indonesia sangat bergairah untuk melakukan transformasi digital secara masif, semangat transformasi digital tidak lain untuk mendorong atau membangkitkan nilai kompetensi agar dapat menyambangi persaingan secara global.

Digital Industry Overview

In Indonesia, the digital economy has become one of the components supporting national economic growth. With this contribution, Indonesia is very passionate to carry out massive digital transformation, the spirit of digital transformation is nothing but to encourage or awaken the value of competence in order to compete global competition.

Hasil upaya transformasi digital membuahkan hasil yang baik bagi Indonesia, berdasarkan Survey Indikator Consumer menyatakan, pada 2018 kontribusi digital ekonomi terhadap PDB Indonesia mencapai Rp 814 triliun atau 5,5% dari PDB. Lembaga riset McKinsey memprediksi pertumbuhan belanja *e-commerce* di Indonesia bisa meningkat delapan kali lipat, dari US\$ 8 miliar pada 2017 menjadi US\$ 55 miliar hingga US\$ 65 miliar (sekitar Rp 910 triliun) pada 2020. McKinsey juga memprediksi penetrasi belanja *online* masyarakat Indonesia juga akan meningkat menjadi 83% dari total pengguna internet, atau naik sekitar 9% dibanding penetrasi belanja *online* di 2017.

The results of digital transformation efforts have yielded good results for Indonesia, based on The Consumer Indicators Survey states, in 2018 the digital economic contribution to Indonesia's GDP reaches Rp 814 trillion or 5.5% of GDP. The research institute McKinsey predicts e-commerce spending growth in Indonesia could increase eight times, from US \$ 8 billion in 2017 to US \$ 55 billion to US \$ 65 billion (around Rp 910 trillion) in 2020. McKinsey also predicts the penetration of online public spending Indonesia will also increase to 83% of total internet users, or increase around 9% compared to online shopping penetration in 2017.



Potensi pertumbuhan industri digital akan menggerakkan roda pertumbuhan pengguna internet di Indonesia. Data terakhir jumlah pengguna internet menurut hasil survei APJII tahun 2018 sudah mencapai 64,8% dari total jumlah penduduk Indonesia. Alhasil, dengan adanya transformasi digital ini Perseroan menilai dalam beberapa tahun kedepan peningkatan pengguna internet akan semakin besar terutama ditopang oleh semakin meluasnya penggunaan ponsel pintar (*smartphone*). Ditambah peranan Pemerintah juga sangat besar dalam mendigitalisasi Indonesia, hal ini terealisasi dengan selesainya infrastruktur proyek penggelaran kabel *fiber optic* Palapa Ring yang menyambungkan jaringan internet ke seluruh wilayah Indonesia. Praktis eksposur pasar terhadap produk maupun layanan digital atau dikenal istilah IoT (*internet of things*) akan sangat tinggi di Indonesia.

The potential for growth in the digital industry will drive the growth of internet users in Indonesia. The latest data on the number of internet users according to the results of the 2018 APJII survey has reached 64.8% of the total population of Indonesia. As a result, with this digital transformation the Company assesses that in the next few years the increase in internet users will be even greater, especially supported by the increasingly widespread use of smartphones. Furthermore, the Government's role is also very huge in digitizing Indonesia, this is realized by the completion of the infrastructure project deployment of the Palapa Ring fiber optic cable that connects the internet network to all regions of Indonesia. Therefore, market exposure to digital products and services or known as the term IoT (internet of things) will be very high in Indonesia.

Bentuk upaya lain Pemerintah dalam melakukan transformasi digital adalah dengan membangun ekosistem digital yang memadai bagi pelaku industri khususnya regulasi dan berbagai bentuk pelatihan secara intensif. Upaya tersebut dijalankan melalui Kementerian Perindustrian dengan menciptakan program *workshop e-Smart* sejak tahun 2017 agar para pelaku industri kecil dan menengah (IKM) dapat *Go Digital* di tahun 2019, ditargetkan sebanyak 10.000 IKM. Pemerintah melalui Kementerian Perindustrian sangat menyakini akan kehadiran revolusi industri 4.0 dapat merevitalisasi sektor manufaktur Indonesia dan menjadi salah satu cara mempercepat pencapaian visi Indonesia menjadi 10 ekonomi terbesar di dunia pada tahun 2030.

Another form of the Government's effort in carrying out digital transformation is by building an adequate digital ecosystem for industry players, especially regulations and various forms of intensive training. The effort was carried through Ministry of Industry created an e-Smart workshop program since 2017 therefore all Small Medium Business (SMB) players can Go Digital in 2019, targeting 10,000 SMB. The government through the Ministry of Industry strongly believes that the presence of the 4.0 industrial revolution can revitalize the Indonesian manufacturing sector and become one of the ways to accelerate the achievement of Indonesia's vision of becoming the 10 largest economy in the world by 2030.



TINJAUAN OPERASIONAL PER SEGMENT USAHA

Operational Review Per Business Segment

Bisnis Perseroan terdiri dari: (i) layanan internet *broadband* berkecepatan tinggi dengan merek "FastNet" dan layanan TV Kabel dengan merek "HomeCable" untuk pelanggan perumahan; (ii) layanan korporasi dengan merek "First Media Business" dan "FirstNet" untuk pelanggan korporasi; dan (iii) *Media Sales* di platform TV Kabel Perseroan.

The Company's business comprises: (i) high-speed broadband internet services under the "FastNet" brand and Cable TV services under the "HomeCable" brand for residential customers; (ii) enterprise services under the "First Media Business" and "FirstNet" brand for enterprise clients; and (iii) Media Sales on the Company's Cable TV platform.

Pelanggan Perumahan

Perseroan fokus dan memperoleh sebagian besar pendapatan dari layanan internet *broadband* dan TV kabel kepada pelanggan perumahan. Pendapatan dari layanan untuk pelanggan perumahan masih menjadi pendapatan mayoritas bagi Perseroan di tahun ini, yang terutama terdiri dari biaya berlangganan dan biaya penggunaan serta pendapatan lainnya dari bisnis Perseroan melalui internet *broadband* FastNet dan TV Kabel HomeCable. Perseroan mengutamakan strategi *bundling* produk paket internet *broadband* berkecepatan tinggi dengan TV Kabel yang diyakini merupakan proposisi nilai yang menarik bagi konsumen.

Perseroan memiliki target pada segmen menengah dan segmen atas di wilayah jangkauan utamanya, yang meliputi meliputi Jabodetabek, Bandung dan sekitarnya (termasuk Cimahi), Surabaya dan sekitarnya (termasuk Malang, Gresik, Sidoarjo), Bali, Serang, Cilegon, Semarang, Solo, Medan, dan Batam. Mayoritas pelanggan perumahan Perseroan yang bertempat tinggal dengan kategori *single-family dwelling* yang biasanya ditemukan di lingkungan menengah keatas di wilayah cakupan

Residential Customers

The Company focuses on, and derives the majority of its revenue from, its broadband internet and Cable TV services to residential customers. Revenue from services for residential customers still become majority revenue for the Company in this year, respectively, and primarily comprised subscription and usage fees and other revenues from the Company's FastNet broadband internet and HomeCable Cable TV businesses. The Company primarily utilises a product bundling strategy of high-speed broadband internet packaged together with Cable TV that it believes represents an attractive value proposition for consumers.

The Company targets the middle and upper income segments in its core coverage areas, which include Greater Jakarta, greater Bandung (include Cimahi), Greater Surabaya (include Malang, Gresik, Sidoarjo), Bali, Serang, Cilegon, Semarang, Solo, Medan, and Batam. The majority of the Company's residential customers live in single-family dwellings typically found in affluent neighbourhoods within the Company's core coverage areas. The remain of the Company's residential customers live in

utama Perseroan. Sisa pelanggan perumahan Perseroan yang bertempat tinggal dengan kategori *multi-family dwelling*, seperti apartemen. Jaringan Perseroan menyediakan konektivitas sampai dengan jaringan *last-mile* untuk semua tempat tinggal *single-family dwelling* dan saat ini jaringan Perseroan tersedia menggunakan teknologi baik HFC (*Hybrid Fiber Coaxial*) dan FTTH (*Fiber-To-The-Home*).

Dalam hal tempat tinggal *multi-family dwelling*, Perseroan biasanya mengadakan kontrak dengan pengelola apartemen untuk memungkinkan Perseroan memasang peralatan untuk menghubungkan bangunan tersebut ke jaringan Perseroan dan melakukan kontrak layanan individu dengan setiap pelanggan di dalam bangunan tersebut.

multi-family dwellings, such as apartment buildings. The Company's Network provides last-mile connectivity to substantially all single-family dwellings in the Network and the Company used HFC (Hybrid Fiber Coaxial) and FTTH (Fiber-To-The-Home).

In the case of multi-family dwellings, the Company typically enters into a contract with an apartment building's management company to allow the Company to install equipment to connect the building to the Network and individual service contracts with each customer within the building.



FastNet

Perseroan menawarkan berbagai tingkatan layanan internet *broadband* yang disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan perumahan yang berbeda. Layanan ini ditawarkan melalui sembilan paket *Combo* yang terdiri dari TV Kabel dan internet *broadband*, dengan kecepatan *download* mulai dari 8 Mbps hingga 1 Gbps. Pelanggan juga dapat membeli *speed booster* untuk meningkatkan kecepatan *download* dalam setiap paket *Combo*. Semua paket layanan internet *broadband* Perseroan menawarkan penggunaan data yang tak terbatas (*unlimited*).

Konsumen semakin menuntut kenaikan *bandwidth* dan kecepatan yang lebih tinggi untuk mengakses situs *web* dengan konten grafis dan/atau video yang berat. Perseroan bertujuan untuk membedakan usahanya melalui kecepatan internet *broadband* yang tinggi dan layanan yang dapat diandalkan.

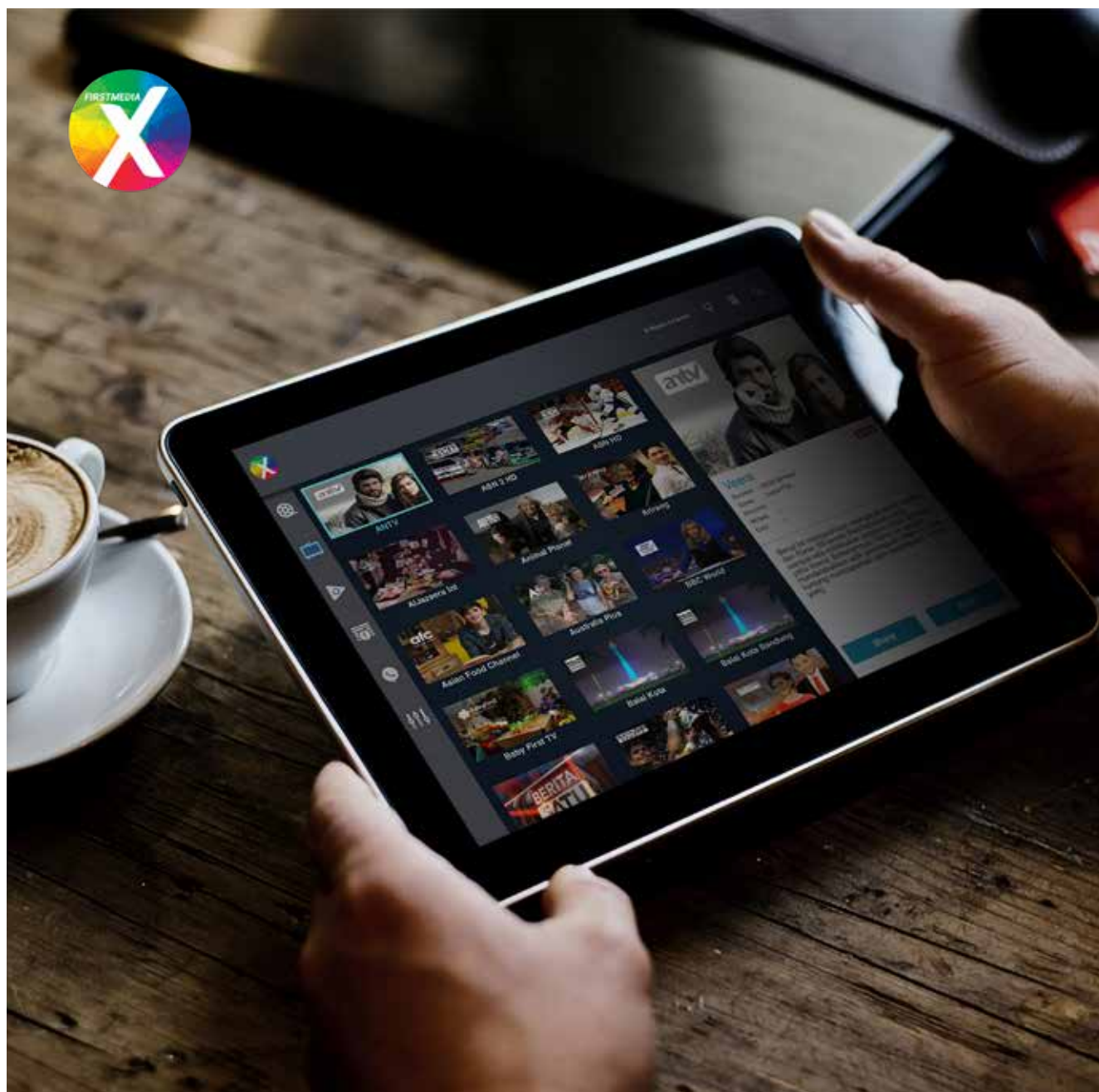
FastNet

The Company offers a variety of broadband internet service tiers tailored to meet the different needs of its residential customers. These services are offered through nine Cable TV Combo packages and broadband internet, with download speeds ranging from 8 Mbps to 1 Gbps. Customers are also able to purchase speed boosts to increase download speeds within each Combo package. All of the Company's broadband internet service packages offer unlimited data usage.

Consumers are increasingly demanding more bandwidth and higher speeds to access websites with heavy graphic and/or video content. The Company aims to differentiate itself through both high broadband internet speeds and the reliability of its service.



The Company's Cable TV service is channeled through set-top-boxes that are leased to customers where there is currently a new generation of set-top-box called Smart Box X1 which is an Android-based interactive set-top-box that supports video streaming, personal video cloud recording (Personal Video Recording), timeshift, and TV catch-up up to 7 days back, and enjoy 4K quality TV content. The latest feature provided by the Company this year is to upgrade the SmartBox X1 user interface (UI) which features a video recommendation.



FirstMediaX ("FMX")

Perseroan telah menawarkan layanan *Over-The-Top* ("OTT") sebagai bagian dari penawaran HomeCable sejak tahun 2014. Penawaran OTT saat ini diberikan melalui aplikasi FMX (awalnya ditawarkan pada tahun 2014 sebagai First Media Go), yang diluncurkan pada tahun 2015 dan memberi pelanggan akses ke layanan HomeCable mereka melalui perangkat pribadi seperti ponsel dan tablet.

Perseroan merupakan operator pertama di Indonesia yang menawarkan layanan TV *everywhere* dengan jajaran konten dengan skala FMX. FMX memungkinkan pelanggan menonton program favoritnya dimana saja dan kapan saja (*anytime, anywhere*). FMX juga mendukung *video-on-demand* dan *catch-up TV*.

FirstMediaX ("FMX")

The Company has offered Over The Top ("OTT") services as part of its HomeCable offering since 2014. The Company's current OTT offering is provided through its FMX application (originally offered in 2014 as First Media Go), which was launched in 2015 and gives customers access to their HomeCable services through personal devices such as mobile phones and tablets.

The Company was the first operator in Indonesia to offer a TV *everywhere* service with a content lineup of FMX's scale. FMX allows customers to watch live from anywhere at any time. FirstMediaX also supports *video-on-demand* and *catch-up TV*.

Content Management System ("CMS")

Perseroan mengoperasikan sistem pengelolaan konten sehubungan dengan layanan OTT dan *video-on-demand* pada *set-top-box* interaktif yang ditawarkannya kepada pelanggan TV Kabel. CMS mendukung konten digital, registrasi pelanggan dan manajemen langganan, serta interaksi langsung pelanggan. Ini juga digunakan dengan jaringan pengelolaan hak digital dan distribusi konten untuk mengenkripsi dan mengalirkan konten ke pelanggan TV Kabel serta bersinergi dengan sistem penagihan Perseroan dan sistem masuk tunggal untuk otentikasi pelanggan dan pembayaran pelanggan.

Kolaborasi Over-The-Top ("OTT")

Perseroan sadar akan bertumbuhnya tren pasar pelanggan untuk menikmati layanan *Video on Demand* dengan berlangganan kepada penyedia layanan OTT. Untuk menjawab tren tersebut, Perseroan memutuskan untuk merangkul OTT dengan bekerja sama dengan HOOQ, Catchplay, and HBO GO sebagai penyedia OTT. Sekarang para pelanggan dapat menikmati berbagai film sesuai permintaan dan serial TV dari HOOQ pada set top box, yang memberikan pengalaman terbaik dalam berlangganan dan dalam menonton OTT di rumah dan di perjalanan.

Content Management System ("CMS")

The Company operates a content management system in connection with OTT and video-on-demand services on its interactive set-top boxes it offers to Cable TV customers. The CMS supports the intake and packaging of digital content, customer registration and subscription management, as well as live customer interaction. It is also used with the digital rights management and content distribution network to encrypt and stream content to Cable TV customers and interfaces with the Company's billing system and single sign-on system for customer authentication and customer payments.

Over-The-Top ("OTT") Collaboration

The Company is aware on the growing market trend for consumers to enjoy Video on Demand services by subscribing to OTT provider. Answering this new trend, the company chooses to embrace OTT by partnering with HOOQ, Catchplay, and HBO GO OTT provider. Now our consumer can enjoy various on-demand movies and TV series from HOOQ on our set top box, with seamless user journey to give the best user experience of registering and watching OTT at home and on the go.



NONTON SEKARANG HANYA DI CATCHPLAY

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016



Layanan Bundling

Perseroan menawarkan layanan FastNet dan HomeCable kepada pelanggan perumahan dalam paket “Combo”. Perseroan menawarkan sembilan tingkatan paket *Combo* berdasarkan segmentasi kebutuhan pelanggan.

Perseroan meyakini bahwa paket *Combo*-nya merupakan proposisi nilai yang kuat dan menarik bagi konsumen karena *bundle* produknya menawarkan pelanggan kemudahan untuk menerima layanan internet *broadband* dan TV Kabel dari operator tunggal dengan harga yang lebih ekonomis.

Bagan di bawah ini ialah ringkasan sembilan paket *Combo* Perseroan sampai dengan 31 Desember 2019:

Bundling Services

The Company offers its FastNet and HomeCable services to residential customers in “Combo” packages. The company offers nine levels of Combo packages based on segmenting customer needs.

The Company believes that its Combo packages represents a strong and attractive value proposition for consumers as product bundles offer the convenience of receiving both broadband internet and Cable TV services from a single provider and at a more economical price.

The chart below summarises the Company’s nine Combo packages as at December 31, 2019:

Paket Combo Combo Package		Deskripsi Paket Package Description
- Family HD - Family Plus HD	Entry Level	Penawaran paket pemula untuk pelanggan dengan kebutuhan dasar internet dan saluran TV. Entry-level package offering for subscribers with basic internet and TV channel needs.
- D'Lite HD - Elite	Middle Level	Paket menengah dengan fitur tambahan yang dapat menyalurkan kecepatan tinggi dan saluran kanal TV lebih beragam. Middle package with Incremental add-on packages which deliver faster internet and more TV channel
- Supreme - Maxima - Ultimate - Infinite - Mach 1	High Level	Paket tingkat tertinggi, menawarkan kecepatan tertinggi dikombinasikan dengan layanan pelanggan <i>premium</i> khusus untuk pengguna yang menuntut layanan terbaik Perusahaan. Highest tier packages, offering the highest speed combined with dedicated premium customer service for users that demand the Company’s best services



Pelanggan Korporasi dan Media Sales

Perseroan menawarkan layanan konektivitas data untuk Pelanggan Korporasi dengan merek "First Media Business" (sebelumnya "DataComm") dan menjual waktu atau slot iklan pada kanal HomeCable, panduan program elektronik serta aplikasi interaktif TV Perseroan.

Enterprise Clients and Media Sales

The Company offers data connectivity services to Corporate Clients under "First Media Business" brand (formerly known as "DataComm") and sells advertising time slot/space on HomeCable channels, Company's electronic TV programme guide as well as interactive TV applications.

First Media Business

Layanan untuk Pelanggan Korporasi yang telah bertransformasi dari solusi konektivitas dasar menjadi solusi terpadu Konektivitas dan Teknologi, Informasi, Komunikasi ("TIK").

