



---

LAPORAN TAHUNAN/ANNUAL REPORT 2014

**LINK TO THE WORLD**

---



LAPORAN TAHUNAN 2014



PT LINK NET Tbk

---

# DAFTAR ISI

---

<b>1</b>	<b>6</b>	<b>Tentang Kami</b>
	8	Pendahuluan
	10	Ikhtisar Penting Perseroan 2014
	12	Ikhtisar Keuangan, Kinerja dan Kepemilikan Saham
	16	Profil Perusahaan
	18	Area Layanan
	20	Visi, Misi, Nilai-nilai Perusahaan, dan Strategi Usaha
	22	Babad Ringkas
	24	Penghargaan dan Sertifikasi 2014
	28	Secercah Warita Perusahaan
	32	Kronologi Kepemilikan Saham
	34	Informasi Perusahaan dan Entitas Anak Perusahaan Perseroan
<b>2</b>	<b>38</b>	<b>Sambutan Dewan Komisaris</b>
	44	Profil Dewan Komisaris
<b>3</b>	<b>50</b>	<b>Laporan Direksi</b>
	56	Profil Direksi
<b>4</b>	<b>62</b>	<b>Analisa dan Pembahasan Manajemen</b>
	70	Potensi Pasar
<b>5</b>	<b>72</b>	<b>Tinjauan Operasional</b>
	74	Network Topology
	76	FastNet
	77	HomeCable
	78	Datacomm
	80	Strategi Pemasaran
	88	BIG TV

<b>6</b>	<b>90</b>	<b>Tata Kelola Perusahaan (GCG)</b>
	94	Penerapan Prinsip Tata Kelola Perusahaan Yang Baik
	97	Panduan Tata Kelola Perusahaan yang Baik
	98	Kode Etik dan Tanggung Jawab Profesional
	99	Kebijakan Pengelolaan Pengaduan Pelanggaran
	101	Sistem Manajemen Mutu
	103	Struktur Organisasi
	104	Struktur Tata Kelola Perusahaan
<b>7</b>	<b>114</b>	<b>Sumber Daya Manusia</b>
<b>8</b>	<b>120</b>	<b>Tanggung Jawab Social (CSR)</b>
	<b>125</b>	<b>English version</b>
	<b>193</b>	<b>Surat Pernyataan Anggota Dewan Komisaris dan Direksi Tentang Tanggung Jawab Atas Laporan Tahunan 2014 Pt Link Net Tbk</b>
	<b>195</b>	<b>Laporan Keuangan</b>



# 1

---

TENTANG  
KAMI

---



# PENDAHULUAN

## TREN INTERNET

Perilaku hidup digital sudah menjadi sebutan umum untuk masyarakat saat ini, gaya digital sudah seperti pondasi atau kebutuhan dasar kehidupan masyarakat, terlebih datangnya sambungan internet menjadi atribut wajib yang dibawa dalam kehidupan sehari-hari.

Persepsi bahwa internet adalah kebutuhan dasar manusia dibuktikan melalui survei global Cisco Connected World Technology. Survei ini melibatkan responden mahasiswa dan profesional muda berusia 30 tahun ke bawah di lebih dari 14 negara. Hasil temuan Cisco World mengungkapkan, pertama, satu dari tiga mahasiswa dan karyawan yang disurvei (33%) mempercayai bahwa internet merupakan kebutuhan mendasar bagi manusia (menempati posisi sama pentingnya dengan udara, air, makanan dan tempat tinggal).

Selain internet, masyarakat saat ini membutuhkan konten yang menarik, konten dalam hal ini bukan hanya berupa sebuah tayangan, tetapi dapat berupa aplikasi seperti *instant messaging*, *games*, jejaring sosial, berita *online*, *online banking*, pembelian produk *online*, dan *video streaming*. Aplikasi yang menarik membuat masyarakat menjadi boros dalam pemakaian volume data, tidak heran hal ini mengakibatkan peningkatan konsumsi volume data setiap tahunnya.

Riset Ericsson menyebutkan, ledakan trafik data internet itu akan didorong dari penggunaan *smartphone*, *laptop*, dan *tablet PC*. Jika pada tahun 2013 total konsumsi *bandwidth* data per bulan untuk laptop rata-rata 3,3 GB, *tablet PC* 1 GB, dan *smartphone* 600 MB, nantinya di tahun 2019, rata-rata trafik data akan lebih besar dalam hal konsumsi data. Konsumsi data per bulan untuk laptop akan menembus rata-rata 13 GB, untuk *tablet PC* sekitar 4,5 GB, dan untuk *smartphone* tumbuh menjadi 2,2 GB. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *video online* memiliki sumbangsih terbesar terhadap volume trafik data, yaitu 25% dari total trafik *smartphone* dan 40% dari total trafik *tablet*.

Jika ledakan trafik data terjadi maka terdapat ketiga tren yang dapat mengubah perilaku konsumen pada tahun-tahun ke depan. Pertama, konten akan mengubah gaya hidup masyarakat, interaksi manusia akan lebih banyak ke mesin atau konten. Kedua, tren permintaan akses internet akan mewabah di mana saja. Dan ketiga, pertumbuhan bidang usaha akan semakin agresif khususnya *e-commerce* dan pengembangan aplikasi *online*.



---

## TERSAMBUNG KE DUNIA (LINK TO THE WORLD)

---

Angka pertumbuhan internet di Indonesia memang mengalami pertumbuhan sebesar 74 juta di tahun 2013. Dari angka tersebut Indonesia memiliki penetrasi internet hanya sebesar 28% dari jumlah penduduk Indonesia yang berjumlah 248 juta orang. Dengan hasil tersebut, maka langkah Indonesia untuk menyesuaikan tuntutan *Millennium Development Goal's* (MDGs) yang juga disepakati dalam *International Telecom Union* (ITU), bahwa pada tahun 2015 penduduk Indonesia diharuskan melek internet sebesar 50%, belum tercapai.

Masih ada satu tahun lagi untuk mengejar ketertinggalan untuk mencapai 50% angka penetrasi Internet di Indonesia. Mengejar angka 50% bukan sekedar mengejar prestasi semata agar dapat setara dengan negara-negara berkembang yang lain, melainkan mengejar agar dapat berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada tahun 2012 kontribusi sambungan internet di Indonesia menyumbang 1,6% dari Produk Domestik Bruto ("PDB") Indonesia (setara dengan Rp 115 triliun) dan akan diperkirakan menjadi 2,5% dari PDB pada tahun 2016. Sudah dapat dipastikan bahwa pertumbuhan sambungan internet akan sangat berimplikasi pada pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Merealisasikan pertumbuhan tersebut tidak lepas dari kontribusi jalur konektivitas internet di Indonesia, jalur informasi ini menjadi salah satu faktor penting peningkatan ekonomi kreatif di Indonesia. Harapannya, jika hal ini terealisasi maka kinerja pertumbuhan angka ekonomi dan PDB di Indonesia akan semakin meningkat pesat. Dengan kondisi ini Perseroan hadir

menjadi pihak yang merealisasikan mimpi pemerintah dalam membangun konektivitas untuk pembangunan ekonomi.

Pada buku laporan tahun 2014, Perseroan menggunakan kalimat "*Link to the World*" sebagai tema utama. Kalimat tersebut menjelaskan Perseroan hadir sebagai salah satu kontributor untuk membangun konektivitas jalur data dan komunikasi di Indonesia. Hadirnya Perseroan bukan sekedar membangun konektivitas secara lokal, namun membangun jalur akses ke dunia. Perseroan datang menjadi pintu gerbang bagi masyarakat Indonesia untuk menikmati akses pertukaran data dan informasi.

Dengan dibukanya jalur akses ke dunia, masyarakat Indonesia akan lebih banyak menyerap berbagai informasi. Hasilnya, masyarakat Indonesia akan lebih mudah dan cepat dalam berbagai pengembangan usaha, seperti bisnis *e-commerce*, pembuatan konten/ aplikasi lokal, perdagangan kerajinan tangan, serta produk-produk lokal lainnya. Dengan kata lain, eksistensi produk dan usaha lokal Indonesia dapat terpromosi dengan baik ke dunia luar.

# IKHTISAR PENTING PERSEROAN 2014

## HOMECABLE

# 67

### Kanal HD

## DATACOMM

# 98

### Gedung

## FIBER OPTIC

# 8.505

### Kilometer

### HOMECABLE

Layanan televisi berlangganan yang menyiarkan berbagai variasi program hingga 188 kanal dengan 67 kanal kualitas HD serta didukung dengan perangkat STB (*set-top-box*).