Layanan First Media Business didukung jaringan yang dimiliki Perseroan dan jangkauan layanan VSAT telah meliputi seluruh daerah di Indonesia. Perseroan melayani berbagai sektor industri, diantaranya Pemerintahan, Jasa Keuangan dan Perbankan, Operator Telekomunikasi, Perhotelan, Institusi Pendidikan dan Sumber Daya Energi.

Perseroan percaya dengan pertumbuhan yang signifikan dari First Media Business akan membuka peluang pertumbuhan yang lebih besar lagi dalam memperkuat posisi pasar First Media Business melalui strategi berikut :

- Memperluas layanan dan penawaran produk First Media Business secara kontinyu dalam mendukung kebutuhan Pelanggannya yaitu solusi TIK lengkap;
- Mengembangkan bisnisnya pada industri spesifik dan *key account*; dan
- Berkolaborasi dengan operator internasional untuk menyediakan layanan kepada klien yang membutuhkan koneksi secara global dengan memanfaatkan akses kabel bawah laut Perseroan.

First Media Business

Services for Corporate Clients which have been repositioned from basic connectivity solution into Connectivity and Information, Communication, Technology ("ICT") complete solution.

First Media Business services supported by its owned network and VSAT service range throughout the nation. The Company serves various industries, including Governmental, Banking and Financial Services, Telco Operator, Hospitality, Education, and Energy Resources.

The Company believes with the significant growth of First Media Business will extend bigger opportunities to strengthen First Media Business's market positioning through following strategies:

- Continuously expand First Media Business's services and product offerings to support its Clients needs on complete ICT solutions;
- Develop its business to particular industries and key accounts; and
- Collaborate with international carriers providing clients with global connections services by leveraging Company's submarine cable access.

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016

Konektivitas Data dan TV Korporasi

Layanan internet korporasi disediakan melalui jaringan Perseroan bagi Pelanggan yang membutuhkan *internet dedicated* dan/atau konektivitas data berkualitas tinggi. Perseroan meyakini bahwa dengan ketersediaan dan keandalan jaringan yang dimilikinya, mampu menawarkan layanan dengan minimum gangguan. Sejak 2016, Perseroan juga menawarkan konektivitas internet FTTH kepada Pelanggan Korporasi. Selain internet korporasi, Perseroan juga menawarkan solusi *wholesale* untuk kebutuhan kapasitas *bandwidth* yang lebih besar.

Perseroan menawarkan berbagai paket layanan televisi seperti HD Premium Optima (41 kanal HD dan 39 kanal SD) dan HD Ultimate (65 kanal HD dan 98 kanal SD). Paket TV Korporasi dirancang khusus untuk mencakup saluran bisnis dan berita terkenal dari seluruh dunia.

Leased Lines

Layanan *leased line* metro, antarkota dan internasional tersedia untuk Pelanggan yang memerlukan konektivitas *point-to-point* untuk cabang-cabang lokasi bisnis dalam kota, antar kota dan di berbagai negara. Produk ini memungkinkan Pelanggan menjalankan komunikasi bisnis dan aplikasi mereka di jaringan konvergen.

Data Communication and Corporate TV

Corporate internet services are delivered through the Company's network for Clients who need high-quality dedicated internet services and/or data connectivity. The Company believes that its network availability and reliability is able to offer services with low risk of disruptions or outages. Since 2016, the Company has also offered FTTH internet connectivity to Enterprise Clients. In addition to corporate internet services, the Company also offers wholesale solutions for greater bandwidth capacity requirement.

The Company offers various television service packages for enterprise clients, e.g. HD Premium Optima (41 HD channels and 39 SD channels) and HD Ultimate (65 HD channels and 98 SD channels). Corporate TV packages are specially designed to cover well-known business and news channels from around the world.

Leased Lines

Metro, intercity and international leased line services are available for Clients that require point-to-point connectivity for multiple business branches within a city, among cities and countries. This product enables Clients to run their business communications and applications on convergence network.

Data Center Services

Store, host, secure, access and maintain your critical application or data and other digital asset connectivity





Multi-Protocol Label Switching (MPLS)

Perseroan menawarkan solusi MPLS untuk mendukung komunikasi bisnis yang penting bagi Pelanggannya. Produk Perseroan mendukung Pelanggan mengelola area jaringan mereka secara luas sesuai dengan kebutuhannya masing-masing, memprioritaskan pada aliran *traffic* aplikasi dan perlindungan data. Perseroan juga mengoperasikan jaringan pengiriman konten yang memfasilitasi penyampaian konten melalui *website* Pelanggan.

Managed Service and Value Added Services

Layanan *value-added* Perseroan untuk Pelanggan diantaranya layanan *data center*, *web hosting*, *internet protocol ("IP") phone*, solusi *cloud Platform as a Service ("PaaS")* dan *Infrastructure as a Service ("IaaS")*. Perseroan dalam menawarkan *hosting data center*, layanan *collocation* dan layanan konektivitas memanfaatkan *data center Tier 3* dan *Tier 4 Ready* yang dimiliki dan dioperasikan oleh afliasiannya yaitu Graha Teknologi Nusantara.

Perseroan juga menawarkan layanan pelengkap *data center* yang aman seperti layanan integrasi dan layanan konsultasi IT. Layanan *clean pipe* juga tersedia untuk pencegahan *Distributed Denial of Service ("DDoS")*. Pelanggan didukung oleh NOC Perseroan selama 24 jam, *helpdesk* korporasi yang *dedicated*, area penyimpanan jaringan dan layanan pemulihan bencana.

Multi-Protocol Label Switching (MPLS)

The Company offers MPLS solution to support critical business communications of its Clients. The Company's product empowers Clients to manage their wide-range network area according to their respective requirements, prioritizing application traffic flow and protect their data. The Company also operates content delivery network that facilitates content delivery through client's websites.

Managed Service and Value Added Services

The Company's value-added services for its Clients include data center services, web hosting, internet protocol ("IP") phone, Platform as a Service ("PaaS") dan Infrastructure as a Service ("IaaS") cloud solutions. The Company offers data center hosting, rack services and connectivity services by utilizing Tier 3 and Tier 4 Ready data center owned and operated by its affiliate, Graha Teknologi Nusantara.

The Company also offers complementary secure data center services such as integration services and IT consultative services. Clean pipe services are also available to prevent distributed denial of service ("DDoS") attacks. Enterprise clients are supported by the Company's 24 hour NOC, dedicated corporate helpdesk, storage area networks and Disaster Recovery Center.

VSAT FirstNet

FirstNet adalah layanan satelit *broadband* Perseroan yang dapat digunakan Pelanggan untuk menonton saluran TV dan mengakses internet menggunakan teknologi VSAT (*Very Small Aperture Terminal*) tersedia melalui satelit 24 jam. Layanan ini memiliki cakupan luas dan dapat digunakan baik di daerah terpencil dan pedesaan di seluruh Indonesia. Layanan ini juga merupakan solusi penting bagi organisasi seperti rumah sakit dan sekolah yang membutuhkan koneksi internet.

Teknologi VSAT menyediakan koneksi yang stabil karena tidak terganggu *fiber cut* ataupun *congestion*. Pemasangan perangkat hanya membutuhkan waktu 30 menit dan pemasangan dapat dilakukan hanya dengan sedikit keahlian memudahkan untuk *self-installation*. Teknologi ini sangat berguna di Indonesia yang secara geografis seringkali tidak mudah dalam memperoleh koneksi internet *broadband* standar. Kondisi ini menjadikan FirstNet solusi yang efektif dan terjangkau untuk individu dan korporasi. FirstNet juga menjadi solusi cadangan yang sangat berguna bagi mereka yang membutuhkan koneksi internet berkelanjutan.

FirstNet menjadi mitra yang sangat bernilai untuk pengembangan bisnis Pelanggan, segmen industri pariwisata, kesehatan dan pendidikan di seluruh wilayah terpencil di negeri ini.

Media Sales

Perseroan menjual slot iklan pada kanal HomeCable tertentu ke berbagai perusahaan berskala nasional, regional dan lokal beserta ruang iklan digital pada panduan program elektronik Perseroan dan aplikasi TV interaktif. Perseroan yakin bahwa para pemasang iklan dapat memanfaatkan kanal-kanal HomeCable yang menarik dan variatif sehingga mereka dapat fokus untuk memasarkan bisnis mereka lewat iklan ke rumah tangga golongan atas di Jabodetabek, Surabaya dan sekitarnya dan Bandung.

Perseroan telah mengalokasikan slot pengiklanan di setiap jam siaran dan menempatkan iklan Pelanggannya di slot ini untuk menghasilkan pendapatan dari *Media Sales*.

FirstNet VSAT

FirstNet is the Company's satellite broadband service provided for Clients to watch TV channels and access Internet brings VSAT (*Very Small Aperture Terminal*) technology using 24 hour satellite. The service has a wide coverage area and can be used in remote and rural areas across Indonesia. It is also an important tool for organizations such as hospitals and schools who need internet connection.

VSAT technology provides a stable connection free from outages due to fiber cuts or high congestion. The terminals can be installed within 30 minutes with less effort for self-installation. This technology is very useful in Indonesia with its geographic facts that are frequently challenging to get high speed internet access. These make FirstNet an effective and affordable solution for individuals and businesses in remote and rural areas. It's also a very useful backup solution for those who require an uninterrupted internet connection.

FirstNet is a valuable companion for client's business development as well as tourism, healthcare and education segments all over remote areas of the nation.

Media Sales

The Company offers advertising time slot on certain HomeCable channels to various business scales, national, regional and local together with digital advertisement space on the Company's electronic program guide and interactive TV applications. The Company believes that business advertisers will enjoy the appealing variety of HomeCable's channels to reach the upper-level Households in Greater Jakarta, Greater Surabaya and Bandung with focused advertisements.

The Company has allocated advertising air time slot for each broadcast hour and places its Clients' commercials in these slots to generate Media Sales revenue.

Empower your Business with: Leading Connectivity And ICT Solution



Discover more possibilities to grow your business with us!



(021) 2953 6838

Powered By:

LinkNet

enterprise.inquiry@linknet.co.id

business.firstmedia.com

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016

TINJAUAN KEUANGAN KOMPREHENSIF

Financial Performance



Ikhtisar

Di tengah berbagai kendala yang dihadapi Perseroan, perkembangan makro ekonomi yang penuh tantangan serta berbagai perkembangan aspek lainnya di Indonesia, Perseroan berhasil melaluinya dengan mencatatkan pertumbuhan yang menguntungkan di tahun 2019. Perseroan berhasil mencapai kinerja operasional yang diharapkan. Perseroan senantiasa responsif terhadap perubahan dan persaingan yang dinamis dengan tetap berfokus kepada pelayanan pelanggan (*customer centric*), produk inovatif dan layanan nilai tambah yang terintegrasi.

Perseroan terus memperluas cakupan jaringannya di wilayah yang sudah ada yaitu Jabodetabek, Surabaya dan sekitarnya, Bali, Bandung dan sekitarnya, Malang, Medan dan Batam, serta Solo. Saat ini Perseroan menambah 267 ribu *homes passed* baru pada tahun 2019, menjadikan total *homes passed* sebanyak 2,47 juta pada akhir tahun 2019.

Jumlah pelanggan internet *broadband* meningkat dari 595 ribu menjadi 668 ribu, sedangkan pelanggan televisi kabel meningkat dari 575 ribu* menjadi 645 ribu* dari tahun 2018 ke tahun 2019. Jumlah pelanggan Perseroan sebagian besar berasal dari area Jabodetabek dimana Perseroan terus berusaha meningkatkan penetrasi pada area ini. Di samping itu kenaikan jumlah pelanggan juga diperoleh dari Surabaya dan sekitarnya, Bandung dan sekitarnya, Malang, Medan, dan Batam serta Solo seiring dengan perluasan dan penarikan jaringan yang terus dilakukan oleh Perseroan yang pada kota-kota tersebut.

Overview

Despite all challenges facing by the Company, challenging macroeconomic conditions and various other developments in Indonesia, the Company was able to record a profitable growth in 2019. It delivered a solid set of operational key performance indicators. The Company continued to be responsive in an ever-changing dynamic environment and competitions, to be consumer-centric focus, product innovations and integrated value-adds services.

As a manifestation of the Company's commitment to long-term growth, in 2018, the Company not only continued to deepen footprints in the existing cities of Greater Jakarta, Greater Surabaya, Bali, Greater Bandung, Malang, Medan, and Batam, also Solo. Today the Company reported a net addition of 267 thousand homespassed in 2019, bringing a total 2.47 million.

Broadband internet revenue generating subscribers (RGUs) grew from 595 thousand to 668 thousand, while cable TV RGUs grew from 575 thousand* to 645 thousand* from 2018 to 2019. Majority of the Company's customers continue to originate from the Greater Jakarta area where the Company further increased its penetration. Moreover, an increasing number are coming out of Greater Surabaya, Bali, Greater Bandung, Malang, Medan, and Batam, also Solo following the continued expansion and roll-out of network by the Company's in these cities.

Pada tanggal 31 Desember 2018, FastNet menyediakan layanan internet *broadband* kepada lebih dari 595 ribu RGU, atau 27% rumah telah dilalui, dan HomeCable memiliki sekitar 575 ribu RGU. Pada tanggal 31 Desember 2019, FastNet menyediakan layanan *broadband* ke lebih dari 668 ribu RGU, atau 27% rumah telah dilalui, dan HomeCable memiliki sekitar 645 ribu RGU. Perseroan memiliki ARPU sebesar Rp422.000 untuk tahun 2018 dan Rp404.000 untuk tahun 2019.

Pendapatan dari First Media Business dan Penjualan Media menyumbang 15% dan 18% dari pendapatan Perseroan pada tahun 2018 dan tahun 2019.

Pada tahun 2019, Perseroan membukukan pertumbuhan pendapatan sebesar 1% dibandingkan tahun sebelumnya. Perseroan mempertahankan dan meningkatkan profitabilitasnya melalui keunggulan operasional dan disiplin keuangan. Dibuktikan dengan mengalami kenaikan dari 50% di tahun 2018 menjadi 51% di tahun 2019, margin EBITDA Perseroan masih merupakan salah satu yang tertinggi dalam industrinya.

Perolehan kas yang signifikan dari kegiatan operasi yang ada saat ini menunjang Perseroan untuk terus memperluas jaringannya dengan sangat cepat di tahun 2019. Perseroan juga terus mempertahankan posisi keuangan yang kuat.

Pada tanggal 30 Juni 2015, Perseroan membeli sejumlah 6.375 saham atau 51% kepemilikan saham PT First Media Television dari PT First Media Tbk (3.875 lembar saham), Asia Link Dewa Pte. Ltd. (2.375 lembar saham) dan Asia Link Company Ltd. (125 lembar saham).

Pada tanggal 19 November 2015, Perseroan membeli sejumlah 6.124 saham atau 48,99% kepemilikan saham PT First Media Television dari PT First Media Tbk. Sehingga jumlah kepemilikan saham Perseroan dalam PT First Media Television adalah 12.499 saham atau 99,99% dan total nilai pengalihan atas akuisisi ini adalah sebesar Rp19.215 juta.

Total aset Perseroan dikelola secara tersentralisasi dan tidak dialokasikan. Perseroan mengoperasikan dan mengelola bisnis dalam satu segmen yang menyediakan jasa pelayanan terpadu dalam hal penyediaan, antara lain, internet berkecepatan tinggi dan distribusi program televisi.

Ikhtisar laporan keuangan Perseroan untuk tahun 2019 dan 2018 terdapat pada Bab 2 Laporan Tahunan ini. Pembahasan-pembahasan berikut ini merupakan penjelasan dan analisa atas akun-akun tertentu pada laporan keuangan Perseroan.

Keterangan:

*Tidak termasuk pelanggan komersial

As at December 31, 2018, FastNet provided broadband internet services to more than 595 thousand RGUs, or 27% of homes passed, and HomeCable had approximately 575 thousand RGUs. As at December 31, 2019, FastNet provided broadband services to more than 668 thousand RGUs, or 27% of homes passed, and HomeCable had approximately 645 thousand RGUs. The Company had ARPU of Rp422,000 for 2018 and Rp404,000 for 2019.

Revenue from First Media Business and Media Sales accounted for 15% and 18% of the Company's revenue in 2018 and in 2019.

In 2019, the Company achieved revenue growth at 1% over the previous year while maintaining and improving profitability through operational excellence and financial discipline. Proven from the increase in the EBITDA margin from 50% in 2018 to 51% in 2019, the Company's margin remains among the highest in the industry.

The Company's strong cash generation from its existing operations allowed the Company to continue to expand its network rapidly in 2019. The Company also continues to maintain a strong balance sheet.

On June 30, 2015, the Company acquired 6,375 shares of or 51% share ownership in PT First Media Television from PT First Media Tbk (3,875 shares), Asia Link Dewa Pte. Ltd. (2,375 shares) and Asia Link Company Ltd (125 shares).

On November 19, 2015, the Company acquired 6,124 shares of or 48.99% share ownership in PT First Media Television from PT First Media Tbk. Thus the total of share ownership by the Company in PT First Media Television amounts to 12,499 shares or 99.99% and total transferred value for this acquisition amounted to Rp 19,215 million.

Total assets of the Company are managed centrally and are not allocated. The Company operates and manages the business as a single segment which provides for integrated services, among others, high speed internet and distribution of television programs.

A summary of the Company's financial statements for 2019, 2018 can be found on Section 2 of this Annual Report. The following discussion provides a description and analysis of certain line items in the Company's financial statements.

Note:

*Excluding commercial RGUs

Pendapatan

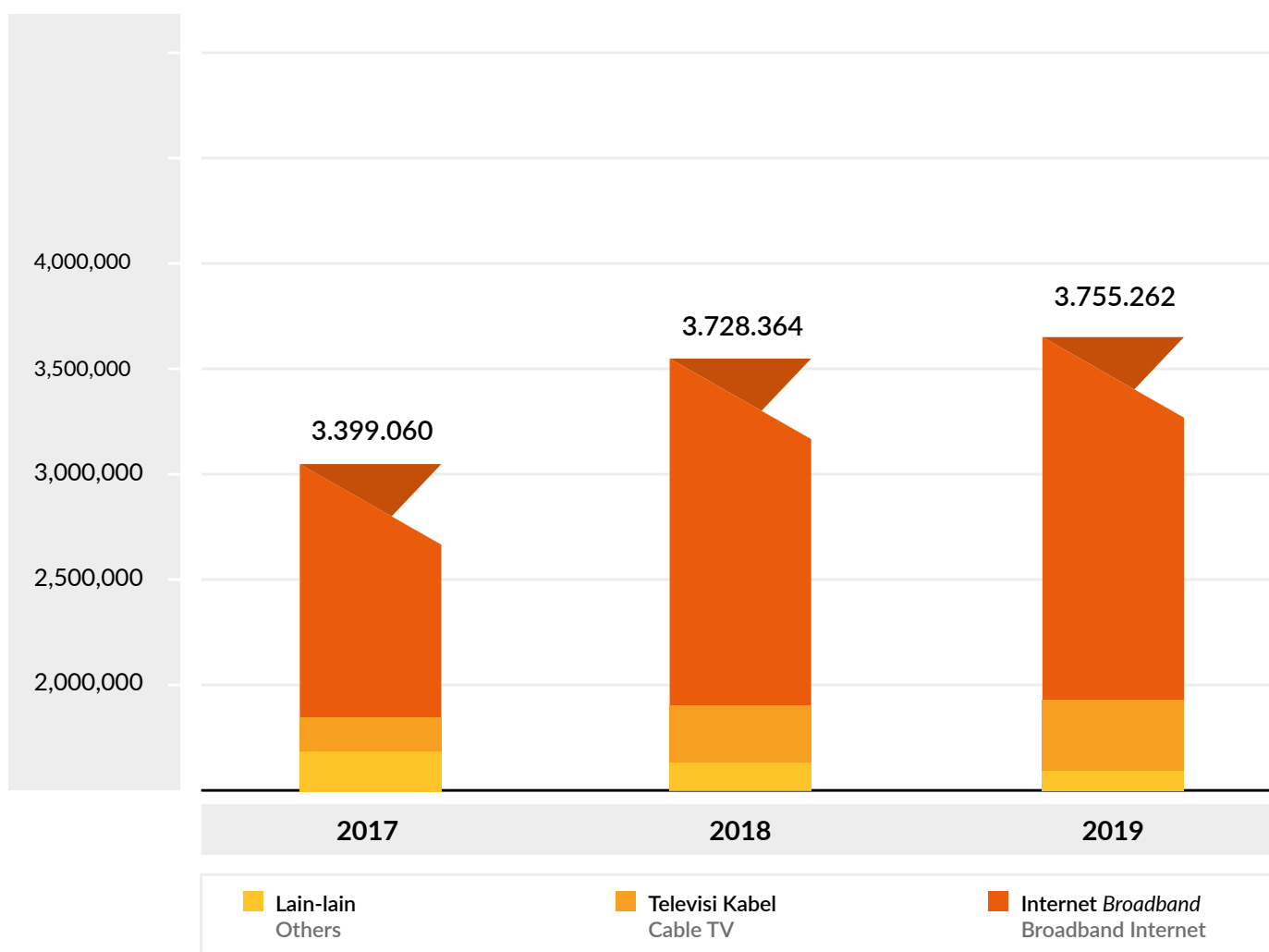
Pendapatan terdiri dari nilai wajar imbalan yang diterima atau akan diterima dari penyediaan jasa dalam kegiatan usaha normal Perseroan. Tabel berikut ini menyajikan rincian pendapatan Perseroan berdasarkan kategori:

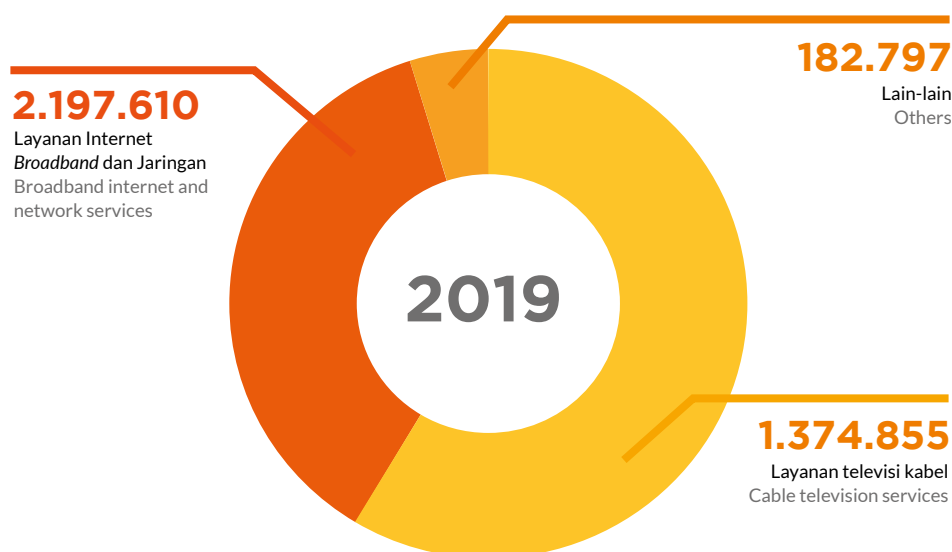
Revenue

Revenue comprises the fair value of the consideration received or receivable for the services provided by the Company in the ordinary course of its activities. The following table sets out the breakdown of the Company's revenue by category:

Biaya Berlangganan dari : Subscription Fees From :	2019	%	2018	%	2017	%
Layanan Internet <i>Broadband</i> dan Jaringan Broadband internet and network services	2.197.610	59	2.077.707	56	1.919.516	56
Layanan televisi kabel Cable television services	1.374.855	37	1.348.195	36	1.243.428	37
Jumlah biaya berlangganan Total subscription fees	3.572.465	95	3.425.902	92	3.162.944	93
Lain-lain Others	182.797	5	302.462	8	236.116	7
Jumlah Pendapatan Total Revenues	3.755.262	100	3.728.364	100	3.399.060	100

Dalam jutaan Rupiah
In Million Rupiah





Pendapatan dari biaya berlangganan bulanan dan iklan diakui ketika jasa diberikan. Pendapatan dari sewa jaringan diakui selama masa sewa berjalan.

Pendapatan Perseroan meningkat Rp26.898 juta atau 1% dari Rp3.728.364 juta pada tahun 2018 menjadi Rp3.755.262 juta pada tahun 2019. Penambahan jumlah pelanggan perumahan dan peningkatan pendapatan dari korporasi memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan tersebut.

Pendapatan dari layanan internet *broadband* dan jaringan sebesar Rp2.197.610 juta di tahun 2019 memberikan kontribusi terbesar, yaitu 59% dari jumlah pendapatan, dimana sekitar 74% diperoleh dari pelanggan perumahan dan sisanya diperoleh dari pelanggan korporasi.

Pendapatan dari layanan Televisi Kabel tahun 2019 naik sebesar 2% dibandingkan tahun sebelumnya, yang disebabkan oleh kenaikan jumlah pelanggan. Pendapatan layanan televisi kabel memberikan kontribusi sekitar 36-37% dari total pendapatan pada tahun 2019 dan 2018.

Sebagai pemimpin pasar penyedia layanan internet *broadband* dan televisi kabel di Indonesia, Perseroan tidak hanya mengandalkan pertumbuhan pendapatannya dari produk-produk yang ditawarkan saat ini, tetapi Perseroan terus melakukan inovasi-inovasi. Di tahun 2019, Perseroan memperkuat saluran TV dengan menambah beberapa *channel* diantaranya First Football (sepakbola) dan First Warrior (eSports), dan meluncurkan beberapa *Value Added Services* melalui kerjasama dengan operator seluler dan industri finansial. Perseroan juga mengambil langkah strategis untuk memasuki industri eSports dengan menyelenggarakan turnamen, membentuk tim eSports, dan menyiarkan *channel* khusus untuk eSports.

Revenue from monthly subscriptions fees and advertising is recognized when the services are rendered. Revenue from network lease is recognized on a straight-line basis over the lease term.

Total revenue increased by Rp26,898 million or 1% from Rp3,728,364 million in 2018 to Rp3,755,262 million in 2019. Additional residential RGUs and higher enterprise revenue accounted for major contribution to the total increases.

Total subscription fees from broadband internet and network services of Rp2,197,610 million in 2019 contributed the largest portion, i.e. 59% of total revenue, of which approximately 74% was derived from residential customers and the remainders are from enterprise clients.

Subscription fees from cable television in 2019 increased by 2% compared to previous year, in line with the increases in RGUs as explained in the foregoing. Subscription fees from cable television contributed 36-37% of total revenue in 2019 and 2018.

As a market leader in broadband internet and cable TV in Indonesia, the Company not only relies its revenue growth on the existing products, but also continues to evolve. In 2019, the Company strengthen the TV Channel line up including First Football (soccer channel) and First Warrior (e-sport channel), and introduced some Value Added Services via partnership with mobile operator and financial institutions. The Company made strategic move to enter e-sport market by hosting tournament, forming e-sport teams, and broadcasting eSports channel (First Warrior).

Beban Pokok Pendapatan**

Beban pokok pendapatan** sebagian besar terdiri dari beban pemrograman televisi kabel, terutama terdiri dari beban distribusi program dan layanan teknis, serta beban layanan internet *broadband*, terutama biaya *bandwidth* serta beban lainnya yang berkaitan dengan *bandwidth*, seperti beban sewa peralatan, beban sewa menara dan beban akses internet.

Tabel berikut ini menyajikan rincian beban pokok pendapatan** Perseroan berdasarkan kategori:

Beban Pokok Cost of Revenue	2019	2018	2017
Televisi kabel – distribusi program dan layanan teknis Cable television – programming distribution and technical services	330.920	302.697	307.061
Internet <i>broadband</i> Broadband Internet	223.936	179.560	176.252
Lain-lain Others	192.846	292.540	223.245
Jumlah beban pokok pendapatan** Total cost of revenue**	747.702	774.797	706.558
Persentase beban pokok pendapatan** terhadap pendapatan Cost of revenue** as a percentage of revenue	20%	21%	21%

Dalam jutaan Rupiah
In Million Rupiah

Persentase beban pokok penjualan** terhadap pendapatan mengalami penurunan dari 21% pada tahun 2018 menjadi 20% pada tahun 2019. Hal ini disebabkan oleh keberhasilan Perseroan dalam menegosiasikan beban pokok per unit baik dari penyedia program maupun penyedia *bandwidth*. Perseroan juga berhasil menegosiasikan beberapa beban yang berbasis pelanggan menjadi beban tetap, dimana hal ini memberikan keuntungan bagi Perseroan seiring dengan terus meningkatnya jumlah pelanggan perumahan.

Keterangan :

**Tidak termasuk beban penyusutan aset tetap dan amortisasi aset tak berwujud

Cost of Revenue**

Cost of revenue** consists primarily of the costs of cable television content, mainly, costs of programming distribution and technical services as well as costs of broadband internet services, mainly, internet bandwidth costs as well as other bandwidth-related costs such as equipment rental, tower lease costs and internet access costs.

The following table sets out the breakdown of the Company's cost of revenue** by category:

Total cost of revenue** to total revenue decreased at 21% in 2018 become 20% in 2019. This is attributable to the Company's ability to negotiate better cost per unit from both content and bandwidth providers. The Company was also able to turn some cost per subs based cost become fixed cost, which was more profitable for the Company when the RGUs increases.

Note :

**Excluding depreciation of property and equipment and amortization of intangible assets.

PREFACE	Pendahuluan
FINANCIAL & PERFORMANCE REPORT HIGHLIGHT	Ikhtisar Kinerja Keuangan & Performa Usaha
MANAGEMENT REPORT	Laporan Manajemen
COMPANY PROFILE	Profil Perusahaan
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS	Analisa Dan Pembahasan Manajemen
CORPORATE GOVERNANCE	Tata Kelola Perusahaan
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
CROSS REFERENCES	Referensi Silang
SEJK 30-2016	SEJK 30-2016

Beban Penjualan, Umum dan Administrasi

Beban penjualan sebagian besar terdiri dari beban karyawan untuk staf penjualan, beban komisi dan promosi, sedangkan beban umum dan administrasi sebagian besar terdiri dari beban karyawan untuk staf non-penjualan, beban penurunan nilai piutang usaha, beban sewa dan beban penurunan nilai dan penghapusan peralatan untuk instalasi.

Beban penjualan tahun 2019 sebesar Rp301.334 juta dan beban umum dan administrasi sebesar Rp639.281 juta, masing-masing naik sebesar 35% dan turun 27% dibandingkan tahun sebelumnya. Dengan demikian, secara keseluruhan, beban penjualan dan beban umum dan administrasi sebesar Rp940.615 juta di tahun 2019 turun sebesar 14% dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan yang signifikan ini disebabkan oleh membaiknya biaya penurunan nilai piutang usaha yang disebabkan oleh kenaikan pendapatan dan penerapan kebijakan yang lebih ketat terhadap pelanggan yang terlambat membayar. Biaya penurunan nilai dan penghapusan peralatan untuk instalasi juga mengalami penurunan yang signifikan.

Beban Penyusutan

Beban penyusutan terdiri dari penyusutan aset tetap, sedangkan beban amortisasi merupakan amortisasi aset tak berwujud, terutama perangkat lunak komputer.

Beban penyusutan dan amortisasi masing-masing berjumlah Rp734.712 juta dan Rp40.451 juta pada tahun 2019, masing-masing naik sebesar Rp50.699 juta dan Rp5.654 juta dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh meningkatnya investasi aset tetap, yang sebagian besar merupakan jaringan layanan titik kontrol, elektronik *head-end*, *cable modem* dan *Set Top Box* serta investasi perangkat lunak komputer yang diperlukan untuk menunjang perluasan jaringan Perseroan dan sistem informasi terkait.

Beban dan Penghasilan Keuangan

Beban keuangan sebagian besar terdiri dari beban atas transaksi penjualan dan penyewaan kembali aset-aset tertentu, beban provisi bank, kerugian (keuntungan) selisih kurs serta beban keuangan lainnya. Penghasilan keuangan sebagian besar terdiri dari pendapatan bunga atas deposito.

Beban keuangan sebesar Rp59.241 juta di tahun 2019, turun sebesar Rp356 juta dibandingkan tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh kenaikan keuntungan selisih kurs karena menguatnya Rupiah terhadap mata uang asing.

Penghasilan keuangan sebesar Rp18.998 juta pada tahun 2019 turun sebesar 47% dibandingkan tahun lalu, terutama disebabkan oleh bunga pinjaman bank.

Penghasilan Komprehensif Lain

Penghasilan komprehensif lain Perseroan seluruhnya merupakan pengakuan keuntungan (kerugian) aktuarial atas program imbalan kerja setelah dikurangi beban pajak penghasilan terkait. Jumlah kerugian komprehensif lain sebesar Rp5.783 juta turun sebesar Rp20.862 juta dibandingkan dengan penghasilan tahun 2018 sebesar Rp15.079 juta.

Selling, General and Administrative Expenses

Selling expenses consist primarily of employee costs for sales staff, commissions and promotion expenses while general and administrative expenses consist primarily of employee costs for non-sales staff, trade receivable impairment charges, rental expenses and impairment and write-off of equipment for installation.

Total selling expenses in 2019 of Rp301,334 million and general and administrative expenses of Rp639,281 million, increased by 35% and decreased 27% compared to previous year, respectively. In overall, total selling, general and administrative expenses of Rp940,615 million in 2019 decreased by 14% compared to previous year. The significant decrease is mainly attributed by decreases in impairment of trade receivable due to increases in revenue and implementation of stricter policy for delinquent customers. Impairment and write off of equipment for installation also decreased significantly.

Depreciation & Amortization Expenses

Depreciation expenses comprise depreciation of property, plans and equipment while amortization expenses comprise amortization of intangible assets, mainly computer software.

Depreciation and amortization expenses totaled Rp734,712 million and Rp40,451 million, respectively in 2019, increasing over the previous year by Rp50,699 million and Rp5,654 million, respectively. These increases arose principally from the increased investment in property, plans and equipment, mainly, the network cables, electronic head-end, cable modem and Set Top Box as well as investment in computer software needed to support the Company's expanded network and related information systems.

Finance Cost and Income

Finance costs consist primarily of sale and leased back transaction expenses, bank charges and foreign exchange loss (gain) and other finance charges. Finance income consists primarily of interest income on bank deposits.

Finance costs totaled Rp59,241 million in 2019, decreasing by Rp356 million over the previous year, due mainly to increases in foreign exchange profit as a result of revaluation of Rupiah against foreign currency.

Finance income amounted to Rp18,998 million in 2019, representing a 47% decrease from the previous year, due mainly in banks' interest expenses.

Other Comprehensive Income

The Company's other comprehensive income arose from actuarial gain (loss) on employee benefit plan, net of the related income tax expenses. Other comprehensive loss of Rp5,783 million decreased by Rp20,862 million compared to the income in 2018 of Rp15,079 million.



Laba Bersih Tahun Berjalan dan Jumlah Penghasilan Komprehensif Tahun Berjalan

Laba bersih tahun berjalan tahun 2019 berjumlah Rp894.532 juta naik sebesar Rp105.614 juta atau sebesar 13% dibandingkan tahun 2018. Marjin laba bersih tahun berjalan naik dari 21% di tahun 2018 menjadi 24% di tahun 2019.

Jumlah penghasilan komprehensif lain tahun berjalan naik sebesar Rp84.752 juta atau 11% dibandingkan tahun 2018, dari Rp803.997 juta di tahun 2018 menjadi Rp888.749 juta di tahun 2019.

Kenaikan laba bersih tahun berjalan maupun marjin laba tahun berjalan, serta kenaikan jumlah penghasilan komprehensif lain tahun berjalan terutama disebabkan oleh berkurangnya biaya penurunan nilai piutang usaha dan biaya penurunan nilai dan penghapusbukuan peralatan untuk instalasi seperti yang disebutkan di atas.

Profit for the Year and Total Comprehensive Income for the Year

Profit for 2019 amounted to Rp894,532 million, representing an increase of Rp105,614 million or 13% over 2018. Profit margin increased from 21% in 2018 to 24% in 2019.

Total other comprehensive income increased by Rp84,752 million or 11% over 2018, from Rp803,997 million in 2018 to Rp888,749 million in 2019.

The increase in profit for the year and profit margin, as well as increase in total other comprehensive income are largely attributed to decline of accounts receivables and equipment for installation as explained above.

Kondisi Likuiditas dan Keuangan

Jumlah aset yang dimiliki Perseroan meningkat sebesar Rp629.363 juta atau 10%, dari Rp6.023.611 juta pada 31 Desember 2018 menjadi Rp6.652.974 juta pada 31 Desember 2019, disebabkan oleh kenaikan aset tidak lancar, sedangkan aset lancar mengalami penurunan.

Aset lancar turun sebesar Rp178.908 juta atau 17% menjadi Rp898.564 juta di akhir tahun 2019, disebabkan oleh penurunan kas dan setara kas sebesar Rp301.692 juta. Sedangkan piutang usaha-bersih naik sebesar Rp104.725 juta. Penurunan Kas dan setara kas terutama disebabkan oleh kenaikan pembayaran jumlah dividen di tahun 2019 serta kenaikan pembelian kembali saham Perseroan.

Aset tidak lancar naik Rp808.271 juta atau 16% menjadi Rp5.754.410 juta terutama disebabkan oleh penambahan aset tetap. Aset tetap naik sebesar Rp425.470 juta, dimana sebagian sebesar merupakan aset jaringan layanan titik kontrol sehubungan dengan penambahan jumlah homes passed pada area cakupan jaringan Perseroan.

Liabilitas Perseroan pada akhir tahun 2019 berjumlah Rp1.997.849 juta, naik Rp725.337 juta atau 57% dibandingkan tahun sebelumnya. Liabilitas jangka pendek Perseroan pada akhir tahun 2019 naik sebesar Rp706.641 juta terutama disebabkan oleh kenaikan pinjaman bank sebesar Rp800.000 juta.

Liabilitas jangka panjang Perseroan terdiri dari utang sewa pembiayaan dan liabilitas imbalan kerja jangka panjang. Pada tanggal 31 Desember 2019, liabilitas jangka panjang naik sebesar Rp18.696 juta dibandingkan tahun sebelumnya, untuk pembayaran utang sewa pembiayaan turun sebesar Rp25.911 juta dibanding tahun sebelumnya.

Pada tanggal 31 Desember 2019, Perseroan mempunyai saldo kas dan setara kas sebesar Rp298.209 juta dan pinjaman Rp. 891.172 juta atau kas bersih turun sebesar Rp592.963 juta.

Pada tanggal 31 Desember 2018, Perseroan mempunyai saldo kas dan setara kas sebesar Rp599.901 juta dan pinjaman sebesar Rp100.773 juta atau kas bersih sebesar Rp499.128 juta (didefinisikan sebagai total kas dan setara kas dikurangi dengan pinjaman).

Kas bersih turun sebesar Rp301.692 juta atau 50% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh pembayaran dividen yang lebih besar dan pembelian kembali saham Perseroan dalam jumlah yang lebih besar, serta peningkatan belanja modal di tahun 2019.

Perseroan mempunyai keyakinan bahwa kas yang diperoleh dari atau tersedia bagi Perseroan cukup untuk mendanai kebutuhan modal dan likuiditas di masa yang akan datang. Sumber kas Perseroan termasuk kas yang diperoleh dari kegiatan operasi, kas dan setara kas yang dimiliki Perseroan dan utang sewa pembiayaan.

Liquidity and Financial Condition

The Company's total assets increased by Rp626,363 million or 10%, from Rp6,023,611 million as of Desember 31, 2018 to Rp6,652,974 million as of Desember 31, 2019, due to increases in non current assets, whilst current assets decreased.

Total current assets decreased by Rp178,908 million or 17% to Rp898,564 million at the end of 2019, mainly due to decrease in cash and cash equivalent of Rp301,692 million, whilst trade receivables-net increased by Rp104,725 million. The decrease in cash and cash equivalents is mainly attributed by dividend payments as well as share buyback increases in 2019.

Total non-current assets increased by Rp808,271 million or 16% to Rp5,754,410 million, mainly due to Property and Equipment (PE) increases. PE increased by Rp425,470 million, of which primarily contributed by network control point assets, in line with homes passed additions in the Company's service coverage.

Total liabilities at the end of 2019 amounted to Rp1,997,849 million, increased by Rp725,337 million or 57% over last year. The Company's current liabilities at the end of 2019 increased by Rp706,641 million, mainly due to increases in bank loan by Rp800,000 million,

The Company's long term liabilities comprises long term finance lease payables and long term employee benefit liabilities. As of December 31, 2019, long term liabilities increased by Rp18,696 million compared to previous year, for repayment of finance lease payables decreased by Rp25,911 million compared to previous year.

As of December 31, 2019, the Company had Rp298,209 million of cash and equivalents and Rp891,172 million of loan or a net cash short of Rp592,963 million.

As of December 31, 2018, the Company had Rp599,901 million in cash and equivalents and Rp100,773 million in loan or a net cash of Rp499,128 million (defined as total cash and equivalents less loan).