### DATACOMM

Layanan data dan komunikasi super cepat untuk korporasi, dimana jaringannya hadir di 98 gedung perkantoran di wilayah DKI Jakarta. Layanan DataComm merupakan mitra terbaik bagi seluruh korporasi.

### FIBER OPTIC

Jaringan kabel berbasis serat optik yang menjadi tulang punggung konektivitas data dan informasi mencapai 8.505 Km.



FASTNET

100

Mbps

COAXIAL CABLE

11.184

Kilometer

HOMES PASSED

1,4  
Juta

## FASTNET

Pelayanan internet super cepat untuk para netizen yang membutuhkan koneksi tanpa batas dalam mengakses, mengunduh dan mengunggah data dan informasi, dengan kecepatan mencapai 100 Mbps.

## COAXIAL CABLE

Jaringan kabel berbasis tembaga yang menjadi jalur penghubung masyarakat atau hunian dengan data dan informasi yang mencapai 11.184 Km.

## HOMES PASSED

Jumlah jaringan HFC (*Hybrid Fiber-Coaxial*) Perseroan yang terhubung ke setiap hunian atau rumah yang mencakup 1,4 juta *homes passed*.

---

**IKHTISAR KEUANGAN/  
FINANCIAL HIGHLIGHTS**

---

---

**28,3%**

**Pertumbuhan Pendapatan**  
*Revenue Growth*

---

---

**16,0%**

**Pertumbuhan Aset**  
*Assets Growth*

---

---

**20,5%**

**Pertumbuhan Ekuitas**  
*Equity Growth*

---

<b>KINERJA KEUANGAN</b> Dalam Jutaan Rupiah (kecuali dinyatakan lain)	<b>2014</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>FINANCIAL PERFORMANCE</b> In Million Rupiah (except stated otherwise)
<b>KINERJA NERACA</b>				<b>BALANCE SHEET PERFORMANCE</b>
Aset Lancar	574.906	562.379	1.023.138	Current Assets
Aset Tidak Lancar	3.167.099	2.662.825	1.997.018	Non Current Assets
Jumlah Aset	3.742.005	3.225.204	3.020.156	Total Assets
Kewajiban Lancar	551.365	460.438	306.241	Current Liabilities
Kewajiban Tidak Lancar	155.882	245.698	557.016	Non Current Liabilities
Jumlah Kewajiban	707.247	706.136	863.257	Total Liabilities
Ekuitas	3.034.758	2.519.068	2.156.899	Equity
<b>KINERJA USAHA</b>				<b>OPERATING PERFORMANCE</b>
Pendapatan	2.135.958	1.664.601	1.300.649	Revenues
Beban Pokok Pendapatan (Tidak Termasuk Beban Penyusutan Aset Tetap dan Amortisasi Aset Tak Berwujud)	474.410	353.306	260.823	Cost of Revenue (excluding Depreciation of Property, Plant and Equipment and Amortization of Intangible Assets)
Biaya Operasional*	430.418	436.510	337.627	*Operating Expenses
Penyusutan & Amortisasi	393.412	280.466	207.495	Depreciation & Amortization
Laba Tahun Berjalan	557.887	362.169	339.029	Profit for The Year
Laba Tahun Berjalan yang dapat diatribusikan kepada:				Profit for the Year Attributable to:
Pemilik Entitas Induk	557.707	362.169	339.029	Owners of The Parent
Kepentingan Non-Pengendali	180	-	-	Non-Controlling Interest
Jumlah Pendapatan Komprehensif Tahun Berjalan	557.887	362.169	339.029	Total Comprehensive Income for The Year
Pendapatan Komprehensif Tahun Berjalan yang dapat diatribusikan kepada:				Comprehensive Income For the Year Attributable to:
Pemilik Entitas Induk	557.707	362.169	339.029	Owners of The Parent
Kepentingan Non-Pengendali	180	-	-	Non-Controlling Interest
Laba per Saham Dasar (Rupiah penuh)	183	119	111	Basic Earnings per Share (Rupiah full amount)
<b>RASIO (%)</b>				<b>RATIOS (%)</b>
Marjin Laba Tahun Berjalan	26,12	21,76	26,07	Profit for The Year Margin
Rentabilitas Modal	18,38	14,38	15,72	Return on Equity
Rentabilitas Aset	14,91	11,23	11,23	Return on Assets
Rasio Lancar	104,27	122,14	334,10	Current Ratio
Rasio Kewajiban terhadap Ekuitas	23,30	28,03	40,02	Liabilities to Equity ratio
Rasio Utang Bersih terhadap Ekuitas	-5,82	-3,71	-12,89	Net Debt to Equity Ratio
Rasio Kewajiban terhadap Aset	18,90	21,89	28,58	Liabilities to Assets Ratio

**CATATAN:**

\* Beban Operasional disajikan tidak termasuk penyusutan dan amortisasi

**NOTES:**

\*Operating expenses are presented excluding depreciation and amortization

## IKHTISAR KINERJA SAHAM/SHARE PERFORMANCE HIGHLIGHTS

Kinerja Saham	2014	2013	Share Performance
Laba per Saham Dasar (Rp)	183	119	Basic Earnings per Share (Rp)
Jumlah Saham yang Beredar (Saham)	3.042.649.384	3.042.649.384	Outstanding Shares (Shares)
Jumlah Saham Rata-rata Tertimbang (Saham)	3.042.649.384	3.042.649.384	Weighted Average Shares (Shares)
Nilai Buku per Saham (Rp)	997	828	Book Value per Share (Rp)

## HARGA SAHAM/SHARE PRICE

Harga Saham per Kuartal	Kuartal 2 2nd Quarter	Kuartal 3 3th Quarter	Kuartal 4 4th Quarter	Share Price per Quarter
<b>2014</b>				<b>2014</b>
Tertinggi (Rp)	5.925	7.350	7.500	Highest (Rp)
Terendah (Rp)	1.900	5.850	4.555	Lowest (Rp)
Akhir (Rp)	5.875	7.325	4.920	Closing (Rp)
Volume (Saham)	167.500.400	185.046.800	130.970.600	Volume (Shares)

## STRUKTUR KEPEMILIKAN SAHAM/SHAREHOLDER'S STRUCTURE

Per 31 Desember 2014

Pemegang Saham Shareholders	Jumlah Saham Number of Shares	Jumlah Nilai Nominal @Rp100 per saham (Rp) Nominal Value @Rp100 per shares (Rp)	%
<b>Modal Dasar</b> Authorized Capital	8.040.000.000	804.000.000.000	
<b>Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh</b> Issued and Paid-Up Capital			
<b>Pemegang Saham dengan kepemilikan ≥ 5%</b> Shareholders With Ownership ≥ 5%			
PT First Media Tbk	1.029.079.186	102.907.918.600	33,82
Asia Link Dewa Pte Ltd	1.017.766.198	101.776.619.800	33,45
<b>Pemegang Saham dengan kepemilikan &lt; 5%</b> Shareholders With Ownership < 5%			
Masyarakat/Public	995.804.000	99.580.400.000	32,73
<b>Jumlah Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh</b> Number of Issued and Paid-Up Capital	3.042.649.384	304.264.938.400	100,00
<b>Jumlah Saham dalam Portopel</b> Number of Shares in The Portfolio	4.997.350.616	499.735.061.600	

---

## RIWAYAT PENCATATAN SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA/ HISTORY OF REGISTRATION OF SHARES ON THE INDONESIA STOCK EXCHANGE

---

<b>Asal Saham</b>	<b>Tanggal Pencatatan</b>	<b>Jumlah Saham Yang Ditawarkan Kepada Publik</b>	<b>Nilai Nominal per Lembar Saham (Rp)</b>
<b>Origin of Shares</b>	<b>Listing Date</b>	<b>Number of Shares Offered to Public</b>	<b>Nominal Value per Share (Rp)</b>
Pencatatan Saham di Bursa	2 Juni 2014	304.265.000	100
Company Listing	2 June 2014		

---

---

# PROFIL PERUSAHAAN

---



---

Terus berkembang dan berinovasi, Perseroan terus mengerahkan kemampuan terbaik di bidang usahanya untuk menjadi yang pertama dan terdepan dalam layanan *broadband* dan media.

---

---

## LATAR BELAKANG

---

Perseroan didirikan dengan nama PT Seruling Indah Permai pada tahun 1996 dan kemudian berubah nama menjadi PT Link Net pada tahun 2000. Perseroan pada awalnya memiliki kegiatan usaha di bidang perdagangan barang dan jasa. Pada tahun 2000, kegiatan usaha Perseroan berubah menjadi di bidang teknologi informasi dan jasa penyelenggaraan internet serta jasa pada umumnya.

Pada tahun 2011 terdapat penambahan kegiatan usaha, sehingga kegiatan usaha Perseroan sampai dengan saat ini adalah bergerak dalam bidang penyelenggaraan jaringan tetap berbasis kabel, jasa multimedia, internet serta jasa konsultasi manajemen bisnis.

Saat ini Perseroan merupakan penyedia jasa layanan internet *broadband* berkecepatan tinggi di Indonesia, bekerjasama dengan PT First Media Television dalam menyediakan jasa televisi berlangganan serta penyedia jasa komunikasi data.

Perseroan mengoperasikan sistem kabel *Hybrid Fiber*





*Coaxial* ("HFC") dengan teknologi tinggi dan mampu mengoperasikan 870 MHz *two-way broadband services*. Per 31 Desember 2014, Perseroan telah memiliki jaringan lebih dari 1,4 juta *homes passed* terbentang di wilayah Jabodetabek, Bandung dan Surabaya.

Kemudian di pertengahan tahun 2014, Perseroan mengambil langkah pasti dengan menjadi PT Link Net Tbk yang tercatat sebagai perusahaan publik atau perusahaan terbuka (tbk), melakukan penawaran umum perdana (*Initial Public Offering/IPO*) kepada masyarakat dan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia pada tanggal 2 Juni 2014.

Perseroan merupakan perusahaan di bawah PT First Media Tbk atau First Media Group. Perseroan menjalankan bisnis internet dan multimedia sebagai bentuk pengejawantahan dari visi dan misi First Media Group untuk menjadi perusahaan megamedia di Indonesia.

---

## BIDANG USAHA

---

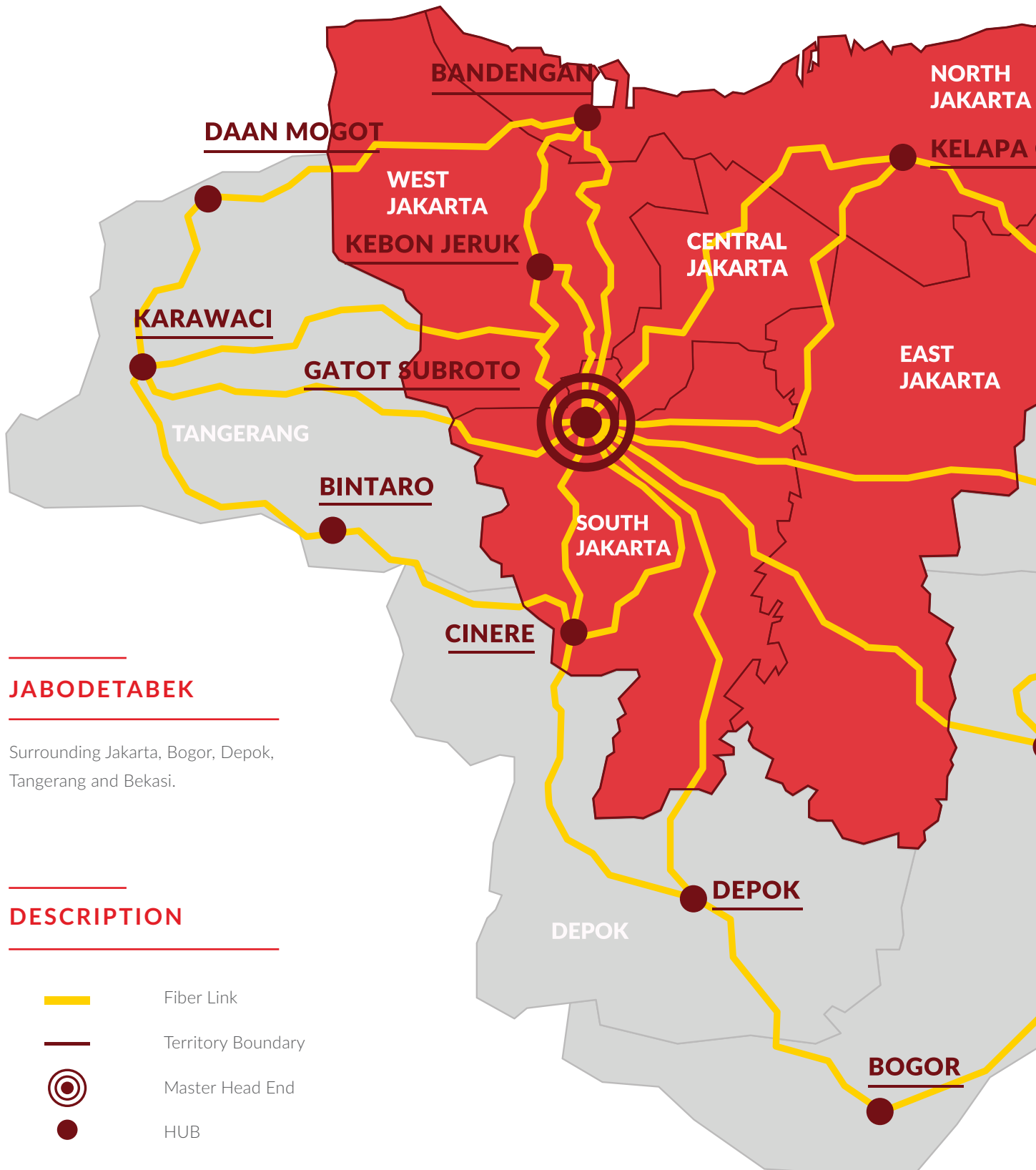
Visi dan misi Perseroan adalah menjadi pilihan utama untuk layanan *broadband* dan media serta untuk mengubah hidup konsumen Indonesia dengan menyediakan layanan *broadband*, media dan solusi yang

inovatif dan istimewa. Untuk mewujudkan visi dan misi ini, Perseroan mengoperasikan sistem kabel dua arah HFC dimana sistem tersebut merupakan teknologi yang menggunakan kabel serat optik dan kabel *coaxial* yang dapat digunakan sebagai media untuk menyalurkan program-program TV dan sebagai media bagi *bandwidth* yang besar yang dapat digunakan tidak hanya untuk layanan internet saja tetapi juga untuk pengiriman data *digital* lainnya, seperti *High Definition TV*, *3D High Definition TV*, *Video on Demand*, *Home Banking*, *Home Shopping* dan *Interactive Games*.

Untuk sasaran pasar, Perseroan membagi dua sasaran pasar, yaitu pasar konsumen dan pasar bisnis. Untuk pasar konsumen (*consumer market*), Perseroan menawarkan produk internet *broadband* berlabel FastNet, dan produk televisi berlangganan melalui kabel berlabel HomeCable. Sedangkan untuk pasar bisnis (*business market*) Perseroan menawarkan layanan data komunikasi berlabel DataComm, serta produk solusi korporasi lain seperti *Media Sales*, dan *Corporate TV* untuk hotel.

Terus berkembang dan berinovasi, Perseroan terus mengerahkan kemampuan terbaik di bidang usahanya untuk menjadi yang pertama dan terdepan dalam layanan *broadband* dan *media*.