Net cash decreased by Rp301,692 million or 50% over the previous year due mainly to higher dividend payments and more buyback of the Company's shares in 2019, as well as purchases of property and equipment.

The Company believes that cash generated by or available to the Company should be sufficient to fund its capital and liquidity needs for the foreseeable future. The Company's sources of cash include cash provided by operating activities, cash and cash equivalents on hand as well as finance lease payables.

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016



Arus Kas

Kas dan setara kas pada akhir tahun 2019 sebesar Rp298.209 juta, turun sebesar Rp599.901 juta dibandingkan dengan tahun 2018.

Arus kas bersih yang diperoleh dari kegiatan operasi turun sebesar Rp68.046 juta, dari Rp1.721.611 juta di tahun 2018 menjadi Rp1.653.565 juta di tahun 2019. Penurunan ini terutama disebabkan oleh naiknya pembayaran ke pemasok Rp189.991 juta.

Arus kas bersih yang digunakan untuk kegiatan investasi meningkat dari Rp1.115.813 juta di tahun 2018 menjadi Rp1.688.875 juta di tahun 2019, yang sebagian besar disebabkan oleh meningkatnya pembelanjaan modal.

Arus kas bersih yang digunakan untuk kegiatan pembiayaan turun sebesar Rp505.595 juta, dari Rp771.950 juta di tahun 2018 menjadi Rp266.355 juta di tahun 2019. Penurunan ini disebabkan pinjaman dari bank sebesar Rp800.000 juta yang di offset dengan pembayaran dividen yang lebih besar dari Rp503.458 juta di tahun 2018 menjadi Rp673.864 juta di tahun 2018, serta pembelian kembali saham Perseroan yang lebih besar dari Rp223.628 juta di tahun 2018 menjadi Rp310.859 juta di tahun 2019.

Ekuitas Perseroan pada tanggal 31 Desember 2019 turun sebesar Rp95.974 juta, dari Rp4.751.099 juta di tahun 2018 menjadi Rp4.655.125 juta di tahun 2019. Penurunan ini berasal dari kenaikan profitabilitas Perseroan di tahun 2019 sebesar Rp894.532 juta dan penurunan penghasilan komprehensif lain sebesar Rp5.783 juta, yang dioffset dengan pembagian dividen final sebesar Rp673.864 juta, pembelian kembali saham Perseroan Rp310.859 juta serta penarikan saham yang beredar Rp829.751 juta, hal ini bertujuan untuk meningkatkan laba per saham.

Cash Flows

Cash and cash equivalents at the end of 2019 Rp298,209 million, decreased by Rp599,901 million compared to 2018.

Net cash flows from operating activities increased by Rp68,046 million, from Rp1,721,611 million in 2018 to Rp1,653,565 million in 2019. The decrease is primarily attributable to an increase in payments to suppliers of Rp189,991 million.

Net cash flows used in investing activities increased from Rp1,115,813 million in 2018 to Rp1,688,875 million in 2019, which is primarily due to increases in capital expenditures.

Net cash flows used in financing activities decreased by Rp505,595 million, from Rp771,950 million in 2018 to Rp266,355 million in 2019. The decrease is mainly due to initiate bank loan Rp800.000 million offset with higher dividend payments from Rp503,458 million in 2018 to Rp673,864 million in 2019, as well as more shares buyback from Rp223,628 million in 2018 to Rp310,859 million in 2019.

The Company's equity as of December 31, 2019 decreased by Rp95,974 million, from Rp4,751,099 million in 2017 to Rp4,655,125 million in 2019. The decrease in the Company's equity is attributable entirely to profitability of the Company of Rp894,532 million in 2019 and decrease in other comprehensive income by Rp5,783 million, which were offset by distribution of dividend final of Rp673,864 million, shares buyback of Rp310,859 million and share cancellation of Rp829,751 million, which is to increase earnings per share.

Pembelian Kembali Saham Perseroan

Perseroan telah melakukan pembelian kembali saham selama periode Juni 2016 – Oktober 2017 sebanyak 87.111.400 saham dengan harga perolehan sebesar Rp401.642 juta dari masyarakat atau 2,86% dari seluruh saham yang beredar, sesuai persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan pada tanggal 15 April 2016.

Pada tahun 2018, Perseroan melanjutkan pembelian kembali saham setelah mendapat persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa pada tanggal 15 Januari 2018 untuk periode yang dimulai sejak tanggal 15 Januari 2018 sampai dengan 14 Juli 2019. Sampai dengan bulan 31 Desember 2018, Perseroan telah melakukan pembelian kembali saham sebanyak 130.908.300 saham atau 4,30% dari seluruh saham yang beredar.

Hasil pelaksanaan pembelian kembali saham perbulannya sampai dengan bulan 31 Desember 2019 dapat terlihat pada tabel berikut:

Periode Transaksi Transaction Period	Jumlah Saham yang dibeli Kembali (Lembar) Number of Share Buyback (Shares)	Persentase Saham yang Dibeli Kembali (%) Percentage of Share Buyback (%)	Harga Rata-Rata Pembelian (Rp) Average Share Price (IDR)
Agustus 2019 August 2019	1.879.200	0,07	3.992
September 2019 September 2019	11.669.300	0,41	4.012
Oktober 2019 October 2019	6.661.600	0,23	4.181
November 2019 November 2019	1.393.500	0,05	4.281
Desember 2019 December 2019	4.183.400	0,15	4.053
Total	25.787.000	0,91	4.075

Shares Buyback

The Company has shares buyback during Juni 2016 – October 2017 as much as 87,111,400 of its shares at a total cost of Rp401,642 million or 2.86% of outstanding shares, based on approval from the Company's Annual General Meeting Shareholder on April 15, 2016.

On 2018, the Company continued share buyback after obtained approval from Extraordinary General Meeting of Shareholder on January 15, 2018 for period start on Januari 15, 2018 to July 14, 2019. As of December 31, 2018, the Company has share buyback as much as 130,908,300 shares or 4.30% of outstanding shares.

As of the December 31, 2019, the results of the implementation of the Company's Share Buyback per month can be seen in the following table:

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016

Manajemen Risiko Keuangan

Kegiatan Perseroan terekspos terhadap berbagai macam risiko keuangan, antara lain risiko pasar, risiko kredit dan risiko likuiditas. Program manajemen risiko keseluruhan yang dimiliki Perseroan difokuskan untuk menghadapi ketidakpastian yang dihadapi dalam pasar keuangan dan untuk meminimalkan potensi dampak yang buruk terhadap kinerja keuangan Perseroan.

Risiko Pasar-Risiko Nilai Tukar Mata Uang Asing

Perseroan terekspos terhadap risiko nilai tukar mata uang asing yang timbul dari transaksi komersial di masa depan serta aset dan liabilitas moneter dalam mata uang asing selain Rupiah, mata uang fungsional Perseroan.

Aset dan liabilitas moneter yang menimbulkan risiko mata uang asing adalah kas dan setara kas, piutang usaha, utang usaha, beban akrual dan pinjaman jangka panjang dalam mata uang Dolar Amerika. Manajemen telah menetapkan kebijakan yang mewajibkan Perseroan untuk mengelola risiko mata uang asing terhadap Rupiah yang timbul dari transaksi komersial di masa depan serta aset dan liabilitas yang diakui. Perseroan mengelola risiko mata uang asing dengan melakukan pengawasan fluktuasi kurs mata uang secara berkelanjutan sehingga Perseroan dapat melakukan tindakan yang tepat. Pada bulan Februari 2015, Perseroan menandatangani fasilitas lindung nilai pertukaran untuk mengelola risiko mata uang asing dengan Bank BNP Paribas Indonesia sehubungan dengan strategi manajemen resiko valuta asing Perseroan.

Risiko Likuiditas

(Kemampuan Membayar Utang)

Tanggung jawab utama manajemen risiko likuiditas terletak pada Direksi, yang telah membangun kerangka manajemen risiko likuiditas yang sesuai untuk persyaratan manajemen likuiditas dan pendanaan jangka pendek, menengah dan jangka panjang. Perseroan mengelola risiko likuiditas dengan menjaga kecukupan simpanan, fasilitas bank dan cadangan fasilitas pinjaman dengan terus menerus memantau perkiraan dan arus kas dan mencocokkan profil jatuh tempo dan liabilitas.

Perseroan berniat untuk membayar semua liabilitas pada saat atau sekitar jatuh tempo. Untuk memenuhi komitmen kas, Perseroan berharap dapat menghasilkan arus kas masuk yang cukup. Perseroan memiliki kas dan setara kas yang cukup untuk memenuhi kebutuhan likuiditas.

Tabel di bawah ini menganalisa liabilitas keuangan Perseroan pada tanggal pelaporan dan ke kelompok jatuh tempo yang relevan berdasarkan tahun yang tersisa sampai dengan tanggal jatuh tempo kontrak. Jumlah yang diungkapkan dalam tabel adalah arus kas kontraktual yang tidak didiskontokan termasuk estimasi pembayaran bunga.

Financial Risk Management

The Company's activities are exposed to a variety of financial risks: market risk, credit risk and liquidity risk. The Company's overall financial risk management program focuses on the unpredictability of financial markets and seeks to minimize potential adverse effects on the financial performance of the Company.

Market Risk – Foreign Exchange Risk

The Company is exposed to foreign exchange risk arising from future commercial transactions and monetary assets and liabilities that are denominated in currencies other than the Rupiah, the Company's functional currency.

Monetary assets and liabilities that give rise to foreign exchange risk are cash and cash equivalents, trade receivables, trade payables, accruals and long-term debt in USD. Management has established a policy requiring the Company to manage foreign exchange risk against the Rupiah arising from future commercial transactions and recognized assets and liabilities. The Company manages the foreign currency risk by monitoring the fluctuation in currency rates continuously so that it can undertake the appropriate action. In February 2015, the Company entered into a foreign exchange hedging facility agreement with PT Bank BNP Paribas Indonesia in connection with the Company's foreign exchange risk management strategy.

Liquidity Risk

(Solvency)

Ultimate responsibility for liquidity risk management rests with the Directors, who have put in place an appropriate liquidity risk management framework for the management of short, medium and long-term funding and liquidity management requirements. The Company manages liquidity risk by maintaining adequate reserves, banking facilities and reserve borrowing facilities and continuously monitoring forecast and actual cash flows and matching the maturity profiles of financial assets and liabilities.

The Company intends to settle all liabilities at or around their contractual maturities. In order to meet such cash commitments, the Company expects to generate sufficient cash inflows. The Company has ample cash and cash equivalents to meet liquidity needs.

The table below analyzes the Company's financial liabilities at the reporting date and into relevant maturity groupings based on the remaining period to the contractual maturity dates. The amounts disclosed in the table are the contractual undiscounted cash flows including estimated interest payments.

Keterangan Remark	Dalam 1 Tahun Within 1 Year	Antara 1-2 Tahun Within 1-2 Years	Antara 2-3 Tahun Within 2-3 Years	Arus Kas yang tidak Didiskontokan Total undiscounted cash flows
Utang Usaha Trade Payables	611.910	-	-	611.910
Utang non usaha Non-trade payables	1.525	-	-	1.525
Akrual Accruals	220.902	-	-	220.902
Utang sewa pembiayaan Finance lease payables	60.444	32.233	-	92.677
Total	894.781	32.233	-	927.014

Dalam jutaan Rupiah
In Million Rupiah

Rasio solvabilitas menunjukkan kemampuan Perseroan untuk memenuhi kewajiban secara keseluruhan. Hal ini dapat dilihat dari rasio utang terhadap aset (*debt to asset ratio*) dan rasio utang terhadap ekuitas (*debt to equity ratio*).

Debt to asset ratio Perseroan adalah 0,3x per 31 Desember 2019 dan 0,21x per 31 Desember 2018, sedangkan *Debt to equity ratio* 0,43x per 31 Desember 2019 dan 0,27x per 31 Desember 2018. Rasio-rasio ini berada dalam kisaran yang ditargetkan dan mencerminkan jumlah aset dan ekuitas yang memadai untuk menutupi seluruh kewajiban.

Tingkat Kolektabilitas Piutang

Risiko kredit terutama timbul dari kas bank, deposito berjangka, piutang usaha, aset lancar lainnya dan piutang pihak berelasi non-usaha. Nilai tercatat pada aset keuangan di laporan posisi keuangan Perseroan menunjukkan eksposur risiko kredit maksimum.

Perseroan mengelola risiko kredit atas kas di bank dan deposito berjangka dengan memonitor reputasi dan peringkat kredit bank-bank dan membatasi risiko agregat untuk setiap individu bank. Kas di bank dan deposito bank jangka pendek ditempatkan pada bank domestik dengan reputasi tinggi.

Sehubungan dengan risiko kredit piutang usaha, Perseroan menentukan persyaratan umum dan kondisi fasilitas kredit kepada pelanggan. Perseroan juga memiliki kebijakan kredit di mana setiap pelanggan korporasi baru dianalisa secara individu untuk kemampuan kredit mereka sebelum Perseroan melakukan penawaran standar dan kondisi pembayaran.

Solvability ratio shows the Company's ability to pay out its liabilities, which can be seen from debt to equity ratio and debt to equity ratio.

The Company's Debt to asset ratio as of December 31, 2019 is 0.3x and December 31, 2018 is 0.21x, whilst Debt to equity ratio is 0.43x as of December 31, 2019 and 0.27x as of December 31, 2018. These ratios are within the targets and reflected total assets and equity that are adequate to cover the entire liabilities.

Receivable Collectibility

Credit risk arises primarily from cash in banks, time deposits, trade receivables, other current assets and non-trade receivables from related parties. The carrying amount of financial assets in the Company's statement of financial position represents the maximum credit risk exposure.

The Company manages credit risk from cash in banks and time deposits by monitoring the reputation and credit rating of the banks and limiting the aggregate risk to any individual bank. Cash in banks and short-term bank deposits are placed with highly reputable domestic banks.

In respect of the credit risk from trade receivables, the Company establishes general terms and conditions of credit to customers. The Company also has a credit policy under which each new corporate customer is analyzed individually for their creditworthiness before the Company's standard payment conditions are offered.

Tingkat Kolektibilitas Piutang dapat dilihat dari rasio lama penagihan rata-rata (*average collection period*) yang menunjukkan waktu rata-rata yang dibutuhkan Perseroan dalam menagih piutangnya. Rata-rata rasio lama penagihan adalah sebesar 39 hari di tahun 2019 dan 2018. Analisis umur atas piutang usaha Perseroan adalah sebagai berikut

Collectibility of the Company's receivables is indicated by average collection period, which showed the average period required by the Company to collect its receivables. The Company's average collection period is 39 days in 2019 and 2018. The aging analysis of the Company's receivables are as follows :

Piutang Usaha Trade Receivables	2019	Rasio Ratio	2018	Rasio Ratio
Piutang Usaha Lancar Trade Receivables	117.891	16,33%	83.807	13,69%
Piutang Usaha yang telah Jatuh tempo The past due Trade Receivables				
31-60 hari 31-60 days	48.466	6,71%	56.978	9,30%
61-90 hari 61-90 days	31.785	4,40%	69.681	11,38%
>90 hari >90 days	523.989	72,56%	401.889	65,63%
Total	722.131	100,00%	612.355	100,00%

Dalam jutaan rupiah
in millions of rupiah

Struktur Permodalan

Struktur permodalan Perseroan pada tanggal 31 Desember 2019 dan 2018 masing-masing tercatat sebesar 16,07% dan 2,08% berupa liabilitas serta sebesar 83,93% dan 97,92% berupa modal atau ekuitas, dengan rincian sebagai berikut:

Capital Structure

The capital structure of the Company on December 31, 2019 and 2018 respectively stood at 16.07% and 2.08% in the form of liabilities and amounted to 83.93% dan 97.92% in capital or equity, with details as follows:

Komponen Component	2019	Porsi Portion	2018	Porsi Portion
Bagian lancar atas utang sewa pembiayaan Current portion of finance lease payables	59.246	1,07%	42.936	0,89%
Utang sewa pembiayaan Finance lease payables	31.926	0,58%	57.837	1,19%
Hutang Bank Bank Loan	800.000	14,42%	-	-
Total Utang Total Debt	891.172	16,07%	100.773	2,08%
Modal /Ekuitas Capital/ Equity	4.655.125	83,93%	4.751.099	97,92%
Total	5.546.297	100,00%	4.851.872	100,00%

Dalam jutaan rupiah
in millions of rupiah



PUMP YOUR ADRENALINE WITH GAME XPERT PRIORITY CONNECTION

Nikmati pengalaman terbaik bermain game dan dapatkan beragam benefit khusus untuk Online Games AOV, AYO DANCE dan CLOSERS!

What you get from Game XPERT:

Koneksi
prioritas¹

Upgrade &
Upload Speed
up to 7,5 Mbps²

High End Router
dengan
MU-MIMO

Benefit dari
Game Partner
senilai Rp 500 ribu
setiap bulan

Gratis Biaya
Instalasi
Rp 100 ribu

1. Koneksi prioritas khusus ke Game Publisher yang telah bekerja sama | 2. Khusus combo Family / Family Plus / D'Lite / Elite



* Bonus akan didapat hingga Juni 2019 dengan berlangganan Game XPERT



JAKARTA (021) 2559 6688

SURABAYA (031) 2950 777

www.firstmedia.com

Facebook: FirstMediaWorld | Twitter: @FirstMediaWorld | Instagram: @FirstMediaWorld

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
REPORT
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016

Belanja Modal

Bisnis Perseroan bersifat padat modal karena pada operasionalnya Perseroan memerlukan perluasan, pemeliharaan, dan peningkatan jaringan kabel serat optik maupun kabel *coaxial*. Kemampuan Perseroan untuk berhasil melaksanakan rencana belanja modal berdampak langsung pada pendapatan dan tingkat keuntungannya.

Sejak Juni 2011, Perseroan telah memulai program perluasan jaringan, meningkatkan jumlah homes passed dari sekitar 553.000 rumah pada 30 Juni 2011 menjadi 2,47 juta rumah pada 31 Desember 2019. Perseroan pertama kali melakukan operasinya di Jabodetabek dan Bali, kemudian berkembang menjadi Surabaya dan sekitarnya, Bandung dan sekitarnya, Malang, Medan, Batam. Perseroan saat ini terus memperluas jaringannya baik di wilayah jangkauan utamanya maupun di wilayah lainnya. Belanja modal Perseroan yang terkait dengan penggelaran jaringan terdiri dari 80% dari total belanja modal pada tahun 2018 dan pada tahun 2019. Perseroan memiliki komitmen modal masing-masing sebesar Rp1.135 miliar dan Rp1.200 miliar masing-masing pada tanggal 31 Desember 2018 dan 31 Desember 2019.

Pada kuartal ketiga 2017, Perseroan memperoleh hak 15 tahun untuk menggunakan *Java Fiber Backbone* yang terdiri dari kabel serat optik khusus yang tersedia khusus untuk penggunaan Perseroan. Setelah masa 15 tahun, Perseroan akan tetap memiliki hak penggunaan tanpa biaya tambahan selama *Java Fiber Backbone* tetap dalam kondisi baik. *Java Fiber Backbone* menyediakan akses ke sekitar 43 kota baru yang sebelumnya belum dimanfaatkan oleh Perseroan. Perseroan percaya bahwa *Java Fiber Backbone* berpotensi mengurangi biaya internet *broadband* dengan mengurangi jumlah tambahan *bandwidth* yang diperoleh Perseroan dari pihak ketiga dan dapat menjadi pondasi bagi perluasan Jaringan di masa depan.

Atas hak untuk menggunakan *Java Fiber Backbone* tersebut, Perseroan menargetkan untuk meningkatkan jumlah *homes passed* menjadi sekitar 2,9 juta pada akhir 2021 yang berfokus pada rumah tangga di wilayah cakupan inti yang sudah ada dan kota-kota baru lainnya di Indonesia. Untuk mencapai target tersebut, Perseroan memperkirakan belanja modalnya untuk penggelaran jaringan sampai terhubung dengan pelanggan (*last mile*) akan sekitar USD160 per rumah selain pengeluaran barang modal yang berkaitan dengan perangkat yang berada di sisi pelanggan (*customer premises equipment*), dan kebutuhan untuk penggelaran jaringan lainnya. Perkiraan ini didasarkan pada biaya rata-rata historis Perseroan dari penggelaran jaringan *last mile* di wilayah cakupan inti yang ada dan biaya-biaya tersebut dapat bervariasi, antara lain tergantung oleh perubahan geografis wilayah yang dipilih Perseroan untuk peluncuran di masa mendatang, biaya peralatan dan tenaga kerja untuk *roll out*, inflasi, dan kondisi ekonomi secara umum. Belanja modal pemeliharaan Perseroan secara historis mewakili sekitar 4-6% dari total pendapatan.