# AREA LAYANAN (COVERAGE AREA)





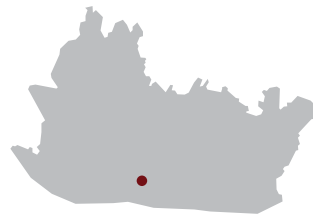
## EAST JAVA



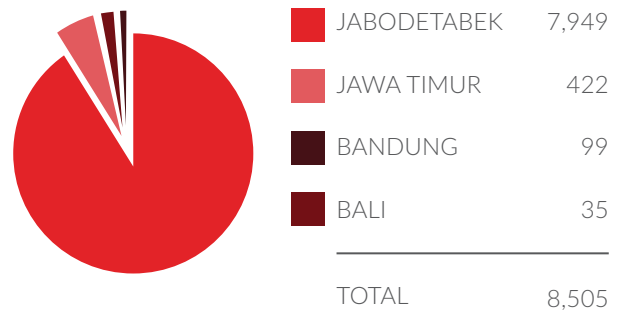
## BALI



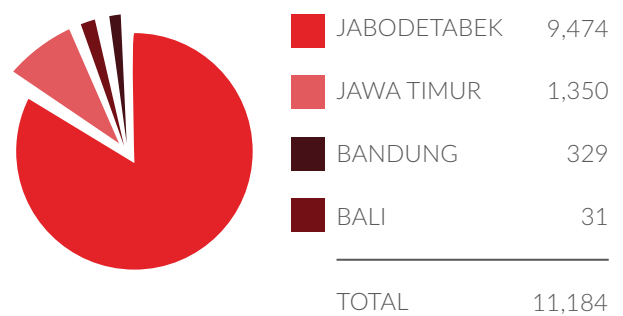
## BANDUNG



## FO CABLE LENGTH (KM)



## COAX CABLE LENGTH (KM)



---

# VISI, MISI, NILAI - NILAI PERUSAHAAN, DAN STRATEGI USAHA

---



---

## VISI

---

Menjadi pilihan utama untuk layanan *broadband* dan media

---

## MISI

---

Untuk mengubah hidup konsumen Indonesia dengan menyediakan layanan *broadband*, media dan solusi yang inovatif dan istimewa

---

## NILAI-NILAI PERUSAHAAN

---

- Inovasi - Kami menerapkan ide-ide baru untuk terus berkembang
- Keunggulan - Kami memberikan hasil kerja berkualitas tinggi
- Urgensi - Kami melayani secara cepat dan akurat
- Integritas - Kami selalu melakukan hal yang benar
- Kepemilikan - Kami bangga akan pekerjaan kami dan memberikan layanan tambahan apabila dibutuhkan
- Kerjasama - Kami saling bekerja sama untuk meraih kesuksesan
- Prioritas Pelanggan - Pelanggan kami (internal dan eksternal) adalah prioritas yang utama
- Semangat - Kami mencintai apa yang kami kerjakan

---

## STRATEGI USAHA

---

Melihat besarnya potensi dan prospek usaha yang terkandung dalam industri televisi berlangganan dan layanan internet *broadband*, Perseroan menetapkan beberapa langkah strategis yang dinilai dapat menunjang kegiatan usaha Perseroan di masa datang, diantaranya adalah sebagai berikut:

- Memperkuat konsep televisi berlangganan kepada masyarakat luas
- Memperkenalkan konsep sarana hiburan dan ilmu pengetahuan melalui internet
- Memperluas jaringan kabel
- Meningkatkan penetrasi pasar melalui pemasaran yang aktif
- Menambah jumlah paket produk layanan baru dan peningkatan pelayanan

---

# BABAD RINGKAS

---

- 1996** Pendirian Perseroan
- 2000** Perubahan Nama Perseroan menjadi PT Link Net  
Meluncurkan layanan internet *broadband* MyNet dan Digital1
- 2007** Meluncurkan layanan internet *broadband* berkecepatan tinggi FastNet
- 2008** Diakuisisi oleh PT First Media Tbk
- 2011** Reorganisasi dari PT First Media Tbk ke Perseroan  
Pembangunan Jaringan Baru (*New Roll Out*)  
Meluncurkan layanan *Video On Demand*



**2012**

Meluncurkan fitur PVR (*Personal Video Recorder*) dan layanan OTT (*Over the Top*) dalam bentuk aplikasi First Media Live

Penyertaan saham Perseroan dalam PT Indonesia Media Televisi (BIG TV)

**2013**

Meluncurkan layanan FastNet 100 Mbps

Membuka area layanan baru di kota Bandung

Mencapai 1 juta *homes passed*

50 *High Definition TV Channel*

**2014**

IPO (*Initial Public Offering*)

*Rebranding* layanan OTT dari “First Media Live” menjadi “First Media GO”

Pengambilalihan PT Lynx Mitra Asia

*Private Placement*

# PENGHARGAAN DAN SERTIFIKASI 2014



First Winner in Fixed Internet Provider Category  
Word of Mouth Marketing #1 Recommended Brand 2014



First Winner in Cable TV Category  
Word of Mouth Marketing #1 Recommended Brand 2014



Corporate Image Category Internet Provider  
Excellent in Building and Managing Corporate Image



Corporate Image Category Pay TV  
Excellent in Building and Managing Corporate Image





TOP BRAND Award Category Internet Service Provider Fixed  
In Recognition of Outstanding Achievement in Building the  
TOP Brand



Top Telco 2014 Fixed Internet Provider  
In Recognition of Outstanding  
Achievement in Telecommunication



ISO 9001:2008  
Certification from United Registrar of System Ltd  
in Recognition of Quality Management System in  
Cable TV and Internet Data

---

# SERTIFIKASI PENCATATAN BURSA EFEK INDONESIA

---





# SECERCAH WARITA PERUSAHAAN

## Perseroan didirikan dengan nama PT Seruling Indah

**Permai** berdasarkan Akta No. 93 tanggal 14 Maret 1996, dibuat di hadapan Dr. Misahardi Wilamarta S.H., M.H., M.Kn, LL.M, Notaris di Jakarta sebagaimana diubah dengan Akta No. 304 tanggal 26 Juli 1996, dibuat di hadapan Yuliandi Ermawanto, S.H., Notaris pengganti Misahardi Wilamarta, S.H., Notaris di Jakarta, Akta-akta tersebut telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia berdasarkan Surat Keputusan No. C2-8324 HT.01.01.Th.96, tanggal 7 Agustus 1996, telah didaftarkan dalam Daftar Perusahaan sesuai UUWDP dengan TDP No. 09851633872 di Kantor Pendaftaran Perusahaan Kodya Jakarta Pusat di bawah No. 163/BH.09.05/XI/96 tanggal 4 Nopember 1996, serta telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia No. 96 tanggal 29 Nopember 1996, Tambahan No. 9456 (**"Akta Pendirian"**).

Sejak tanggal pendirian diterbitkan, Anggaran Dasar Perseroan telah beberapa kali mengalami perubahan, antara lain yang penting adalah sebagai berikut:

- Berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perseroan sebagaimana dimuat dalam Akta Pernyataan Keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa No. 35 tanggal 28 Maret 2000 yang dibuat oleh Notaris Myra Yuwono,S.H., Anggaran Dasar Perseroan telah diubah sehubungan perubahan nama Perseroan menjadi PT Link Net. Akta Perubahan Anggaran Dasar tersebut telah dilaporkan kepada Menteri Hukum dan Perundang-Undangan melalui Laporan Data Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan tanggal 13 April 2000 dan memperoleh Persetujuan dari Menteri Hukum dan Perundang-Undangan dengan Keputusan No. C-9118 HT.01.04.TH.2000. tanggal 20 April 2000 serta telah didaftarkan di Kantor Pendaftaran Perusahaan Kodya Jakarta Selatan No. 793/RUB.09.03/VIII/2000 tanggal 14 Agustus 2000 serta telah diumumkan dalam BNRI No. 84 tanggal 20 Oktober 2000, Tambahan No. 6296.
- Berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa Perseroan sebagaimana dimuat dalam Akta Pernyataan Keputusan Rapat No.29 tanggal 27 Nopember 2008 yang dibuat oleh Notaris Lindasari Bachroem,S.H., Notaris di Jakarta, Anggaran Dasar Perseroan telah diubah sehubungan dengan penyesuaian dan penyusunan kembali seluruh Anggaran Dasar Perseroan untuk disesuaikan dengan ketentuan Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Akta Perubahan Anggaran Dasar tersebut telah memperoleh Persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Keputusan No. AHU-99920.AH.01.02.Tahun 2008 tanggal 24 Desember 2008 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan No. AHU-0125673. AH.01.09.Tahun 2008 tanggal 24 Desember 2008 serta telah diumumkan dalam BNRI No. 20 tanggal 9 Maret 2010, Tambahan No. 2356.
- Berdasarkan keputusan para pemegang saham di luar Rapat Umum Pemegang Saham Perseroan sebagaimana dimuat dalam Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham No. 107 tanggal 10 Mei 2011 yang dibuat di hadapan Dr. Irawan

Soerodjo, S.H., Notaris di Jakarta, Perseroan telah memperoleh persetujuan atas rencana pelaksanaan reorganisasi dalam rangka penyelenggaraan bisnis jaringan dan televisi berlangganan dari PT First Media Tbk kepada Perseroan. Keputusan tersebut kemudian dinyatakan kembali dalam Akta Pernyataan Keputusan Pemegang Saham No. 171 tanggal 16 Juni 2011 yang dibuat di hadapan Dr. Irawan Soerodjo, S.H., Notaris di Jakarta, Anggaran Dasar Perseroan diubah sehubungan dengan perubahan status Perseroan menjadi perusahaan Penanaman Modal Asing. Akta perubahan Anggaran Dasar tersebut telah memperoleh Persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan Keputusan No. AHU-32017.AH.01.02.Tahun 2011 tanggal 27 Juni 2011 dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan No. AHU-0051788.AH.01.09.Tahun 2011 tanggal 27 Juni 2011.