Capital Expenditures

The Company's business is capital intensive as it requires the expansion, maintenance, and upgrading of the Company's Network of fibre optic cable and coaxial cable. The ability of the Company to successfully execute its capital expenditure plan has a direct impact on its revenues and profitability.

Since June 2011, the Company has embarked on a Network expansion programme, increasing the number of homes passed from approximately 553,000 as at June 30, 2011 to 2.47 million homes as at December 31, 2019. The Company first established its operations in Greater Jakarta and Bali, then expanded into Greater Surabaya, Greater Bandung, and Malang, Medan, Batam. The Company is in the process continuing to expand its network as well as in its core coverage areas and in other areas. The Company's capital expenditures related to network rollouts comprised 80% of total capital expenditures in 2018 and in 2019. The Company had capital commitments of Rp1,135 billion and Rp1,200 billion as at December 31, 2018 and December 31, 2019, respectively.

In the third quarter of 2017, the Company acquired a 15-year right to use the *Java Fibre Backbone* comprising dedicated fibre optic cables available exclusively for the Company's use. Following the 15-year term, the Company will continue to have the right of use without any additional cost as long as the *Java Fibre Backbone* remains in good condition. The *Java Fibre Backbone* provides access to approximately 43 new cities that were previously untapped by the Company. The Company believes that the *Java Fibre Backbone* has the potential to reduce its broadband internet costs by reducing the amount of additional bandwidth that the Company sources from third parties and provides a foundation for future network expansion.

On the right to use *Java Fiber Backbone*, The Company aims to increase the number of homes passed to approximately 2.9 million by the end of 2021 focusing on households in existing core coverage areas and other new cities in Indonesia. In order to achieve its target, the Company estimates its capital expenditures for last mile Network rollouts will be approximately USD160 per home in addition to capital expenditures related to customer premises equipment and other rollout requirements. This estimate is based on the Company's historical average cost of last mile Network rollouts in existing core coverage areas and may vary based on, among other things, changes in the geographic mix of areas that the Company selects for future rollouts, costs of equipment and labour for rollouts, inflation and general economic conditions. The Company's maintenance capital expenditures have historically represented approximately 4-6% of total revenue.

Tabel berikut menunjukkan belanja modal Perseroan dalam periode yang ditunjukkan:

The following table sets forth the Company's capital expenditure in the periods indicated:

Belanja Modal Capita Expenditure	Per 31 Desember (Miliar Rupiah) Year ended December 31 (In billions Rupiah)		
	2019	2018	2017
Penggelaran jaringan dan pengeluaran terkait ⁽¹⁾ Network rollouts and related expenditures	951,9	912,9	734,6
Perangkat yang berada di sisi pelanggan ⁽²⁾ Customer Premises Equipment (CPE)	181,3	191,9	154,6
Lainnya ⁽³⁾ Others	66,5	30,2	32,2
Jumlah Belanja Modal ⁽⁴⁾ Total Capital Expenditure	1.199,7	1.135,0	921,4

Catatan / Note :

1. Belanja modal yang terkait dengan jaringan adalah jumlah tambahan untuk *headend electronics* dan titik kontrol layanan jaringan.
Network-related capital expenditure is the sum of additions to headend electronics and network service control points.
2. Belanja modal CPE adalah jumlah penambahan konverter, *decoder*, kabel modem, dan *set-top-boxes*.
CPE capital expenditure is the sum of additions to converters, decoders, cable modem and set-top-boxes.
3. Belanja modal lainnya adalah jumlah penambahan tanah, bangunan, prasarana, perabot dan perlengkapan, peralatan kantor dan kendaraan.
Other capita expenditure is the sum of additions to land, buildings, leasehold improvements, furniture and fixtures, office equipment and vehicles.
4. Belanja modal merupakan penambahan aktiva tetap.
Capital expenditure represents additions to property, plant, and equipment.

Perseroan mengharapkan untuk membiayai pengeluaran barang modal melalui kas yang dihasilkan dari operasional dan fasilitas hutang yang tersedia. Perseroan secara aktif memantau persyaratan pendanaannya untuk mengoptimalkan struktur permodalannya dan memastikan bahwa Perseroan memiliki dana yang cukup dari sumber internal dan memiliki fasilitas hutang. Sebagian besar belanja modal Perseroan untuk ekspansi jaringan dilakukan dalam mata uang Rupiah dan sisanya dalam dolar AS.

The Company expects to fund its capital expenditures through cash generated from operations and its available debt facility. The Company actively monitors its funding requirements to optimise its capital structure and ensure that it has sufficient funds from internal sources and its available debt facility. The majority of the Company's capital expenditures on Network expansion are denominated in Rupiah and the remainder in US dollars.

Informasi Dan Fakta Material Setelah Tanggal Laporan Akuntan

Tidak terdapat kejadian penting dan relevan setelah tanggal Laporan Auditor Independen atas Laporan Keuangan konsolidasian untuk tahun yang berakhir pada tanggal 31 Desember 2019 yang perlu diungkap dalam Laporan Tahunan ini.

Material Information and Facts After Accountant Reporting Date

There are no significant and relevan events occurring after the date of the Independent Auditor's report for the consolidated financial statements for the year ended on December 31, 2019, which needs to be disclosed in this Annual Report.

Perjanjian Material

Perseroan memiliki beberapa kerjasama material berdasarkan perjanjian-perjanjian yang signifikan sehubungan dengan pengadaan dan instalasi peralatan, jaringan kabel, dan layanan program televisi Perseroan. Perjanjian material yang dilakukan oleh Perseroan adalah sebagai berikut:

- Perseroan mempunyai perjanjian distribusi program dan jasa teknik dengan beberapa penyedia layanan program televisi. Perjanjian tersebut dapat diperbaharui kembali dan berlaku untuk jangka waktu 1 (satu) hingga 3 (tiga) tahun. Beberapa perjanjian juga mengizinkan Perseroan untuk menayangkan program komersial dan mengharuskan penempatan uang jaminan kepada pemberi program. Selain itu, perjanjian menetapkan, antara lain, biaya yang harus dibayar untuk setiap tipe pelanggan yang dilayani oleh Perseroan.
- Pada tanggal 30 Desember 2010, PT First Media Tbk menandatangani perjanjian senilai USD20.000.000 dengan PT Nap Info Lintas Nusa. Perjanjian tersebut dialihkan dari PT First Media Tbk kepada Perseroan pada tanggal 23 Mei 2011. Berdasarkan perjanjian tersebut, Perseroan dapat menggunakan kapasitas transmisi IRU (*Indefeasible Right of Use*) 10 Gbps kabel bawah laut milik PT Nap Info Lintas Nusa untuk jangka waktu 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tanggal aktivasi layanan SKKL, yaitu pada tanggal 1 Januari 2011. Pada tanggal 14 Desember 2018, Perseroan dan PT Nap Info Lintas Nusa sepakat untuk mengakhiri kontrak perjanjian.
- Pada tanggal 27 Juni 2011, Perseroan menandatangani perjanjian televisi berbayar dengan PT First Media Television, dimana PT First Media Television memberikan otoritas eksklusif Perseroan untuk mengelola bisnis televisi di wilayah Republik Indonesia untuk periode sampai dengan 10 November 2020.
- Pada bulan Februari 2015, Perseroan menandatangani perjanjian fasilitas lindung nilai pertukaran mata uang asing dengan PT Bank BNP Paribas Indonesia sehubungan dengan strategi manajemen risiko valuta asing Perseroan.
- Sampai dengan tanggal penyelesaian laporan keuangan konsolidasian, Perseroan tidak mempunyai kewajiban kontinjensi yang signifikan.

Material Contract

The Company has significant commitments based on significant agreements in relation to the provision and installation of equipment, cable network and provision of the Company's TV programs. The significant agreements entered into by the Company are as follows:

- The Company has program distribution and technical service agreements with various TV program providers. The agreements are renewable and valid for periods ranging from 1 (one) to 3 (three) years. Certain agreements also allow the Company to broadcast commercials and require placement of security deposits with program providers. Furthermore, the agreements stipulate, among others, the fees to be paid for each type of subscribers serviced by the Company.
- On December 30, 2010, PT First Media Tbk entered into an agreement worth USD20,000,000 with PT Nap Info Lintas Nusa. The agreement was novated to the Company on May 23, 2011. Based on the agreement, the Company can utilize IRU (Indefeasible Right of Use) 10 Gbps submarine cable transmission capacity of PT Nap Info Lintas Nusa for a period of 15 (fifteen) years since the date of activation SKKL services, which is on January 1, 2011. On December 14, 2018, The Company and PT Nap Info Lintas Nusa has agreed to end the agreement.
- On June 27, 2011, the Company entered into a Pay TV Agreement with PT First Media Television, whereby PT First Media Television grants exclusive authority to the Company to manage its TV business in the territory of the Republic of Indonesia for a period until November 10, 2020.
- In February 2015, the Company entered into a foreign exchange hedging facility agreement with PT Bank BNP Paribas Indonesia in connection with the Company's foreign exchange risk management strategy.
- Up to the date of the completion of the consolidated financial statements, the Company and Subsidiaries had no significant contingent liabilities.

Kebijakan Dividen

Keputusan mengenai jumlah dan pembagian dividen direkomendasikan oleh Direksi Perseroan dan disetujui oleh Dewan Komisaris dan tergantung pada sejumlah faktor pada waktu tersebut, termasuk laba bersih Perseroan, ketersediaan cadangan, kebutuhan belanja modal, hasil operasi, arus kas, pembayaran dividen kas oleh Entitas Anak, pembatasan-pembatasan kontraktual, dan posisi keuangan Perseroan secara keseluruhan. Hal ini, pada akhirnya, tergantung pada beragam faktor, seperti kesuksesan penerapan strategi bisnis Perseroan, keuangan, kompetisi dan regulasi, keadaan ekonomi secara umum dan faktor-faktor lain yang lebih spesifik bagi Perseroan atau industrinya. Sebagian besar dari faktor-faktor ini berada di luar kontrol Perseroan.

Persyaratan untuk Mendistribusikan Dividen

Berdasarkan hukum Indonesia dan Anggaran Dasar Perseroan, Pemegang Saham harus menyetujui pembagian dividen pada Rapat Umum Pemegang Saham atas rekomendasi Direksi. Pemegang saham pada tanggal pencatatan yang relevan berhak menerima seluruh jumlah dividen yang disetujui, dengan dikenakan pajak penghasilan sesuai peraturan di Indonesia. Dividen yang diterima oleh pemegang saham non-Indonesia dikenai pajak penghasilan sebesar 20% di Indonesia kecuali pemegang saham tersebut menggunakan tarif berdasarkan persetujuan Penghindaran Pajak Berganda yang berlaku ("Double Taxation Avoidance Agreement - DTAA").

Pembayaran Dividen

Di bawah ini merupakan kronologis pembayaran dividen yang telah dilakukan oleh Perseroan :

Dividend Policy

The amount and payment of the dividends is recommended by the Board of Directors and will be approved by the Board of Commissioners at their discretion and will depend on a number of factors at the relevant time, including the Company's net profits, availability of reserves, capital expenditure requirements, results of operations, cash flows, the payment of cash dividends by the Company's subsidiaries, contractual restrictions and the Company's overall financial position. These, in turn, depend on a variety of factors, including successful implementation of the Company's business strategy, financial, competitive and regulatory considerations, general economic conditions and other factors that may be specific to the Company or its industry. Many of these factors are beyond the Company's control.

Requirements for Distributing Dividend

Under Indonesian law and the Company's Articles of Association, the Shareholders must approve the distribution of dividends at a general meeting of Shareholders upon the recommendation of the Board of Directors. Shareholders as at the relevant record date are entitled to receive the full amount of dividends approved, subject to any Indonesian withholding tax. Dividends received by non-Indonesian shareholders are subject to 20% withholding tax in Indonesia unless reduced under an applicable ("Double Taxation Avoidance Agreement -DTAA").

Dividend Payment

Below is a chronology of dividend payments by the Company :

Tahun Dividen Year Dividend	Tanggal Keputusan Resolution Date	Rasio Pembayaran (%)* Payments Ratio (%)*	Jumlah Dividen (Rp) Amount of Dividend (Rp)	Dividen Per Lem- bar Saham (Rp) Dividend per Share (Rp)
2015	15 April 2016 April 15, 2016	20	127.791.274.128	42
2016	21 April 2017 April 21, 2017	35	286.400.764.531	96,8
2017	15 Januari 2017** January 15, 2017**	50	149.993.552.688	50,75
	12 April 2018 April 12, 2018		353.600.564.405,76	119,64
2018	26 April 2019 April 26, 2019	60	673.864.038.321	232,40

Catatan / Note :

*Rasio pembayaran merupakan persentase laba yang dibayar ke pemegang saham sebagai dividen.

*Payments ratio is a percentage of profit which paid to the shareholders as a dividend.

**Dividen Interim

**Interim Dividend

Tata Cara Pembagian Dividen Tunai

1. Dividen tunai akan dibagikan kepada pemegang saham yang namanya tercatat dalam Daftar Pemegang Saham Perseroan ("DPS") dan/atau pada sub rekening efek di PT Kustodian Sentral Efek Indonesia ("KSEI") 8 (delapan) hari bursa setelah tanggal RUPS (*Recording Date*).
2. Bagi pemegang saham yang sahamnya dimasukkan dalam penitipan kolektif KSEI, pembayaran dividen tunai dilaksanakan melalui KSEI dan akan didistribusikan ke dalam rekening Perusahaan Efek dan/atau Bank Kustodian 30 hari kalender setelah tanggal pengumuman ringkasan risalah RUPS. Bukti pembayaran dividen tunai akan disampaikan oleh KSEI kepada pemegang saham melalui Perusahaan Efek dan/atau Bank Kustodian dimana pemegang saham membuka rekeningnya. Sedangkan bagi pemegang saham yang sahamnya tidak dimasukkan dalam penitipan kolektif KSEI maka pembayaran dividen tunai akan ditransfer ke rekening pemegang saham.
3. Dividen tunai akan dikenakan pajak sesuai dengan peraturan perundang-undangan perpajakan yang berlaku. Jumlah pajak yang dikenakan akan menjadi tanggungan pemegang saham yang bersangkutan serta dipotong dari jumlah dividen tunai yang menjadi hak pemegang saham yang bersangkutan.
4. Bagi pemegang saham yang merupakan Wajib Pajak Dalam Negeri yang berbentuk badan hukum yang belum mencantumkan Nomor Pokok Wajib Pajak ("NPWP") diminta menyampaikan NPWP kepada KSEI atau Biro Administrasi Efek ("BAE") Perseroan paling lambat saat *Recording Date*. Tanpa pencantuman NPWP, dividen tunai yang dibayarkan kepada Wajib Pajak Dalam Negeri tersebut akan dikenakan PPh sebesar 30%.
5. Bagi pemegang saham yang merupakan Wajib Pajak Luar Negeri yang pemotongan pajaknya akan menggunakan tarif berdasarkan Persetujuan Penghindaran Pajak Berganda wajib memenuhi persyaratan Pasal 26 Undang-Undang Pajak Penghasilan No. 36 Tahun 2008 tentang perubahan keempat atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan serta menyampaikan form DGT-1 atau DGT-2 yang telah dilegalisasi oleh Kantor Pelayanan Pajak Perusahaan Masuk Bursa kepada KSEI atau BAE paling lambat saat *Recording Date*, tanpa adanya dokumen dimaksud, dividen tunai yang dibayarkan akan dikenakan PPh Pasal 26 sebesar 20%.

Procedure of Cash Dividend

1. Dividend will be paid to the registered shareholder in the Company's Shareholder Register ("DPS") and/or at the sub-securities account of PT Kustodian Sentral Efek Indonesia ("KSEI") 8 (eight) exchange days after GMS date.
2. For the shareholder whose shares are kept in collective custody at KSEI, the dividend payment will be distributed by KSEI to the account of its Securities Company and or Custodian Bank on 30 (thirty) days after the announcement of summary of GMS date. The dividend payment slip will be sent by KSEI to the shareholders through its Securities Company and or Custodian Bank where the shareholder opened their account. Whereas for the shareholder whose shares are not kept in the collective custody at KSEI, the dividend payment will be transferred to the shareholder's account.
3. The dividend payment will be subject to WHT in accordance with the prevailing tax regulation. Such WHT shall be borne by the entitled shareholders and will be deducted from the total cash dividend due to the entitled shareholder.
4. For the Indonesian Entity Tax Subject that has not submitted their Tax ID, they are requested to submit it to KSEI or to the Securities Administration Bureau/PT Sharestar Indonesia ("BAE") of the Company at latest of Recording Date. In the absence of the Tax ID Number, the dividend to be paid to that Indonesian Tax Subject shall be deducted by 30% WHT.
5. For shareholders who are subject to overseas tax, whose tax tariff is in accordance with the Double Tax Treaty Agreement, they are obliged to comply with Article 26 of the Tax Law No. 36 of the Year 2008 and to submit Form DGT-1 or DGT-2 which has been legalized by the Tax Office for Listed Companies to KSEI and BAE at the latest of Recording Date, in the absence of completion of this form, the dividend will be deducted by WHT Article 26 at the rate of 20%.

Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum

Perseroan telah mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 2 Juni 2014. Sebagaimana diungkapkan dalam Prospektus penawaran umum perdana saham Perseroan yang diterbitkan pada tanggal 21 Mei 2014, seluruh saham yang ditawarkan dalam penawaran umum perdana Perseroan, adalah sebanyak 304.265.000 saham biasa atas nama dengan nilai nominal masing-masing sebesar Rp100,- yang merupakan saham Perseroan yang dimiliki oleh PT First Media Tbk (FM). Sehingga seluruh dana hasil Penawaran Umum akan diterima oleh FM selaku pemegang saham penjual dan Perseroan tidak menerima dana hasil Penawaran Umum.

Terkait dengan hal di atas, maka sebagaimana telah diungkapkan Perseroan dalam Prospektus dan surat No. SB-064/CSL/LN/IDX/VII/14 tanggal 15 Juli 2014, Perseroan tidak berkewajiban untuk melaporkan realisasi penggunaan dana kepada Otoritas Jasa Keuangan sesuai dengan Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No. 30/POJK.04/2016 tentang tentang Laporan Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum (sebelumnya Peraturan Nomor X.K.4 Lampiran Keputusan Ketua Bapepam Nomor Kep-27/PM/2003 tanggal 17 Juli 2003 tentang Laporan Realisasi Penggunaan Dana Hasil Penawaran Umum).

Realization of Fund Appropriation from the Public Offering Proceeds

The Company has listed its shares in the Indonesian Stock Exchange on 2 June 2014. As disclosed in the Initial Public Offering Prospectus that issued on 21 May 2014, total shares offered during the Company's Initial Public Offering of 304,265,000 ordinary shares with nominal value of Rp100 each belongs to PT First Media Tbk (FM). Thus, all proceeds from the Public Offering were received by FM as the selling shareholder and the Company did not receive any proceeds from the Public Offering.

In relation to the above, as disclosed in our Prospectus and Letter No. SB-064/CSL/LN/IDX/VII/14 dated July 15, 2014, the Company has no obligation to report realization of the use of proceeds to the Indonesian Financial Services Authority, in accordance with the Financial Services Authority No. 30/POJK.04/2016 regarding Realization report of Use of Proceeds from Public Offering (previously Regulation Number X.K.4 Attachment to Decision of Chairman of Bapepam Number Kep-27/PM/2003 dated July 17, 2013 regarding Realization report of Use of Proceeds from Public Offering).

ASPEK PEMASARAN

Marketing Aspect



Strategi Branding

Perseroan menyediakan produk-produknya dengan merek "First Media" untuk segmen perumahan dan "First Media Business" untuk segmen korporat yang sudah dikenal baik di Indonesia.

Perseroan bertujuan untuk menciptakan merek yang erat untuk gaya hidup bagi pelanggan perumahan dengan menyediakan layanan komunikasi dan hiburan berkualitas tinggi. Perseroan bertujuan menciptakan merek yang progresif dan inovatif yang dapat melayani kebutuhan hiburan dan teknologi masyarakat urban modern di Indonesia, dan khususnya segmen milenials.

Branding strategy

The Company provides its products under the "First Media" for residential segment and "First Media Business" for corporate segment that is wellknown in Indonesia.

The Company aims to create a total lifestyle brand for its residential customers by providing them with high-quality communication and entertainment services. The Company aims to create a progressive and innovative brand that caters to the entertainment and technology needs of Indonesia's modern urban community, and especially for milenials segment.

Strategi *branding* Perseroan difokuskan untuk mempromosikan jaringannya kepada segmen-segmen tersebut tidak hanya media tradisional tetapi khususnya memfokuskan pada media digital, *event & experiences* dan *engage* dengan komunitas setempat untuk meningkatkan visibilitas dan kesadaran akan produk Perseroan.