- Dalam rangka Penawaran Umum Perdana (*Initial Public Offering* - IPO) kepada masyarakat, Anggaran Dasar Perseroan diubah berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Para Pemegang Saham No. 7 tanggal 25 Februari 2014 yang dibuat oleh Rini Yulianti, S.H., Notaris di Jakarta Timur, dimana seluruh Anggaran Dasar Perseroan disesuaikan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku di bidang Pasar Modal Indonesia, termasuk perubahan nama Perseroan menjadi PT Link Net Tbk, dan perubahan status Perseroan menjadi perusahaan terbuka. Akta perubahan Anggaran Dasar tersebut telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan Surat Keputusan No. AHU-08381.AH.01.02.Tahun 2014 tanggal 27 Februari 2014, dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan No. AHU-0015443.AH.01.09.Tahun 2014 tanggal 27 Februari 2014.
- Anggaran Dasar Perseroan mengalami perubahan sebagaimana dimuat dalam Akta Pernyataan

Keputusan Para Pemegang Saham Perseroan No. 16 tanggal 11 April 2014, dibuat di hadapan Rini Yulianti, S.H., Notaris di Jakarta Timur, yang isinya antara lain sehubungan dengan persetujuan pemegang saham Perseroan atas perubahan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan mengenai masa jabatan Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan. Perubahan Anggaran Dasar Perseroan tersebut telah diterima dan dicatat dalam *database* Sisminbakum Kemenkumham berdasarkan Surat No. AHU-00408.40.21.2014 tanggal 14 April 2014, dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan sesuai dengan UUPT dengan No. AHU-00408.40.21.2014 tanggal 14 April 2014.

- Perubahan terakhir dimuat dalam Akta Pernyataan Keputusan Rapat No. 7 tanggal 8 Oktober 2014, dibuat di hadapan Rini Yulianti, S.H., Notaris di Jakarta Timur, yang isinya antara lain Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) Perseroan telah menyetujui perubahan status Perseroan dari Perusahaan Penanaman Modal Asing menjadi Perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri dan perubahan ketentuan Anggaran Dasar Perseroan mengenai Direksi dan Dewan Komisaris. Perubahan Anggaran Dasar Perseroan tersebut telah diterima dan dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan Surat No. AHU-07759.40.21.2014 tanggal 24 Oktober 2014, dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan dengan No. AHU-0110570.40.80.2014 tanggal 24 Oktober 2014.

Pada tanggal 3 Oktober 1996, Perseroan mendapatkan Izin Prinsip dari Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Republik Indonesia untuk Penyelenggaraan Jasa Internet dengan No. PT.102/5/6/MPPT-96 dan Perseroan memperoleh Izin Penyelenggaraan Jasa Telekomunikasi Bukan Dasar pada tanggal 15 April 1997 melalui Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. KM.41/PT.102/MPPT-97. Jasa yang termasuk ialah Akses Dasar (*File Transfer, Electronic Mail, Remote Login*), Akses Retrieval Data (*Gopher Service, World Wide Web, Database Service*), dan Akses Interaktif (*Internet Relay Chat, Protokol*

*Talk, Protokol Internet Phone).*

Perseroan mulai menyediakan jasa internet *broadband* pada tahun 2000 dengan merek MyNet dan Digital1. Pada bulan September 2007 Perseroan menyediakan produk unggulan berupa layanan internet *broadband* berkecepatan tinggi dengan nama FastNet. FastNet merupakan produk ritel dari jaringan layanan internet *broadband* berkecepatan tinggi melalui kabel untuk pengguna di daerah hunian, seperti kompleks perumahan dan apartemen dengan kecepatan layanan mencapai 100 Mbps.

Pada tanggal 27 Juli 2009 Perseroan memperoleh Izin Penyelenggaraan Jasa Akses Internet (*Internet Service Provider*) dari Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi sebagaimana tercantum dalam Keputusan No. 176/DIRJEN/2009.

Pada tahun 2011 PT First Media Tbk (FM) selaku pemegang saham melakukan Reorganisasi terhadap Perseroan melalui *Reorganization Agreement*. Dengan adanya reorganisasi tersebut FM melakukan pengalihan dan/atau penjualan aset dan hak serta lisensi dari FM kepada Perseroan termasuk pengalihan beberapa perjanjian penting sehubungan dengan reorganisasi ini, maka sejak tahun 2011 sampai dengan saat ini kegiatan usaha Perseroan adalah bergerak dalam bidang penyelenggaraan jaringan tetap berbasis kabel, jasa multimedia, internet serta jasa konsultasi manajemen bisnis. Dengan demikian Perseroan dapat menggunakan label bisnis "First Media" dengan tiga unit bisnis utama yaitu: HomeCable (layanan televisi berlangganan yang disediakan oleh PT First Media Television yang bekerjasama dengan Perseroan), FastNet (layanan internet *broadband* berkecepatan tinggi), dan DataComm (data komunikasi berkecepatan tinggi guna keperluan bisnis).

Dalam reorganisasi ini Perseroan mendapat Izin Prinsip Penanaman Modal Asing dari Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) berdasarkan Izin No. 258/1/IP/I/PMA/2011 tanggal 27 April 2011 untuk melakukan jasa penyelenggaraan jaringan tetap berbasis kabel, penyelenggaraan jasa multimedia, jasa akses internet (*internet service provider*), serta jasa konsultasi manajemen bisnis.

Pada tanggal 14 Juni 2011 Perseroan telah mendapatkan Surat Keterangan Laik Operasi dari Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dengan No. 41/DJPPI/KOMINFO/6/2011, 42/DJPPI/KOMINFO/6/2011, 43/DJPPI/KOMINFO/6/2011, dan 44/DJPPI/KOMINFO/6/2011 untuk wilayah Tangerang, Jakarta Barat, Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat, serta Cibubur. Surat Keterangan Laik Operasi tersebut menetapkan bahwa hasil pembangunan sarana dan prasarana yang dilaksanakan oleh Perseroan untuk Penyelenggaraan Jaringan Tetap Lokal Berbasis *Packet Switched* telah memenuhi syarat kelaikan operasi untuk penyelenggaraan telekomunikasi sesuai Keputusan Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi No. 191/Dirjen/2009 tentang Tata Cara Pelaksanaan Uji Laik Operasi Penyelenggaraan Telekomunikasi.

Pada tanggal 27 Juni 2011 Perseroan memperoleh izin penyelenggaraan jaringan tetap dari Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 246/KEP/M.KOMINFO/06/2011 tentang Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Lokal Berbasis *Packet Switched*. Izin ini diberikan kepada Perseroan untuk menyelenggarakan jaringan tetap lokal berbasis *packet switched* dengan menggunakan teknologi berbasis kabel *hybrid fiber optic* dan *coaxial* (HFC).

Pada tanggal 16 Agustus 2013, Izin Prinsip Penanaman Modal Asing yang dimiliki Perseroan mengalami perubahan melalui Izin Perubahan No. 722/1/IP-PB/PMA/2013 sehubungan dengan adanya perubahan pada data Perseroan, diantaranya ialah perubahan alamat Perseroan.

Pada tanggal 11 Februari 2014 Perseroan telah mendapatkan Surat Keterangan Laik Operasi dari Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Pos dan Informatika, Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dengan No. 25/Kominfo/DJPPI/PI.02.05/02/2014, 26/Kominfo/DJPPI/PI.02.05/02/2014, 27/Kominfo/DJPPI/PI.02.05/02/2014, dan 28/Kominfo/DJPPI/PI.02.05/02/2014 untuk wilayah Bekasi, Jakarta, Surabaya, dan Singapura. Surat Keterangan Laik Operasi tersebut menetapkan bahwa hasil pembangunan sarana dan prasarana yang dilaksanakan oleh Perseroan untuk Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup telah memenuhi syarat kelaikan operasi untuk penyelenggaraan telekomunikasi sesuai Keputusan Direktur Jenderal Pos dan Telekomunikasi No. 191/Dirjen/2009 tentang Tata Cara Pelaksanaan Uji Laik Operasi Penyelenggaraan Telekomunikasi.

Pada tanggal 24 Maret 2014 Perseroan memperoleh Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup dari Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia berdasarkan Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. 312 TAHUN 2014 tentang Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup. Izin ini diberikan kepada Perseroan untuk menyelenggarakan jaringan tetap tertutup dengan cakupan wilayah penyelenggaraan nasional.