Harapan Perseroan adalah untuk menjadi pilihan pertama untuk layanan internet broadband berkecepatan tinggi dan media untuk mengubah kehidupan konsumen Indonesia dengan menyediakan layanan yang inovatif dan luar biasa, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan gaya hidup mereka.

Untuk mencapai tujuan ini, strategi *branding* Perseroan berfokus pada:

- **Membangun persepsi merek yang positif di pikiran masyarakat.** Perseroan memperkenalkan konsep "First Squad". Konsep ini adalah bentuk simbolik komitmen Perseroan dalam menjaga konsistensi peningkatan layanan secara komprehensif baik dalam produk maupun layanan kepada pelanggan, dimana First Squad mewakili semua fungsi di dalam Perseroan mulai dari tim *customer service*, tim Teknisi, tim *Sales*, tim Strategis, dan Manajemen. Dalam kesempatan yang sama, Perseroan juga meluncurkan kampanye #FamilyFirst, yaitu kampanye

The Company's branding strategy is focused on promoting its network to these segments not only traditional media but especially focusing on digital media, events & experiences and engaging with local communities to increase visibility and awareness of the Company's products.

The Company's desire is to be first choice for high-speed broadband and media services and to transform the lives of Indonesian consumers by providing innovative and exceptional services, catering to their needs and lifestyle.

To achieve this goal, the Company branding strategy focuses on:

- **Building positive brand image in the mind of community.** The Company introduced "First Squad" concept. This concept is a symbolic of the Company's commitment to provide consistency in maintaining comprehensive service improvement both in products and services to customers. First Squad represents all functions within the Company starting from Customer Service, Technician, Sales, Strategic, and Management. On the same occasion, the Company also launched FamilyFirst campaign, a campaign to communicate



Gelaran Acara Grand Final First Warrior
Event of the First Warrior Grand Final

dimana berdasarkan komitmen yang kuat yang diusung oleh First Squad, Perseroan ingin agar layanan yang diberikan kepada pelanggan melalui merek "First Media" dapat memberikan nilai tambah dalam menciptakan kebersamaan dan kehangatan dalam keluarga.

- **Perseroan aktif melakukan kegiatan event & experience**, sebagai langkah membangun *bond the value* antara Perseroan dengan masyarakat.
 - Menggelar aktivitas **First Squad Services Day**. Dalam hal untuk mewujudkan *value creation* First Squad, Perseroan menciptakan program First Squad Service Day secara reguler setiap minggu dalam bentuk aktivitas penjualan, pengenalan produk Perseroan, dan pelayanan purna jual di perumahan dan apartemen.
 - Menggelar acara *branding* bersama **Content Provider**
Pada tahun 2019 Perseroan melakukan kegiatan *branding* melalui kerjasama dengan HBO bertajuk *Game of Thrones Final Season Experience*. Kegiatan ini dilakukan di sejumlah Mall di kota besar di Indonesia dan *media invasion* di kantor-kantor media di Jakarta. Dan, Perseroan juga menggelar program *loyalty* yang dinamakan First Movie Club yaitu program nonton bareng bersama pelanggan setianya.

that based on the strong commitment carried out by the First Squad, the Company wants that the services provided to customers through "First Media" brand will always provide value-added in bringing togetherness and warmth to the family.

- **The company actively engages in event & experience activities**, as a step to build a bond the value between the Company and the community.
 - Organize **First Squad Services Day** activities. In order to revealed the First Squad value creation, the Company creates the First Squad Service Day program regularly every week in the form of sales activities, introduction of the Company's products, and after-sales services residential and apartments.
 - Organize a *branding* event with a **Content Provider**
In 2019 the Company conducted branding activities collaborate with HBO with branding name Game of Thrones Final Season Experience. This activity is carried out in a number of malls in major cities in Indonesia and invasion media in media offices in Jakarta. And, the Company also runs a loyalty program called First Movie Club, a program to watch together with loyal customers.



Gelaran Acara Grand Final First Warrior
Event of the First Warrior Grand Final

- **Membangun ekosistem eSports.**

Perseroan tahun ini meluncurkan First Warriors sebagai bentuk komitmen Perseroan dalam membangun ekosistem eSports di Indonesia, dan dalam upaya mengasosiasikan eSports dengan kecepatan dan kualitas *broadband* internet terbaik yang dimiliki oleh Perseroan.

Program First Warriors terdiri dari 4 (empat) konsep ekosistem yaitu : (i) audisi pencarian bakat atlet eSports di sejumlah kota besar di Indonesia. Sepanjang tahun 2019 melalui program audisi First Warriors telah menjangkau lebih dari 13.000 peserta. (ii) membentuk tim khusus atau *official* First Media yang dinamakan First Raiders yang akan berlaga di ajang lokal maupun internasional nantinya, (iii) meluncurkan *in-house channel* khusus eSports di layanan TV Kabel Perseroan dengan nama kanal First Warriors Channel (#999) dan (iv) menghadirkan paket POP Game Xpert untuk para gamers khususnya milenial, dimana paket ini terdiri *high speed internet broadband*, *high end game router* dan *best quality channels* yang di-*bundling* dengan beragam *merchandise* menarik seperti *smartphone*, *smartwatch*, dan *game voucher*.

- **Building eSports ecosystem.**

This year the company launched First Warriors as a form of the Company's commitment to building eSports ecosystem in Indonesia, and to associate eSports with the speed and quality of the best broadband internet owned by the Company.

The First Warriors program consists of 4 (four) ecosystem concepts, namely: (i) audition for talent search eSports athletes in a number of major cities in Indonesia. Throughout 2019 through the First Warriors audition program, more than 13,000 participants were recruited. (ii) form a special team or official team First Media called First Raiders who will compete in local and international events later, (iii) launch eSports *in-house channels* on the Company's Cable TV service under the name First Warriors Channel (# 999) and (iv) presenting the POP Game Xpert package for gamers especially millennials, where this package consists of high speed broadband internet, high end game routers and best quality channels that are bundled with a variety of attractive merchandise such as smartphones, smartwatches, and game vouchers.



Gelaran Acara Grand Final First Warrior
Event of the First Warrior Grand Final

- Menggelar Seminar dan Business Gathering.**
Untuk menjangkau segmen korporat, Perseroan dengan merek dagang First Media Business juga aktif menggelar seminar teknologi dan *business gathering* untuk memperkenalkan keberadaan layanan Perseroan dalam upaya mendukung pertumbuhan Ekonomi digital dan Industri 4.0.
- Terus memimpin dalam inovasi produk**
Di pasar internet *broadband*, Perseroan berupaya mempertahankan kepemimpinannya dengan terus menyediakan jaringan berkecepatan tinggi guna memenuhi permintaan akan akses yang dapat diandalkan terhadap *data-heavy content* melalui internet.
- Aliansi strategis dengan merek-merek terkemuka**
Perseroan saat ini memiliki kerjasama pemasaran dengan beberapa perusahaan lokal dan multinasional yang terkemuka untuk meningkatkan penjualan dan pengetahuan akan produknya diantaranya perbankan, produk ritel, serta *e-commerce*.
- Organize a Seminar and Business Gathering.**
To reach the corporate segment, the Company with the trademark First Media Business also actively holds technology seminars and business gatherings to introduce the existence of the Company's services in an effort to support the growth of the Digital Economy and Industry 4.0.
- Continuing to lead in product innovation**
In the broadband market, the Company intends to maintain its leadership by continuing to provide a high-speed network of scale in order to satisfy the growing demand for reliable access to data-heavy content through the internet.
- Strategic alliances with leading brands**
The Company has ongoing marketing arrangements with several leading multinational and local companies to increase sales and awareness of its products; such as banking, retail products, also e-commerce.

PREFACE	Ikhtisar Kinerja Keuangan & Performa Usaha
FINANCIAL & PERFORMANCE REPORT HIGHLIGHT	Laporan Manajemen
MANAGEMENT REPORT	Profil Perusahaan
COMPANY PROFILE	Analisa Dan Pembahasan Manajemen
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS	CORPORATE GOVERNANCE
	Tata Kelola Perusahaan
	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
CROSS REFERENCES	
SEOJK 30-2016	
Referensi Silang	
SEOJK 30-2016	



Strategi Pemasaran

Target utama konsumen Perseroan adalah rumah tangga golongan atas dan golongan menengah.

Perseroan berfokus pada inovasi produk sejalan dengan tren konsumen sebagai sarana utama untuk meningkatkan pendapatan Perseroan baik dari pelanggan baru maupun pelanggan yang sudah ada.

Adapun strategi pemasaran Perseroan di tahun 2019 untuk meningkatkan akuisisi pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada adalah :

Marketing strategy

The Company's core target consumer base comprises upper and middle Households.

The Company focuses on product innovation in line with consumer trends as the main means of increasing the Company's revenue from both new and existing customers.

The Company's marketing strategy in 2019 to increase acquisition of new customers and retain existing customers is:

- **Menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan**

Perseroan menawarkan berbagai pilihan paket *Combo* (layanan TV Kabel dan Internet). Perseroan meyakini bahwa kemampuan untuk menawarkan rangkaian paket *bundling* yang atraktif dan dengan harga yang bersaing kepada pelanggan, dapat berkontribusi untuk meningkatkan daya saing dan pangsa pasar Perseroan.

- **Menyediakan layanan *one-stop-entertainment* untuk keluarga**

Perseroan menyediakan layanan terpadu melalui (i) Layanan TV Kabel dengan SmartBox X1 disertai fitur *Video Streaming*, *catch-up TV*, *timeshift*, *PVR*, dan menikmati konten TV dengan kualitas *High Definition* dan 4K; (ii) layanan OTT melalui aplikasi FirstMediaX, HBO Go, HOOQ, CatchPlay yang adalah aplikasi hasil kolaborasi dengan mitra strategis.

- **Providing products and services that are in accordance with customer preferences and needs**

The company offers a variety of *Combo* packages (Cable TV and Internet services). The Company believes that the ability to offer attractive *bundling* packages and at competitive prices to customers can contribute to increasing the competitiveness and market share of the Company;

- **Provide one-stop-entertainment service for family**

The Company provide an integrated services through (i) Cable TV Services with SmartBox X1 with Video Streaming, TV catch-up, timeshift, PVR, and enjoying High Definition and 4K TV content; (ii) OTT services through the FirstMediaX, HBO Go, HOOQ, CatchPlay applications which are applications in collaboration with strategic partners.;

- **Layanan TV Kabel yang dinikmati tidak lagi terbatas dalam satu ruangan**

Perseroan menyediakan tambahan *set-top-box* atau *dual tuner set-top-box* agar Pelanggan dapat menikmati layanan TV Kabel tidak lagi terbatas dalam satu ruangan, tetapi pelanggan dapat menonton kanal TV kabel yang berbeda di berbagai ruangan di dalam rumah.

- **Program loyalitas Pelanggan**

Perseroan juga terus mengkomunikasikan program loyalitas pelanggan, yaitu program FirstRewards, dimana pelanggan akan disegmentasi menjadi beberapa tipe membership yaitu Diamond, Ruby, Emerald, Sapphire sesuai dengan masa waktu berlangganan dan ARPU pelanggan. Setiap *membership* akan mendapatkan First Club, *First Privilege* dan *Priority Service*, dimana *rewards* tersebut dapat diklaim langsung melalui aplikasi MyFirstMedia, yang dapat diakses menggunakan "First ID" atau nomor telepon.

Untuk meningkatkan serta membangun keberlanjutan program loyalitas, Perseroan menciptakan program *Flash Reward* yang diadakan secara musiman kepada seluruh pelanggan setia Perseroan dengan membagikan berbagai hadiah menarik, salah satunya tiket perjalanan luar negeri untuk 1 (satu) keluarga.

- **Meningkatkan kualitas layanan pelanggan secara berkelanjutan**

Untuk semakin mempermudah interaksi dengan pelanggan, Perseroan menyediakan beberapa kanal digital, yaitu aplikasi MyFirstMedia, portal web cek.firstmedia.com, dan "FIA" (*FirstMedia Intelligent Assistant*), kanal digital dalam bentuk What'sApp chatbot. Dengan kanal digital tersebut pelanggan dapat melakukan cek status tagihan dan pembayaran First Media, cek status jaringan, melakukan *self-troubleshooting* dan membuat permohonan tiket ke *Customer Service* secara instan dan mudah.

- **Menciptakan layanan solusi TIK Korporat secara terpadu.**

Strategi pemasaran Perseroan untuk segmen korporat dengan merek dagang First Media Business adalah tidak hanya menawarkan layanan konektivitas internet *broadband* berkualitas tinggi tetapi juga telah dilengkapi dengan beberapa solusi TIK sesuai dengan kebutuhan pelanggan, yaitu diantaranya *data center*, *cloud services*, dan *managed services*. Layanan terpadu ini diciptakan oleh Perseroan untuk mendorong percepatan transformasi digital Perusahaan, sehingga pelanggan dapat merasakan akselerasi pertumbuhan bisnis yang lebih baik, dan sekaligus menjaga efisiensi operasional usaha.

- **Cable TV consumption no longer being restricted to one room**

The Company provides additional set-top-box or dual set-top-box tuners so that Customers can enjoy Cable TV services no longer limited to one room, but customers can watch different cable TV channels in various rooms in the house.

- **Customer Loyalty Program**

The Company also continues to communicate the customer loyalty program, the FirstRewards program, where customers will be segmented into several types of membership, namely Diamond, Ruby, Emerald, Sapphire according to the subscription period and customer ARPU. Each membership will get First Club, First Privilege and Priority Service, where rewards can be claimed directly through the MyFirstMedia application, which can be accessed using "First ID" or telephone number.

To improve and build the sustainability of the loyalty program, the Company created a Flash Reward program that is held seasonally to all loyal customers of the Company by distributing various attractive prizes, one of which is an overseas travel ticket for 1 (one) family.

- **Improve the sustainable quality of customer service:**

To further facilitate interaction with customers, the Company provides several digital channels, namely the MyFirstMedia application, the web portal cek.firstmedia.com, and "FIA" (*FirstMedia Intelligent Assistant*), digital channels in the form of What's Chat chat. With this digital channel, customers can check billing status and First Media payments, check network status, do self-troubleshooting and make ticket requests to Customer Service instantly and easily.

- **Creating integrated Corporate ICT solution services**

The Company's marketing strategy for the corporate segment with the trademark First Media Business is not only offering high-quality broadband internet connectivity services but also has been augmented with several ICT solutions according to customer needs, including data centers, cloud services and managed services. This integrated service was created by the Company to boost the acceleration of the Company's digital transformation, so the customers can experience better business growth acceleration, while simultaneously maintaining business operational efficiency.



THE FIRST ESPORTS AUDITION IN INDONESIA



SOLO EDITION

FREE FIRE

TOTAL PRIZEPOOL
Rp **1.300.000.000***

+ 1 UNIT
RENAULT KWID CLIMBER



FREE REGISTRATION:

FIRSTWARRIORS.ID

#PLAYFORGREATNESS #JADILAHYANGPERTAMA

SPONSORED BY:



RENAULT

OPTIK MELAWAI

ULTRA MILK

Adventures CHICKEN

ANITE

CAFFINO

CISCO

ARYADUTA

LIPPONWELL

D-Link

PT. LINK NET TBK

PT. LINK NET TBK

ORGANIZED BY:

YAMISOK

OFFICIAL PARTNERS:

Garena IESPA

MEDIA PARTNERS:

BERITA SATU

*All prizes included exclusive contract for 2 teams for 1 year

VISIT, LIKE/SUBSCRIBE, AND SHARE

firstmedia.com/FirstWarriorsID @FirstWarriorsID First Warriors Indonesia



Tenaga Penjual

Perseroan mempunyai berbagai tenaga penjual berdasarkan tipe calon pelanggan atau pelanggannya yaitu :

- **Segmen Perumahan:** Agen penjualan yang melakukan penjualan *door-to-door*, serta agen *outbound* yang melakukan penjualan melalui telemarketing.
- **Segmen Kondominium dan apartemen:** manajer pengembangan bisnis dan account manager yang melakukan penjualan untuk *multi-dwelling* unit berinteraksi langsung dengan pengelola unit (*building management*).
- **Segmen Korporasi:** tenaga penjual yang melakukan penjualan serta mengelola hubungan dengan pelanggan Korporat dari berbagai industri.

Pelatihan dan retensi tenaga penjualan

Perseroan berfokus untuk memiliki tenaga penjualan yang produktif dan yang didedikasikan untuk penjualan residensial dan korporasi melalui rekrutmen dan retensi tenaga penjualan yang efektif. Hal ini bertujuan untuk menarik dan merekrut tenaga penjualan terbaik dengan memilah para pelamar melalui agen perekrutan profesional dan berinvestasi dalam pelatihan staf. Tenaga penjualan juga diberikan pelatihan yang berkelanjutan saat Perseroan merilis produk baru dari waktu ke waktu. Perseroan berusaha untuk mempertahankan staf yang memiliki kinerja terbaik dengan membayar komisi individual berdasarkan jumlah pelanggan baru yang diperoleh oleh masing-masing anggota staf. Perseroan juga memiliki langkah-langkah lain untuk memberikan penghargaan kepada staf penjualan yang terbaik, seperti peningkatan karir dan peningkatan remunerasi.

Siklus Pelanggan

Perseroan memiliki strategi penjualan yang disesuaikan untuk menangani setiap tahapan siklus pelanggan.

1. Tahap Pertama : Akuisisi

Pada tahap pertama siklus pelanggan ini, Perseroan melakukan kontak awal dengan calon pelanggan potensial melalui inisiatif berikut :

- Strategi perluasan jaringan: sebagai bagian dari perluasan jaringan ke wilayah baru, Perseroan melakukan *micro-marketing* dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran terhadap merek dan produk First Media kepada masyarakat sekitar.
- Proses *Remarketing* akan dilakukan dengan meninjau kembali wilayah-wilayah tertentu yang dinilai masih rendah penetrasinya, dan diberikan program penawaran khusus sesuai dengan kebutuhan perilaku calon pelanggan di area tersebut.

Sales Force

The Company has various salespeople based on the type of prospective customer or current customer, such as :

- **Residential Segment** direct sales agents who conduct sales door-to-door and on the road, and outbound agents who conduct sales through telemarketing.
- **Condominium and apartment segments:** business development managers and account managers who conduct sales for multi-dwelling units interact directly with the unit manager (*building management*).
- **Coporate Segment:** commercial sales who manage the Company's relationships with enterprise clients.

Training and retention of sales force

The Company focuses on having a productive and dedicated sales force for residential and enterprise sales through effective sales force recruitment and retention of staff. It seeks to attract and recruit the best sales force staff by screening applicants through professional recruiting agencies and investing in staff training. Sales forces are also given ongoing training as the Company releases new products over time. The Company seeks to retain its top performing staff by paying individual commissions based on the number of new customers acquired by the respective staff member. The Company also has other measures in place to recognise its top-performing sales force staff, such as career advancement and improved remuneration.

Customer Lifecycle

The Company has a tailored sales strategy that addresses each stage of the customer lifecycle.

1. Phase One: Acquisition

In the first phase of the customer lifecycle, the Company makes initial contact with potential customers through the following initiatives:

- New rollout strategy: as part of its Network rollout into new areas, the Company engages in micro-marketing with the aim of growing awareness of the First Media branding and product to the residents in the community.
- Remarketing process will be carried out by reviewing certain areas that are considered to be still low in penetration, and given a special offer program in accordance with the behavioral needs of prospective customers in the area.

2. Tahap Kedua : Membangun Loyalitas

Perseroan membangun loyalitas dengan cara melakukan *welcoming call* kepada pelanggan baru, mengedukasi pelanggan terkait produk dan layanan tambahan yang tersedia melalui berbagai medium, melakukan survei pelanggan secara berkala, dan memberikan program-program *loyalty* yang menarik.

3. Tahap Ketiga : Pengoptimalan

Pada tahap ketiga dari siklus pelanggan, Perseroan berusaha untuk meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menikmati layanan yang diberikan dengan memberikan penawaran paket tambahan atau *upgrade* ke paket yang lebih tinggi; dengan demikian, Perseroan juga dapat mengoptimalkan pendapatan yang dapat dicapai dari pelanggan.

4. Tahap Keempat : Retensi

Pada tahap keempat dari siklus pelanggan, Perseroan bertujuan untuk mempertahankan pelanggannya dengan cara melakukan segmentasi pelanggan dan diberikan program retensi kepada pelanggan yang diduga mempunyai risiko *churn*.

2. Phase Two : Build Loyalty

The Company builds loyalty by conducting welcoming calls to new customers, educating customers about additional products and services available through various media, conducting regular customer surveys, and providing attractive loyalty programs.