Izin Prinsip Penanaman Modal Asing Perseroan kembali mengalami perubahan, yaitu pada tanggal 30 Mei 2014

melalui Izin Perubahan No. 1497/1/IP-PB/PMA/2014 sehubungan dengan adanya perubahan kapasitas produksi, nilai investasi, sumber pembiayaan dan jumlah tenaga kerja.

Pada tanggal 20 Mei 2014, Perseroan memperoleh pernyataan efektif dari Otoritas Jasa Keuangan dengan surat No. S-240/D.04/2014 untuk melakukan Penawaran Umum Perdana. Selanjutnya pada tanggal 2 Juni 2014 melalui Bursa Efek Indonesia di bawah simbol "LINK" Perseroan melakukan Penawaran Umum Perdana dengan menawarkan 304.265.000 saham kepada masyarakat dengan harga penawaran Rp. 1.600,- per saham. Sehubungan dengan status Perseroan yang menjadi perusahaan terbuka, Izin Prinsip Penanaman Modal Asing yang dimiliki Perseroan mengalami perubahan pada tanggal 19 Juni 2014 melalui Izin Perubahan No. 1729/1/IP-PB/PMA/2014.

Pada tanggal 8 Oktober 2014 melalui RUPSLB Perseroan, status Perseroan berubah dari Perusahaan Penanaman Modal Asing menjadi Perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri. Terhadap perubahan status Perseroan, telah diterbitkan Izin Prinsip Penanaman Modal Dalam Negeri dengan Izin No. 232/1/IP/PMDN/2014 tanggal 16 Oktober 2014.

# KRONOLOGI KEPEMILIKAN SAHAM

Pada tanggal 25 Februari 2014, Para Pemegang Saham Perseroan telah mengambil Keputusan Di Luar Rapat Umum Pemegang Saham sebagaimana ternyata dari Keputusan Sirkular Para Pemegang Saham Perseroan yang tertuang dalam Akta Perseroan No. 7 tanggal 25 Februari 2014, memutuskan menyetujui rencana Perseroan untuk melakukan Penawaran Umum Perdana atas saham-saham dalam Perseroan. Akta Perseroan ini telah memperoleh persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia dengan Surat Keputusan No. AHU-08381.AH.01.02.Tahun 2014 tanggal 27 Februari 2014, dan telah didaftarkan dalam Daftar Perseroan No. AHU-0015443.AH.01.09.Tahun 2014 tanggal 27 Februari 2014.

Pada tanggal 2 Juni 2014, saham Perseroan telah terdaftar dan dicatatkan pada Bursa Efek Indonesia dengan susunan permodalan sebagai berikut:

Keterangan	Saham Biasa Atas Nama		
	Nilai Nominal Rp 100 per saham		
	Jumlah Saham	Jumlah Nominal	%
Modal Dasar	8.040.000.000	804.000.000.000	
Jumlah Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh	3.042.649.384	304.264.938.400	100,00
Pemegang Saham dengan kepemilikan $\geq$ 5%			
PT First Media Tbk	1.247.486.186	124.748.618.600	41,00
Asia Link Dewa Pte Ltd	1.490.898.198	149.089.819.800	49,00
Pemegang Saham dengan kepemilikan $<$ 5%	304.265.000	30.426.500.000	10,00



Pada tanggal 3 Nopember 2014 terjadi *Private Placement* sehingga susunan permodalan menjadi sebagai berikut:

Keterangan	Saham Biasa Atas Nama		
	Nilai Nominal Rp 100 per saham		
	Jumlah Saham	Jumlah Nominal	%
Modal Dasar	8.040.000.000	804.000.000.000	
Jumlah Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh	3.042.649.384	304.264.938.400	100,00
Pemegang Saham dengan kepemilikan $\geq$ 5%			
PT First Media Tbk	1.020.809.186	102.080.918.600	33,55
Asia Link Dewa Pte Ltd	1.017.766.198	101.776.619.800	33,45
Pemegang Saham dengan kepemilikan $<$ 5%	1.004.074.000	100.407.400.000	33,00

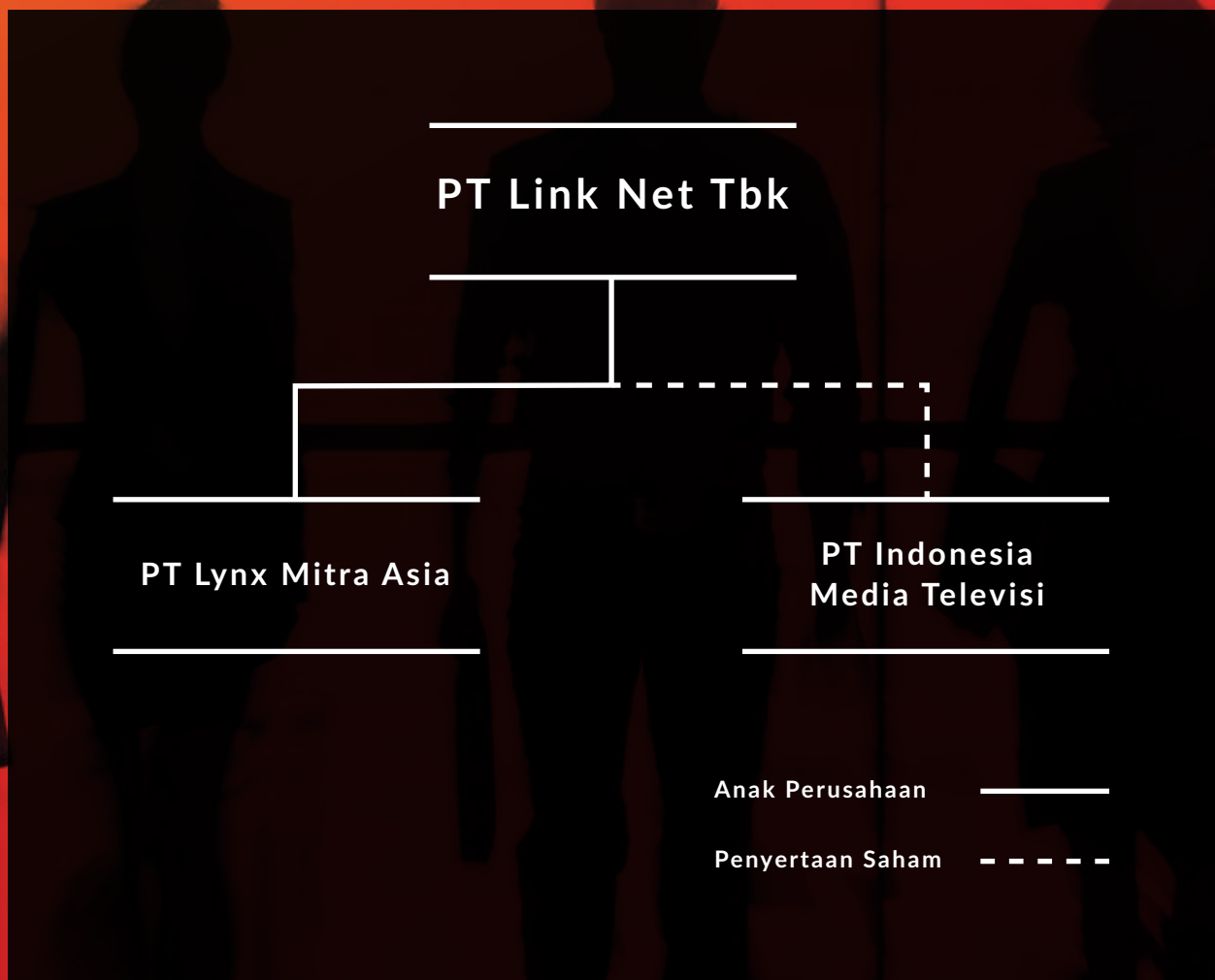
Pada tanggal 31 Desember 2014 susunan permodalan Perseroan sesuai Daftar Pemegang Saham yang dikeluarkan oleh PT Sharestar Indonesia selaku Biro Administrasi Efek Perseroan sebagai berikut:

Keterangan	Saham Biasa Atas Nama		
	Nilai Nominal Rp 100 per saham		
	Jumlah Saham	Jumlah Nominal	%
Modal Dasar	8.040.000.000	804.000.000.000	
Jumlah Modal Ditempatkan dan Disetor Penuh	3.042.649.384	304.264.938.400	100,00
Pemegang Saham dengan kepemilikan $\geq$ 5%			
PT First Media Tbk	1.029.079.186	102.907.918.600	33,82
Asia Link Dewa Pte Ltd	1.017.766.198	101.776.619.800	33,45
Pemegang Saham dengan kepemilikan $<$ 5%	995.804.000	99.580.400.000	32,73

---

# INFORMASI PERUSAHAAN DAN ENTITAS ANAK PERUSAHAAN

---



---

## PT LINK NET TBK

---

Gedung BeritaSatu Plaza Lantai 4  
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35-36  
Jakarta 12950 – Indonesia

### PENDIRIAN DAN BIDANG USAHA:

Perseroan didirikan pada tahun 1996 dengan bidang usaha penyelenggaraan jaringan tetap berbasis kabel, jasa multimedia, internet serta jasa konsultasi manajemen bisnis.

### PENYERTAAN SAHAM

Perseroan memiliki 1 (satu) anak perusahaan yaitu PT Lynx Mitra Asia dan 1 (satu) penyertaan saham pada PT Indonesia Media Televisi.

### AKUNTAN PUBLIK

#### **Aryanto, Amir, Jusuf, Mawar & Saptoto**

Plaza ASIA Lantai 10 & 11  
Jl. Jend. Sudirman Kav.59, Jakarta 12190, Indonesia  
Telepon (62-21) 5140 1340  
Faksimili (62-21) 5140 1350

### BIRO ADMINISTRASI EFEK

#### **PT Sharestar Indonesia**

Gedung BeritaSatu Plaza Lantai 7  
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav.35-36, Jakarta 12950,  
Indonesia  
Telepon (62-21) 527 7966  
Faksimili (62-21) 527 7967

### KODE EMITEN DI BURSA EFEK INDONESIA

LINK

### KEPEMILIKAN SAHAM:

PT First Media Tbk memiliki 33,82% saham, Asia Link  
Dewa Pte. Ltd. memiliki 33,45% saham dan sebesar  
32,73% saham dimiliki oleh masyarakat dalam Link Net.

### DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

Presiden Komisaris	: Ali Chendra
Komisaris Independen	: Bintan Regen Saragih
Komisaris Independen	: Jonathan Limbong Parapak
Komisaris	: Edward Daniel Horowitz
Komisaris	: Lorne Rupert Somerville
Presiden Direktur	: Roberto Fernandez Feliciano
Direktur Independen	: Henry Jani Liando
Direktur	: Dicky Setiadi Moechtar
Direktur	: Sigit Prasetya
Direktur	: Andy Nugroho Purwohardono

---

## PT Indonesia Media Televisi

---



Gedung BeritaSatu Plaza Lantai 2  
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 35 – 36  
Jakarta 12950

### **PENDIRIAN DAN BIDANG USAHA** *Establishment and Line of Business*

PT Indonesia Media Televisi (IMTV) didirikan pada tahun 2007 dan menjalankan kegiatan usahanya di bidang jasa penyiaran televisi berlangganan melalui satelit.

*PT Indonesia Media Televisi (IMTV) was established in 2007 with the line of business of subscription television services by satellite.*

### **KEPEMILIKAN SAHAM** *Share Ownership*

Penyertaan Perseroan dalam IMTV adalah sebesar 15% saham, PT Multipolar Multimedia Prima sebesar 65% saham, PT Tigayasa Multinasional sebesar 15% saham dan Mitsui & Co. (Asia Pacific) Pte. Ltd. sebesar 5% saham.

*Investment percentage of the Company in IMTV is equal to 15 % shares, PT Multipolar Multimedia Prima equal to 65% shares, PT Tigayasa Multinasional equal to 15% shares and Mitsui & Co. (Asia Pacific) Pte. Ltd. equal to 5% shares.*

### **MANAJEMEN/Management**

#### **Presiden Komisaris/President Commissioner**

Harijono Suwarno

#### **Komisaris/Commissioner**

Reynold Pena Ong

Dewi Dharma Yanti

Lina Haryanti Latif

#### **Presiden Direktur/President Director**

Ali Chendra

#### **Direktur/Director**

Poon Sui Meng

Marcelus Ardiwinata

Djony Rosnipa

Chrysologus RN Sinulingga

---

## PT Lynx Mitra Asia

---



Wisma GKBI Suite 3901  
Jl. Jend. Sudirman No 28  
Jakarta 10210

### **PENDIRIAN DAN BIDANG USAHA** *Establishment and Line of Business*

PT Lynx Mitra Asia (LMA) didirikan pada tahun 2008 dan menjalankan kegiatan usahanya di bidang penyelenggaraan jasa interkoneksi internet.

*PT Lynx Mitra Asia (LMA) was established in 2008 with the line of business of network access point services.*

### **KEPEMILIKAN SAHAM** *Share Ownership*

Perseroan memiliki 65% saham LMA dan PT Graha Investama Andalan Terpadu memiliki 35% saham.

*The Company has 65% shares in LMA and 35% shares is owned by PT Graha Investama Andalan Terpadu.*

### **MANAJEMEN/Management**

**Komisaris/Commissioner**  
Dewi Dharma Yanti

**Direktur/Director**  
Rony Ardhyta Soetedjo

# 2

---

## SAMBUTAN DEWAN KOMISARIS

---



---

# SAMBUTAN DEWAN KOMISARIS

---

---

Pemegang Saham yang Terhormat,

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa bahwa di akhir tahun 2014 kami dapat melampaui ekspektasi kinerja operasional dengan baik. Pada bulan Juni tahun 2014, Link Net telah berhasil melakukan peluncuran saham perdana ke publik atau IPO (*Initial Public Offering*). Peluncuran saham perdana merupakan bentuk komunikasi positif kepada publik dari Perseroan yang selalu memegang komitmen untuk senantiasa membantu pemerintah dalam pembangunan Indonesia melalui jaringan teknologi informasi dan komunikasi (TIK).

Pada bulan Oktober tahun 2014, kita juga patut bersyukur bahwa telah terpilih Presiden Republik Indonesia yang ketujuh, yaitu Bapak Joko Widodo beserta wakilnya Bapak Jusuf Kalla, sebagai pemimpin Negara Kesatuan Republik Indonesia. Dengan adanya pemimpin baru di Negara Kesatuan Republik Indonesia, diharapkan atmosfer perekonomian, sosial, dan politik bisa menjadi lebih baik dan menciptakan lingkungan ekonomi makro maupun mikro yang kondusif bagi Republik Indonesia. Harapannya kinerja investasi serta kemakmuran ekonomi dapat tercipta sesuai dengan kerinduan masyarakat Indonesia selama ini.

---

---

## TREN TEKNOLOGI INTERNET

---

Dalam teori Piramida terdapat 5 tingkatan kebutuhan manusia, tingkat paling bawah menurut Abraham Maslow adalah kebutuhan paling dasar manusia yang disebut *psychological needs*, salah satunya adalah makanan, minuman, dan bernafas. Kebutuhan dasar ini yang akan selalu dicari manusia, tanpa tingkatan ini manusia tidak akan bisa naik ke tingkatan kebutuhan selanjutnya. Jika teori ini dikaitkan dengan era digital saat ini, dimana internet sudah masuk menjadi bagian paling dasar manusia mendampingi makanan, minuman, dan bernafas. Dapat disimpulkan bahwa internet sudah menjadi hal yang wajar masuk ke dalam bagian kehidupan manusia saat ini. Internet sudah menjadi bahan pokok layaknya sembako untuk menghidupi manusia.

Paparan teori dasar ini ternyata dibuktikan melalui survei internasional dari Cisco World Technology. Survei ini melibatkan responden mahasiswa dan profesional muda yang berusia 30 tahun kebawah di lebih dari 14 negara. Hasil kajian mengungkapkan, satu dari tiga mahasiswa dan karyawan yang disurvei (33%) mempercayai bahwa internet merupakan kebutuhan mendasar bagi manusia (menempati posisi yang sama pentingnya dengan udara, air, makanan dan tempat tinggal).

Hadirnya sambungan internet di dalam kehidupan manusia mengundang implikasi pada pengembangan teknologi internet itu sendiri. Pengembangan teknologi internet terlihat jelas dari transisi perpindahan *internet protocol* IPv4 menuju IPv6. Hal lain yang berkaitan dengan internet yakni hadirnya teknologi *cloud*



*computing* atau biasa disebut sebagai komputasi awan, yang mana teknologi ini menggunakan internet dan *server* yang jauh untuk menjaga atau mengelola data dan aplikasi. Dengan menggunakan komputasi awan, konsumen dan pelaku bisnis dapat menggunakan aplikasi tanpa melakukan instalasi, serta mengakses *file* pribadi mereka di komputer manapun, dengan akses internet. Teknologi ini meningkatkan efisiensi dengan memusatkan penyimpanan, memori, pemrosesan, dan *bandwidth*. Teknologi ini memanfaatkan sumber daya komputasi yang terkoneksi secara global melalui jaringan internet (*internet cloud*) dan *central remote server* untuk mengatur data dan aplikasi.