3. Phase Three : Optimisation

In the third phase of the customer lifecycle, the Company seeks to improve customer experience in enjoying the services provided by offering add-on packages or upgrading to higher packages; therefore, the Company also can optimize revenue it can achieve from customers through a portfolio growth strategy involving upselling initiatives.

4. Phase Four : Retention

In the fourth stage of the customer cycle, the Company aims to retain its customers by segmenting customers and providing a retention program to customers who are suspected of having churn risk.



FiRST
MEDIA

TV BILL TV PACKAGE
TROUBLESHOOTING CHANNEL LIST
MY SUBSCRIPTION MY CASE
FiRST Rewards
LOYALTY PROGRAMS ACCOUNT HISTORY
DEVICE MANAGER STREAM MANAGER

my FiRST
MEDIA

UNTUK SOLUSI LEBIH CEPAT

DOWNLOAD APLIKASI MY FIRSTMEDIA SEKARANG!

Download on the App Store GET IT ON Google play

CUSTOMER SERVICE 1500 595

family first

LAYANAN PELANGGAN

Customer Service

Tujuan utama dari tim layanan pelanggan Perseroan adalah dengan menawarkan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan sambil terus mempertahankan efisiensi operasional dan efektivitas biaya. Perseroan berusaha meningkatkan sumber pendapatan melalui penjualan paket tingkat atas dan menjual produk tambahan/*add-on* dengan mengubah interaksi pelanggan menjadi peluang untuk penjualan dan retensinya. Perseroan percaya bahwa melalui usaha tersebut dapat memaksimalkan sumber daya dalam mencapai penjualan tinggi untuk produk *bundle* dan mempertahankan tingkat *churn* yang rendah.

Perseroan menyediakan 24 jam, 7 hari dalam satu minggu layanan *Contact Center* untuk pelanggan dan menangani permintaan dan pertanyaan mengenai layanan dan produk Perseroan. Pelanggan juga dapat berinteraksi dengan Perseroan melalui aplikasi MyFirst Media Apps, *web page* cek.firstmedia.com, layanan *self service* dengan sistem *interactive voice response* ("IVR"), Whatsapp ChatBot email, situs web Perseroan, Facebook dan Twitter. Pemantauan layanan dilakukan setiap hari guna memastikan ketepatan waktu respon untuk pelanggan. Sebagian besar panggilan yang masuk ke tim *Contact Center* dapat ditangani langsung, akan tetapi apabila terdapat masalah teknis yang memerlukan penyelesaian yang lebih rumit, panggilan tersebut akan di eskalasikan ke tim *technical support* untuk tindakan lebih lanjut. Apabila tim *technical support* tidak dapat menyelesaikan melalui sambungan telepon, tim teknisi di lapangan akan mengunjungi lokasi pelanggan.

Untuk memastikan layanan pelanggan selalu konsisten dan berkualitas tinggi, Perseroan melakukan proses sebagai berikut :

- Menyambut panggilan melalui berbagai kanal interaksi yaitu melalui telepon, *email*, surat menyurat, media sosial seperti Facebook, Twitter, web form, My Firstmedia Mobile Apps dan memastikan semua permintaan dan pertanyaan pelanggan dapat ditangani dengan baik;
- Mengirimkan email kepada pelanggan baru untuk memastikan standar kualitas tercapai mulai dari penawaran layanan sampai selesai instalasi *onsite* di tempat pelanggan;
- Pasca kunjungan, panggilan telepon akan dilakukan secara *sampling* untuk memastikan bahwa kebutuhan pelanggan telah terpenuhi dan setiap gangguan layanan sepenuhnya diselesaikan; dan
- Penelaahan berkala kontrak pelanggan dan tren keluhan pelanggan, yang memungkinkan Perseroan untuk merancang inisiatif layanan untuk perbaikan masa depan.

The primary goal of the Company's customer service team is to offer customers a high quality service while maintaining operational efficiency and cost effectiveness. The Company seeks to enhance its sources of revenue by upselling higher tier packages and selling add-on products by turning customer interactions into opportunities for sales and retention. The Company believes that through these efforts it is able to maximise resources to achieve high sales of bundled products and maintain low churn rates.

The Company provides 24 hours, 7 days a week Contact Center support to its customers and addresses all requests and queries regarding the Company's services and products. Customers can also reach the Company through My First Media Apps, web page cek.firstmedia.com, self service with interactive voice response ("IVR") system, Whatsapp ChatBot, email, website, Facebook and Twitter. Monitoring of service levels is performed daily to ensure the utmost timeliness to respond customer's queries. Most calls to the Company's contact centers can be resolved by the Contact Center team, but where a technical problem requires more complex troubleshooting, the call is escalated to the technical support team for further action. If at this stage the technical problem cannot be resolved over the telephone, technical field team will visit the customer's premises.

To ensure that customers receive consistent and high quality services, the Company implements following processes:

- Responding through various interaction channels including phone calls, emails, lettering, social media such as Facebook, Twitter, web form, My Firstmedia Mobile Apps and ensure all requests and queries are handled properly;
- Sending a welcome email to new customers to ensure standard quality is met starting from services delivery until the onsite installation at the customers' places.
- After a service visit, a phone call is conducted in sampling to ensure that customers' need have been met and service disruption has been fully resolved; and
- Periodic reviews on customers' contract and on customers' complaints, which would help the Company to design initiative services for improvement.



Ilustrasi foto Perseroan melayani pelanggan.
Photo illustration The Company serves customers.

Perseroan mengoperasikan dua layanan *Contact Center* yang berlokasi di Tangerang dan Surabaya yang dilengkapi oleh sistem respon suara interaktif baik dalam Bahasa Inggris maupun Bahasa Indonesia. Semua agen layanan pelanggan mendapatkan pelatihan *soft skill* secara reguler dan pelatihan untuk melakukan penawaran maupun kampanye produk baru. Perseroan menawarkan layanan premium untuk pelanggan terpilih dengan paket ARPU yang tinggi, yang menawarkan pelayanan *one-stop service*, jaminan prioritas untuk kunjungan teknisi dan pemantauan secara komprehensif pasca penyelesaian perbaikan untuk setiap masalah layanan. Perseroan juga menggunakan pemantauan *node-by-node* untuk mengawasi kualitas layanan *broadband*, menerapkan tindakan pencegahan untuk menghindari gangguan layanan atau fluktuasi kualitas dan identifikasi area layanan untuk peningkatan penjualan dan pemasaran kembali yang ditargetkan berdasarkan pola penggunaan data.

Pelanggan selain dilayani oleh tim *Contact Center*, dapat juga menggunakan layanan *self service* yang disediakan oleh Perseroan untuk mengecek status tagihan dan status jaringan. Layanan *self service* tersebut adalah sistem respon suara interaktif (IVR), *webpage* cek.firstmedia.com, My Firstmedia apps dan WhatsApp ChatBot +62 21 25596006.

Perseroan juga menyediakan layanan bantuan pemasangan dan teknikal untuk pelanggan. Tim pemasangan jaringan bertanggung jawab untuk menyediakan layanan jaringan *last mile* kepada pelanggan. Bantuan tersebut mencakup layanan pemasangan, panggilan bantuan layanan dan kunjungan untuk menyelesaikan masalah pelanggan.

The Company operates two Customer Contact centers which located in Tangerang and Surabaya that are equipped with an interactive voice response system with both English and Bahasa capabilities. All of the Company's customer service agents are regularly trained in soft skills and on new product offerings and campaigns. The Company offers a premium service line for selected high revenue-ARPU customers, which offers one-stop service delivery, guaranteed priority for onsite visits and a comprehensive post resolution monitoring of any service issues. The Company also utilises node-by-node monitoring to monitor broadband service quality, implement preventive actions to avoid service disruptions or quality fluctuations and identify coverage areas for targeted upselling and remarketing based on data usage patterns.

The Customer besides served by Contact Center team, can also use self service provided by the Company to check the billing dan network status. The self service services include Interactive Voice Response (IVR) system, *webpage* cek.firstmedia.com, My Firstmedia Apps, and WhatsApp ChatBot +62 21 25596006.

The Company also provides installation and technical service support to customers. The Network installation team is responsible for providing last mile Network support to customers. This support includes installation services, servicing calls and troubleshooting visits.

PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016

INFRASTRUKTUR TEKNOLOGI INFORMASI

Information Technology Infrastructure



Platform IT

Perseroan memilih setiap *Platform IT* berdasarkan kinerja, keandalan dan skalabilitasnya. Sistem IT yang digunakan mencakup area fungsional sebagai berikut:

- Sistem pendukung interaksi: interaksi dan komunikasi pelanggan, termasuk sistem pendukung *contact center* untuk pelanggan, unit tanggapan suara interaktif, berbagai situs web dan portal;
- Sistem pendukung bisnis: pengelolaan hubungan dengan pelanggan, pengelolaan pesanan, pengelolaan permasalahan, tagihan, antisipasi penipuan, jaminan kepastian pendapatan, tagihan interkoneksi dan rekonsiliasi, pengelolaan pengujian dan tingkat layanan;
- Sistem pendukung operasional: penyediaan, inventaris jaringan, jaminan kepastian layanan, pengumpulan lalu lintas data dan sistem penyelesaian jaringan, perencanaan jaringan, pengelolaan tenaga kerja dan tempat kerja;
- Sistem pendukung pengambilan keputusan: pengumpulan data, penggalan data dan sistem laporan bisnis;
- Sistem perencanaan sumber daya perusahaan: proses pendukung internal seperti buku besar, keuangan dan pengelolaan sumber daya manusia; dan
- Layanan infrastruktur IT : otomatisasi kantor, komunikasi, *intranet*, jaringan IP internal, aplikasi dan *database hosting* dan penyimpanan;

IT Platforms

The Company's IT platforms were selected for their performance, reliability and scalability. The IT systems cover the following functional areas:

- Interaction support systems: customer contact and interaction, including customer contact center support systems, interactive voice response units, various websites and portals;
- Business support systems: customer relationship management, order management, trouble ticketing, billing, fraud management, revenue assurance, interconnection billing and reconciliation, commissioning and service level agreement management;
- Operations support systems: provisioning, network inventory, service assurance, traffic data collection and network mediation systems, network planning, workforce management and project management;
- Decision support systems: data warehousing, data mining and business reporting systems;
- Enterprise resource planning systems: supporting internal processes such as general ledger, treasury and human resource management; and
- IT infrastructure services: office automation, communications, intranet, internal IP networking, application and database hosting and storage.

Perseroan menggunakan sistem ERP (*enterprise resource planning*) yang mumpuni sebagai sistem perencanaan sumber daya perusahaan. Sistem ini memungkinkan Perseroan untuk mengotomatisasi seluruh proses pengadaan sampai dengan siklus pembayarannya dimana sistem ini dapat menangani seluruh kebutuhan pembayaran sembari menyesuaikan terhadap pemenuhan bisnis dan persyaratan pada setiap tahapan proses pengadaan barang, mulai dari permintaan untuk pengadaan, pembelian dan pembayaran.

Perseroan juga menggunakan sistem yang cerdas dan mumpuni untuk sistem layanan bisnis, pengelolaan pelanggan, pengelolaan tagihan, pengelolaan pesanan, pengelolaan pengumpulan tagihan, pengelolaan *homes passed*, *provisioning*, pengelolaan produk, dan tenaga kerja. Perseroan juga memiliki aplikasi yang dikembangkan sendiri untuk mendukung beberapa proses dan sistem operasional utama, termasuk pemetaan pelanggan, pengelolaan informasi sumber daya manusia dan upah.

Infrastruktur dan sistem IT Perseroan mengalami peningkatan dari waktu ke waktu untuk mendukung layanan dan produk yang disediakan oleh Perseroan, untuk meningkatkan fungsionalitas dan proses kerja (baik untuk pelanggan maupun internal) dan untuk memperkenalkan kemampuan teknis yang terbaru.

Perlindungan Data

Undang-undang perlindungan data mengatur penggunaan data Perseroan yang dikumpulkan dari pelanggan. Undang-undang ini mengatur cara pengumpulan, penggunaan dan perlindungan data pribadi. Perseroan dianggap sebagai “pengguna data” saat mengumpulkan informasi mengenai pelanggannya dan tidak dapat menggunakan data pribadi ini untuk tujuan pemasaran langsung kecuali jika ada persyaratan tertentu yang telah dipatuhi, termasuk pelanggan yang memberikan persetujuannya kepada Perseroan untuk menggunakan datanya untuk tujuan tersebut. Perseroan saat ini telah memiliki sistem yang mensyaratkan siapapun yang mengendalikan pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan atau penggunaan data untuk memenuhi kewajiban penyimpanan data yang dipersyaratkan Perseroan.

Pusat Pemulihan Bencana

Pusat pemulihan bencana yang dimiliki Perseroan berfungsi penuh secara mandiri dan memiliki perangkat *hardware* dan *software* yang telah diduplikasi sebagai *backup*. Hal ini memungkinkan Perseroan untuk menggunakan pusat pemulihan bencana dan tetap beroperasi dalam hal terjadi kejadian atau gangguan yang signifikan terhadap infrastruktur jaringan yang ada. Mengingat posisi geografis Indonesia yang rentan mengalami gempa bumi, Perseroan memiliki pandangan bahwa pengelolaan dan strategi untuk pemulihan bencana merupakan komponen penting dari keseluruhan manajemen risiko.

Jaringan IP sepenuhnya Perseroan seluruhnya *redundant*, dengan duplikasi terhadap *hardware* dan *software* Perseroan melalui jaringan *Dense Wavelength Division Multiplexing* (DWDM) dan pusat pemulihan bencana untuk *head-end* TV mampu menyediakan sekitar 75% dari total kanal yang disiarkan.

The Company uses competent ERP system (*enterprise resource planning*) as its enterprise resource planning system. This system enables the Company to automate the entire procurement-topay cycle by handling all of its purchasing needs while adapting to business and compliance requirements at every step of the procurement process, from requesting to sourcing, purchase and payment.

The Company also use the intelligent and competent system for business service systems, covering customer management, billing management, order management, collection management, homes passed management, provisioning, product management, and workforce management. The Company has developed in-house applications to support several key operational processes and systems, including customer tracking, human resources information management and payroll.

The Company's IT infrastructure and systems undergo enhancements from time to time to support the services and products it provides, to improve functionality and working processes (both customer-facing and internal) and to introduce new technical capabilities.

Data Protection

Data protection laws govern the Company's use of data that it gathers from customers. These laws govern the manner of collection, use and security of personal data. The Company is considered to be a “data user” when it collects information on its customers and it cannot use this personal data for direct marketing purposes unless certain requirements have been complied with, including the customer giving its consent for the Company to use its data for these purposes. The Company has systems in place to require any person who controls the collection, holding, processing or use of data comply with the Company's statutory obligations in respect of data protection.

Disaster Recovery Center

The Company's disaster recovery center is fully functional on a standalone basis and has a duplicate set up of the Company's hardware and software. This would allow the Company to switch over to the disaster recovery center and continue to operate in the event of any significant disruption to its existing Network infrastructure. Given its geographic location, Indonesia is prone to earthquakes, and adequate disaster recovery management strategies are viewed by the Company as a key component of overall risk management.

The IP core network is fully redundant, with a full duplicate set up of the Company's hardware and software through a dense wavelength division multiplexing (DWDM) network and the TV headend disaster recovery center is able to provide approximately 75% of the total broadcast channels.



Pengelolaan Tagihan dan Pembayaran

Perseroan mengelola operasional tagihan secara internal. Perseroan menggunakan sistem manajemen pelanggan yang cerdas dan mumpuni untuk mengelola tagihan pelanggan perumahan. Pelanggan ditempatkan pada salah satu dari empat siklus tanggal tagihan bulanan yang berbeda-beda, yang memungkinkan Perseroan untuk mendistribusikan tagihan dan perhitungan setiap waktu sepanjang bulan tersebut. Perseroan meyakini bahwa sistem ini membantu untuk memastikan penagihan rekening yang akurat dan tepat waktu, dan memfasilitasi distribusi arus kas.

Perseroan melakukan penagihan kepada pelanggan melalui tagihan elektronik dan/atau tagihan tradisional yang dicetak dengan menggunakan kertas. Setiap bulannya tagihan dikirimkan melalui email kepada pelanggan yang memilih cara penagihan dengan menggunakan tagihan elektronik dan yang lainnya melalui pos/kurir. Pelanggan yang memilih cara penagihan tradisional yang dicetak dengan menggunakan kertas dan yang dikirimkan lewat pos/kurir dikenakan sejumlah biaya untuk pemrosesan. Tagihan elektronik lebih efisien untuk operasionalnya dan juga lebih menghemat biaya bagi Perseroan.

Billing and Credit Management

The Company manages its billing operations internally. It uses the intelligent and competent customer management system to manage its residential customer base. It places customers on one of four billing cycles with four different monthly billing dates, which enables the Company to distribute billing and accounting work throughout the month. The Company believes that this system helps to ensure accurate and timely billing of accounts and facilitate cash flow distribution.

The Company bills its customers by means of electronic billing and/or more traditional paper billing. Each month a bill is sent to customers by email to customers who have opted into electronic billing and otherwise by post. Customers who have opted for traditional billing by printed copy and postal delivery are charged a nominal processing fee. Electronic billing has resulted in more efficient billing operations as well as cost savings for the Company.

PREFACE	Pendahuluan
FINANCIAL & PERFORMANCE HIGHLIGHT	Ikhtisar Kinerja Keuangan & Performa Usaha
MANAGEMENT REPORT	Laporan Manajemen
COMPANY PROFILE	Profil Perusahaan
MANAGEMENT DISCUSSION AND ANALYSIS	Analisa Dan Pembahasan Manajemen
CORPORATE GOVERNANCE	Tata Kelola Perusahaan
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY	Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
CROSS REFERENCES	SEJK 30-2016 Referensi Silang SEJK 30-2016

Terkait cara pembayaran, pelanggan memiliki pilihan pembayaran tagihan melalui *transfer* bank atau kartu kredit. Perseroan memiliki kerjasama dengan berbagai institusi perbankan terkemuka di Indonesia, yang memungkinkan pelanggan membayar tagihan melalui transfer secara *online*, debit, ATM atau kartu kredit. Perseroan juga menjalin kerjasama dengan berbagai toko ritel yang memungkinkan pelanggan untuk membayar tagihannya di kasir toko. Dan yang terakhir, pelanggan dapat membayar tagihannya melalui *mobile application* yang dikelola oleh Perseroan, yang diluncurkan pada tahun 2017.

Perseroan memiliki departemen *collection* yang bertanggung jawab untuk memastikan penerimaan pembayaran tepat pada waktunya. Departemen ini bertanggung jawab untuk mengingatkan kepada pelanggan untuk melakukan pembayaran tagihan yang tertunggak melalui telepon, pesan teks dan surat pemberitahuan dan permintaan pembayaran. Pelanggan yang gagal melakukan pembayaran tagihannya setelah diberi peringatan beberapa kali, maka layanannya akan diputus oleh Perseroan. Meskipun layanannya diputus, tim retensi dari Perseroan akan menghubungi pelanggan tersebut untuk meyakinkannya untuk membuat perjanjian berlangganan baru.

Pelanggan korporasi ditagih sesuai dengan ketentuan pada perjanjian layanannya masing-masing. Departemen *collection* bekerja sama dengan masing-masing *account executive* dari divisi sales untuk memastikan kepuasan pelanggan dan mendapatkan pembayaran yang tepat waktu dari pelanggan korporasi.

Pengelolaan Kecurangan (Fraud)

Potensi terjadinya kecurangan eksternal terhadap infrastruktur jaringan Perseroan dapat dibatasi mengingat Perseroan mencatat seluruh data terkait *homes passed*-nya. Selain itu, Perseroan telah mengembangkan mekanisme pengelolaan kecurangan yang dapat mendeteksi dan mencegah terjadinya kecurangan:

- Pengamanan sistem IT dan akses sistem: pengelolaan standar *user ID* dan pemetaan audit, serta sistem keamanan *firewall* yang diterapkan untuk mencegah akses yang tidak diperbolehkan ke sistem Perseroan; dan
- Pengendalian internal: mekanisme pengendalian internal diterapkan pada seluruh proses yang ada di Perseroan dan dijaga sepanjang jangka waktu keberlangganan pelanggan. Termasuk juga *screening* secara acak untuk pelanggan baru, memeriksa apakah pelanggan perumahan cenderung menggunakan produk dan layanan Perseroan untuk tujuan komersial (dan bukan untuk penggunaan sendiri) dan pengecekan setelah instalasi untuk memastikan bahwa tidak ada layanan di luar standar yang dilakukan oleh *sales* atau adanya pemberian uang tunai kepada teknisi pada saat instalasi. Perseroan juga meninjau rekaman telepon pelanggan untuk memeriksa bahwa tidak ada informasi yang menyesatkan kepada pelanggan dari perwakilan Perseroan dan semua masalah pelanggan dapat diselesaikan secara memuaskan.

In terms of payment option, customers have the option of paying their bills via bank transfer or credit card. The Company also has arrangements with several of Indonesia's leading banking institutions, which allow customers to pay their bills through online transfers, direct debit, banks' automatic teller machines or credit cards. The Company also maintains alliances with several retail stores that allow customers to pay their bills at the cashier in participating stores. Finally, customers can pay their bills through the Company's account management mobile application, which was launched in 2017.

The Company has a collection department which is responsible for ensuring timely collection of its receivables. This team is responsible for sending out reminders to customers to pay their outstanding bills through direct calling, text messaging and issuing notices and letters of demand. Customers who fail to settle their outstanding bills after several reminders will have their accounts temporarily disconnected. Even after service to a customer has been disconnected, the Company's retention team will contact the former customer to try to persuade him or her to enter into a new subscription contract.

Enterprise clients are billed in accordance with the terms of their service agreement. The collection department works closely with account executives from the sales division to ensure customer satisfaction and to procure timely payment by these high-value customers.

Fraud Management

The potential for external fraud is limited due to the nature of the Company's Network infrastructure – the Network consists of fixed fibre and cable infrastructure and the Company keeps a record of all homes passed. Nevertheless, the Company has developed the following robust fraud management mechanisms to detect and prevent potential frauds:

- IT system security and systems access security: standard *user ID* management and audit trails, as well as a firewall security system, are implemented to prevent unauthorised access to the Company's systems; and
- Internal control: internal control mechanisms are implemented in all of the Company's processes and are maintained throughout the term of each customer's contract. These include random screening of all new customers, checks at the time of installation to assess whether a residential customer is likely to use the Company's products and services for commercial purposes (and not for domestic personal use) and post-installation checks to confirm that there have not been any offers of non-standard services by sales staff or cash gifts given to technicians at the time of installation. The Company also reviews recordings of customer service calls to check that misleading information is not given to customers by its service representatives and that all customer service issues are resolved in a satisfactory manner.

DAMPAK PERUBAHAN PERATURAN TERHADAP PERSEROAN

Impact of Regulatory Changes to The Company

Dalam menjalankan usahanya Perseroan akan selalu mematuhi peraturan yang berlaku. Dengan demikian Perseroan juga mengikuti perkembangan atas perubahan atau penambahan peraturan yang mungkin dapat mempengaruhi jalannya usaha Perseroan. Pada tahun 2019 terdapat beberapa Peraturan baru yang dikeluarkan dan/atau diubah sebagai berikut:

1. Promosi Pemasaran Efek Termasuk Iklan, Brosur, Atau Komunikasi Lainnya Kepada Publik

Pada tanggal 11 Februari 2019, Otoritas Jasa Keuangan ("OJK") mengeluarkan Peraturan OJK ("POJK") Nomor 7/POJK.04/2019 tentang Promosi Pemasaran Efek Termasuk Iklan, Brosur, atau Komunikasi Lainnya Kepada Publik. Peraturan ini dikeluarkan dalam rangka memberikan kejelasan dan kepastian mengenai pengaturan terhadap promosi pemasaran efek termasuk iklan, brosur, atau alat komunikasi lainnya kepada publik.

Perseroan akan senantiasa mengikuti POJK ini sehubungan dengan setiap promosi pemasaran efek termasuk iklan, brosur, atau alat komunikasi lainnya kepada publik dalam rangka penawaran umum.

2. Penambahan Modal Perusahaan Terbuka Dengan Memberikan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu

Pada tanggal 29 April 2019 OJK mengeluarkan Peraturan POJK Nomor 14/POJK.04/2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 32/POJK.04/2015 Tentang Penambahan Modal Perusahaan Terbuka Dengan Memberikan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu. Peraturan ini dikeluarkan untuk meningkatkan perlindungan bagi pemegang saham minoritas, khususnya mengenai penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham dalam rangka penambahan modal yang dilakukan Perusahaan Terbuka dengan memberikan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu.

Perseroan akan senantiasa mengikuti POJK ini apabila di kemudian hari Perseroan melaksanakan Penambahan Modal Perusahaan Terbuka Dengan Memberikan Hak Memesan Efek Terlebih Dahulu.

In running its business, the Company will always follows the prevailing regulations. The Company also follows the development of the regulations that may effect the Company's business. In 2019, there are some new and/or amended regulations as follows:

1. Securities Marketing Promotion Including Advertising, Brochures, or Other Communication to the Public

On On February 11, 2019, the Financial Services Authority ("OJK") issued OJK Regulation ("POJK") Number 7/POJK.04/2019 concerning Securities Marketing Promotion including Advertising, Brochures, or Other Communication to the Public. This regulation is issued in order to provide clarity and certainty regarding the regulation of securities marketing promotion including advertisement, brochures, or other communication tools to the public.

The Company will always comply this POJK in connection with any securities marketing promotions including advertisements, brochures, or other communication tools to the public in the context of a public offering.

2. Increasing Capital of a Public Company by Giving Pre-emptive Rights

On April 29, 2019, OJK issued POJK Regulation Number 14/POJK.04/2019 concerning Amendment to the Regulation of the Financial Service Authority Number 32/POJK.04/2015 Regarding Capital Increase of a Public Company by Giving Pre-emptive Rights. This regulation was issued to increase protection for minority shareholders, particularly regarding the holding of a General Meeting of Shareholders in the context of capital increase by a publicly listed company by providing pre-emptive rights.

The Company will always comply this POJK if in the future the Company implements an Open Capital Increase by Providing Pre-emptive Rights.

3. Penerapan Prinsip Mengenali Pemilik Manfaat Dari Korporasi

Sebagai tindak lanjut dari diterbitkannya Peraturan Presiden Nomor 13 Tahun 2018 tentang Penerapan Prinsip Mengenali Pemilik Manfaat dari Korporasi dalam Rangka Pencegahan dan Pemberantasan Tindak Pidana Pencucian Uang dan Tindak Pidana Pendanaan Terorisme, maka Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia menerbitkan Peraturan Nomor 15 Tahun 2019 tentang Tata Cara Pelaksanaan Penerapan Prinsip Mengenali Pemilik Manfaat Dari Korporasi dan Peraturan Nomor 21 Tahun 2019 Tata Cara Pengawasan Penerapan Prinsip Mengenali Pemilik Manfaat dari Korporasi ("Permenkumham"). Peraturan ini diterbitkan untuk efektivitas pelaksanaan prinsip mengenali pemilik manfaat dari korporasi, guna memperoleh informasi mengenai pemilik manfaat yang akurat, terkini, dan tersedia untuk umum, serta memastikan penerapan prinsip mengenali pemilik manfaat dari korporasi telah dilaksanakan oleh korporasi sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Sebagai wujud kepatuhan terhadap Permenkumham tersebut, Perseroan baik secara mandiri maupun melalui Notaris akan menyampaikan informasi terkait Pemilik Manfaat dari Perseroan. Apabila Perseroan tidak menyampaikan informasi dimaksud, maka Perseroan tidak dapat melanjutkan ke tahapan berikutnya pada suatu proses di AHU online.

4. Pedoman Dan Tata Cara Perizinan Dan Fasilitas Penanaman Modal

Pada tanggal 29 Juli 2019, diterbitkan Peraturan Badan Koordinasi Penanaman Modal Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 6 Tahun 2018 Tentang Pedoman dan Tata Cara Perizinan dan Fasilitas Penanaman Modal. Peraturan ini diterbitkan untuk memberikan kepastian hukum mengenai divestasi saham dan pemberian rekomendasi keimigrasian bagi orang asing yang menjabat direksi atau komisaris sebagai pemegang saham.

5. Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bidang Komunikasi Dan Informatika

Pada tanggal 31 Juli 2019 diterbitkan Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia ("Permenkominfo") Nomor 7 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Nomor 7 Tahun 2018 tentang Pelayanan Perizinan Berusaha Terintegrasi Secara Elektronik Bidang Komunikasi dan Informatika. Peraturan ini diterbitkan untuk menyesuaikan dengan kondisi saat ini.

Perseroan akan senantiasa mengikuti ketentuan dalam Permenkominfo ini sehubungan dengan setiap pengajuan perizinan telekomunikasi oleh Perseroan kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika.

3. Application of the Principle to Recognize the Beneficiary Owner of the Corporation

As a follow up to the issuance of Presidential Regulation Number 13 of 2018 concerning the Application of the Principle of Recognizing Beneficiaries from Corporations in the Context of Prevention and Eradication of Criminal Acts of Money Laundering and Criminal Funding of Terrorism, the Minister of Law and Human Rights of the Republic of Indonesia issued Regulation Number 15 of 2019 concerning Procedures for Implementing the Implementation of the Principle of Recognizing the Beneficiary Owner of the Corporation and Regulation Number 21 of 2019 concerning the Procedure for Supervision of the Implementation of the Principle of Recognizing the Beneficiary Owner of the Corporation ("Permenkumham"). This regulation is issued for the effectiveness of the implementation of the principle of recognizing the beneficial owner of the beneficial owner that is accurate, current, and publicly available, and to ensure that the application of the principle of recognizing the beneficial owner of the corporation has been carried out by the corporation in accordance with statutory regulations.

As a form of compliance with the Permenkumham, the Company, both independently and through a Notary will convey information related to the Beneficiary Owner of the Company. If the Company does not submit the said information, the Company will not be able to proceed to the next step in a process at AHU online.

4. Guidelines and Procedures for Licensing and Investment Facilities

On July 29, 2019, the Republic of Indonesia Investment Coordinating Board Regulation Number 5 of 2019 concerning Amendment to the Regulation of the Investment Coordinating Board No. 6 of 2018 concerning Guidelines and Procedures for Investment Licensing and Facilities. This regulation was issued to provide legal certainty regarding divestment of shares and the provision of immigration recommendations for foreigners who are directors or commissioners as shareholders.

5. Licensing Services for Electronically Integrated Business in Communication and Information Technology

On July 31, 2019 the Minister of Communication and Information of the Republic of Indonesia issued a Regulation ("Permenkominfo") Number 7 of 2019 concerning Amendment to the Regulation of the Minister of Communication and Information Number 7 of 2018 concerning the Licensing Services for Electronic Integrated Business Licensing in the Field of Communication and Information. This regulation was issued to adjust to current conditions.

The Company will always comply the provisions in this Permenkominfo in connection with every application for telecommunications licensing by the Company to the Ministry of Communication and Information.

6. Transaksi Efek

Pada tanggal 17 September 2019, OJK mengeluarkan POJK Nomor 22/POJK.04/2019 tentang Transaksi Efek. Peraturan ini diterbitkan sehubungan dengan berkembangnya transaksi efek yang bertambah kompleks sehingga peraturan ini diharapkan dapat meningkatkan perlindungan terhadap kepentingan pemodal dan pelaku di pasar modal serta untuk meningkatkan pengawasan transaksi efek oleh OJK. Perseroan akan senantiasa mengikuti POJK ini apabila di kemudian hari Perseroan melaksanakan transaksi efek.

7. Penggunaan Bahasa Indonesia

Pada tanggal 30 September 2019, diterbitkan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 Tahun 2019 tentang Penggunaan Bahasa Indonesia. Peraturan ini diterbitkan untuk mengatur penggunaan Bahasa Indonesia sebagaimana diamanatkan dalam Pasal 40 Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan.

Perseroan akan senantiasa mematuhi ketentuan mengenai penggunaan Bahasa Indonesia berdasarkan peraturan tersebut.

8. Penilaian Terhadap Penggabungan Atau Peleburan Badan Usaha, Atau Pengambilalihan Saham Perusahaan Yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli Dan/Atau Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Pada tanggal 3 Oktober 2019, diterbitkan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2019 tentang Penilaian Terhadap Penggabungan Atau Peleburan Badan Usaha, Atau Pengambilalihan Saham Perusahaan Yang Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli Dan/Atau Persaingan Usaha Tidak Sehat. Peraturan ini diterbitkan untuk melaksanakan Peraturan Pemerintah Nomor 57 Tahun 2010 tentang Penggabungan atau Peleburan Badan Usaha Yang Dapat Mengakibatkan Terjadinya Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Perseroan akan senantiasa mengikuti ketentuan dalam peraturan ini apabila di kemudian hari terdapat tindakan penggabungan atau peleburan badan usaha, atau pengambilalihan saham perusahaan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktik monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

9. Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi

Pada tanggal 25 Oktober 2019 diterbitkan Permenkominfo Nomor 13 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi. Peraturan ini diterbitkan untuk melaksanakan ketentuan Pasal 14 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 52 Tahun 2000 tentang Penyelenggaraan Telekomunikasi serta untuk mewujudkan efisiensi dan efektivitas investasi dan kemudahan berusaha di sektor telekomunikasi.

Perseroan akan senantiasa mengikuti ketentuan dalam Permenkominfo ini sehubungan dengan jasa telekomunikasi yang diselenggarakan oleh Perseroan.

6. Securities Transactions

On September 17, 2019, OJK issued POJK Number 22/POJK.04/2019 concerning Securities Transactions. This regulation was issued in connection with the development of increasingly complex securities transactions so that this regulation is expected to increase protection for the interests of investors and actors in the capital market and to increase supervision of securities transactions by the OJK. The Company will always comply this POJK if the Company later conducts securities transactions.

7. Use of Indonesian Language

On September 30, 2019, the Republic of Indonesia Presidential Regulation Number 63 Year 2019 was issued concerning the Use of Indonesian Language. This regulation was issued to regulate the use of Indonesian Language as mandated in Article 40 of Law Number 24 Year 2009 concerning the State Flag, Language and Symbols, as well as the National Anthem.

The Company will always comply with the provisions regarding the use of Indonesian language based on these regulations.

8. Evaluation of the Merger or Consolidation of Business Entities, or the Takeover of Company Shares that Can Result in the Occurrence of Monopolistic Practices and/or Unfair Business Competition.

On October 3, 2019, Regulation of the Business Competition Supervisory Commission Number 3 of 2019 was issued concerning Evaluation of Merger or Consolidation of Business Entities, or Acquisition of Company Shares that Caused the Occurrence of Monopolistic Practices and/or Unfair Business Competition. This regulation was issued to implement Government Regulation Number 57 of 2010 concerning Merger or Consolidation of Business Entities That Can Result in the Occurrence of Monopolistic Practices and Unfair Business Competition.

The Company will always comply the provisions in this regulation if in the future there is an act of merging or consolidation of business entities, or acquisition of company shares that may result in monopolistic practices and/or unfair business competition.

9. Provision Telecommunications Services

On October 25, 2019, Permenkominfo Number 13 of 2019 was issued concerning the Implementation of Telecommunications Services. This regulation was issued to implement the provisions of Article 14 paragraph (2) Government Regulation Number 52 of 2000 concerning Telecommunications Operation and to realize the efficiency and effectiveness of investment and ease of doing business in the telecommunications sector.

The Company will always comply the provisions in this Permenkominfo in connection with telecommunications services provided by the Company.

10. Tata Cara Penyampaian Laporan Secara Elektronik Oleh Perusahaan Tercatat

Pada tanggal 28 Oktober 2019 diterbitkan Surat Keputusan Direksi PT Bursa Efek Indonesia ("BEI") Nomor SE-00006/BEI/10-2019 tentang Tata Cara Penyampaian Laporan Secara Elektronik Oleh Perusahaan Tercatat. Terbitnya peraturan ini dalam rangka untuk pelaporan elektronik untuk kegiatan pemantauan oleh Bursa, termasuk komunikasi elektronik yang dapat dilakukan oleh Bursa kepada Perusahaan Tercatat. Dengan diberlakukannya keputusan ini maka Surat Edaran Nomor SE-001/BEI/12-2007 tanggal 28 Desember 2007 Perihal Tata Cara Penyampaian Laporan Secara Elektronik Oleh Perusahaan Tercatat, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku lagi.

11. Penerbitan Efek Bersifat Utang Dan/Atau Sukuk Yang Dilakukan Tanpa Melalui Penawaran Umum

Pada tanggal 29 November 2019 OJK mengeluarkan POJK No. 30/POJK.04/2019 tentang Penerbitan Efek Bersifat Utang dan/atau Sukuk Yang Dilakukan Tanpa Melalui Penawaran Umum. Peraturan ini dikeluarkan dalam rangka memberikan kepastian hukum dan perlindungan kepada konsumen dan masyarakat terhadap penerbitan efek bersifat utang dan/atau sukuk yang dilakukan tanpa melalui penawaran umum.

Perubahan Kebijakan Akuntansi

Sepanjang tahun 2019 tidak adanya penyesuaian Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berdampak signifikan terhadap Perseroan.

10. The Procedure for Submitting Electronic Reports by the Listed Company

On October 28, 2019, a Decree of the Board of Directors of the Indonesia Stock Exchange ("IDX") Number SE-00006/BEI/10-2019 concerning Procedures for Submitting Reports Electronically by Listed Companies was issued. The issuance of this regulation is in the context of electronic, for monitoring activities by the IDX, including electronic communication that can be carried out by the IDX to Listed Companies. With the enactment of this decree, Circular Letter Number SE-001/BEI/12-2007 dated December 28, 2007 Regarding Procedures for Submitting Electronic Reports by a Listed Company, is revoked and declared no longer valid.

11. Debt and/or Sukuk Securities Issuance Is Conducted Without Public Offering

On November 29, 2019 OJK issued POJK No. 30/POJK.04/2019 concerning Issuance of Debt and/or Sukuk Securities Conducted Without Public Offering. This regulation was issued in order to provide legal certainty and protection to consumers and the public against the issuance of debt and / or sukuk securities which are carried out without going through a public offering.

Changes in Accounting Policy

During 2019 there were no adjustments to the Financial Accounting Standards (SAK) which had a significant impact on the Company.

TRANSAKSI MATERIAL YANG MENGANDUNG BENTURAN KEPENTINGAN ATAU TRANSAKSI DENGAN PIHAK AFILIASI

Material Transactions of Conflict of Interest or Transactions with Affiliated Parties

Dalam kegiatan usahanya, Perseroan juga telah melakukan transaksi dengan pihak-pihak terafiliasi (sebagaimana didefinisikan dalam Undang-Undang No. 8 Undang-Undang Pasar Modal Indonesia), yang dilaksanakan pada kondisi dan prasyarat yang disepakati oleh pihak-pihak tersebut. Hubungan dan sifat transaksi dengan pihak berelasi sebagai berikut :

In its business activities, The Company has also entered into transactions with affiliated parties (as defined in Law No. 8 of the Indonesian Capital Market Law), which carried out under the term and conditions agreed by the parties. The nature of relationships and transactions with related parties is as follows :

Pihak - Pihak Berelasi Related Parties	Sifat Hubungan Nature of Relationship	Sifat Transaksi Nature of Transaction
PT First Media Tbk	Pemegang Saham Shareholder	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Bank Nationalnobu Tbk	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Kas pada bank dan deposito berjangka dan layanan proses pembayaran. Cash in bank and time deposit and payment processing services
PT Visionet Data Internasional	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Multipolar Tbk	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Modem kabel, komputer dan elektronik <i>head end</i> Cable modem, computer and head end electronics
PT Internux	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Mahkota Sentosa Utama	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Prima Wira Utama	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Lynx Mitra Asia	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Solusi E-Commerce Global	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Matahari Department Store Tbk	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Visionet Internasional	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
Imperial Aryaduta Hotel & Country	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Visionet Internasional	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
PT Indonesia Media Televisi	Afiliasi karena dibawah kesamaan pengendali Affiliate common control entity	Layanan <i>broadband</i> internet berlangganan dan jaringan Subscription broadband internet and network services
Dewan Komisaris dan Direksi/ Board of Commissioners and Directors	Personil manajemen kunci Key management personnel	Imbalan kerja Employee benefits

If you think that the internet has changed your life, think again. The Internet of Things is about to change it all over again!



PREFACE
Pendahuluan

FINANCIAL &
PERFORMANCE
HIGHLIGHT
Ikhtisar Kinerja Keuangan
& Performa Usaha

MANAGEMENT
REPORT
Laporan
Manajemen

COMPANY
PROFILE
Profil
Perusahaan

MANAGEMENT
DISCUSSION AND
ANALYSIS
Analisa Dan
Pembahasan Manajemen

CORPORATE
GOVERNANCE
Tata Kelola
Perusahaan

CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY
Tanggung Jawab
Sosial Perusahaan

CROSS REFERENCES
SEOJK 30-2016
Referensi Silang
SEOJK 30-2016