Selain *cloud computing*, tren penggunaan aplikasi *online* seperti *instant messaging*, *games*, jejaring sosial, berita *online*, *online banking*, pembelian produk *online*, dan *video streaming* akan semakin digemari oleh masyarakat internet (*Netizen*) dalam kehidupan sehari-hari. Ini dapat diartikan bahwa tren teknologi internet sudah dikombinasi antara kecepatan koneksi dan konten. Tidak heran jika masyarakat internet akan sangat boros dalam hal konsumsi volume data, dan lagi perilaku masyarakat internet akan banyak dikendalikan oleh aplikasi dalam interaksi sosial.

Fakta ledakan dalam konsumsi volume data dikaji oleh Ericsson di tahun 2013, kajian tersebut memperlihatkan total konsumsi *bandwidth* data per bulan untuk laptop rata-rata 3,3 GB, *tablet PC* 1 GB, dan *smartphone* 600 MB. Nantinya di tahun 2019, rata-rata trafik data akan lebih besar dalam hal konsumsi data. Konsumsi data per bulan untuk laptop akan menembus rata-rata 13 GB, di *tablet PC* sekitar 4,5 GB, dan di *smartphone* tumbuh jadi 2,2 GB. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa *video online* memiliki sumbangsih terbesar terhadap volume trafik data, dimana 25% dari total trafik *smartphone* dan 40% dari total trafik *tablet*.

---

## LINK NET UNTUK PEMBANGUNAN INDONESIA

---

Tujuan bernegara suatu bangsa adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakatnya. Untuk mencapai kemakmuran itu, salah satu caranya adalah dengan mewujudkan tingkat produktivitas yang tinggi agar terus meningkat di seluruh bidang ekonomi.

Jika suatu negara dapat mendorong produktivitas melalui peningkatan keterampilan dan teknologinya, maka kemakmuran akan meningkat. Pada sisi lain, jika ada halangan dalam meningkatkan produktivitas, maka ekonomi negara itu akan stagnan atau mundur. Bagaimanapun juga, Pemerintah mempunyai peran penting dalam membangun ekonomi yang produktif, di sisi lain swasta pun mempunyai peran yang fundamental. Salah satu hal yang penting di sektor ekonomi adalah penyeimbangan dan pemikiran kembali tentang peran pemerintah dan swasta.

Apabila merujuk pada Kerangka Desain “*Masterplan Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia*” (MP3EI). Salah satu unsur dari “Unsur Pengelolaan Mobilitas dalam Konektivitas Nasional” adalah informasi, yang menyangkut mobilitas informasi untuk kepentingan pembangunan wilayah yang saat ini sangat terkait dengan penguasaan teknologi informasi dan komunikasi. Ini merupakan bukti bahwa untuk membangun ekonomi yang makmur dibutuhkan pemantapan di sisi infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi agar dapat membentuk sistem yang terintegrasi.

Dalam hal ini, Perseroan merupakan perusahaan swasta yang ikut serta dalam pembangunan ekonomi Indonesia dalam implementasi jaringan *platform* internet. Partisipasi Perseroan dalam pembangunan bangsa Indonesia merupakan keinginan tulus dari Perseroan.

---

## KINERJA 2014 DAN TATA KELOLA PERUSAHAAN

---

Sepanjang tahun 2014, Perseroan telah mampu mengembangkan usahanya sesuai dengan visi dan misi perusahaan. Pengembangan usaha dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi terlihat dari perluasan jaringan kabel *Hybrid Fiber Coaxial* (HFC) di kota Jabodetabek, Bandung, Surabaya, dan Bali. Ditambah adanya program pemasaran dalam bentuk paket produk yang menarik, menciptakan *value proposition* yang unggul dibandingkan kompetitor.

Semua pencapaian di tahun 2014 berkat kerja keras Direksi yang berhasil memformulasi strategi usaha yang handal, serta pengaturan sumber daya manusia yang baik dengan menanamkan nilai sinergi. Kami bangga dan patut memberikan penghargaan atau apresiasi kepada seluruh jajaran Direksi dan segenap karyawan atas kinerjanya di tahun 2014.

Di sisi lain, Perseroan dapat meningkatkan kinerjanya dengan mengembangkan Tata Kelola Perusahaan yang Baik/*Good Corporate Governance* (GCG) yang terus disesuaikan dengan tantangan dan perubahan yang terjadi sesuai dengan masanya. Bagaimanapun juga penerapan Tata Kelola Perusahaan yang baik dapat mendorong kinerja perusahaan lebih baik dalam mencapai suatu target usaha.

Dewan Komisaris mendukung penuh segala upaya untuk memastikan penerapan tata kelola perusahaan yang baik di seluruh aspek kegiatan usaha Perseroan. Kami yakin bahwa penerapan tata kelola perusahaan merupakan proses yang harus dilaksanakan untuk memastikan kesinambungan usaha jangka panjang.

---

## KOMPOSISI DEWAN KOMISARIS DAN DIREKSI

---

Para Pemegang Saham Perseroan pada tanggal 11 April 2014 melalui Keputusan Para Pemegang Saham Di Luar Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Perseroan telah mengangkat sejumlah 5 (lima) orang anggota Dewan Komisaris yaitu: Ali Chendra sebagai Presiden Komisaris, Jonathan Limbong Parapak sebagai Komisaris Independen, Bintan Regen Saragih sebagai Komisaris Independen, Edward Daniel Horowitz sebagai Komisaris, dan Lorne Rupert Somerville sebagai Komisaris.

Sedangkan Direksi yang diangkat sejumlah 5 (lima) orang yaitu: Roberto Fernandez Feliciano sebagai Presiden Direktur, Henry Jani Liando sebagai Direktur Independen, Dicky Setiadi Moechtar sebagai Direktur, Sigit Prasetya sebagai Direktur, dan Andy Nugroho Purwohardono sebagai Direktur.

---

## PROSPEK TAHUN 2015

---

Dengan melihat tren ekonomi Indonesia yang terus meningkat, serta keseimbangan politik yang membaik, maka hal ini dapat menunjang laju investasi dan produktivitas ekonomi di Indonesia. Lingkungan makro yang kondusif ini dapat memberikan rangsangan positif untuk perkembangan bisnis Perseroan di tahun 2015. Lebih daripada itu, Perseroan merupakan salah satu perusahaan yang berada di barisan depan dalam pembangunan Indonesia yang terkoneksi untuk membuat perekonomian Indonesia semakin berjaya di masa depan. Keberhasilan Perseroan akan menjadi bagian dari penyangga Pilar Ekonomi Indonesia di masa mendatang.

---

## APRESIASI

---

Dalam kesempatan ini, kami sampaikan pula ucapan terima kasih kepada para pemegang saham yang terhormat. Kami masih terus berharap dukungan Anda agar Perseroan dapat menjadi salah satu kekuatan penyedia layanan jaringan dan internet *broadband* di Indonesia, dapat terus maju dan berkontribusi kepada kemajuan ekonomi Indonesia, sekaligus memberikan layanan jaringan dan internet *broadband* sebagai alat untuk mendorong sarana pendidikan, hiburan, dan perdagangan untuk kemajuan bangsa Indonesia.

Atas nama Dewan Komisaris, saya menyampaikan penghargaan yang tulus kepada Direksi dan seluruh jajaran manajemen dan karyawan Perseroan atas pencapaian dan prestasi di tahun 2014. Bersamaan dengan itu, Kami juga ucapkan selamat bekerja untuk rencana kerja tahun 2015.

Untuk dan atas nama Dewan Komisaris  
PT Link Net Tbk

**Ali Chendra**  
Presiden Komisaris

---

# PROFIL DEWAN KOMISARIS

---

**Ali Chendra**

Presiden Komisaris

---



**Bintan Regen Saragih**

Komisaris Independen

---



**Jonathan Limbong Parapak**

Komisaris Independen

---



**Lorne Rupert Somerville**

Komisaris

---



**Edward Daniel Horowitz**

Komisaris

---





---

## **Ali Chendra**

### **Presiden Komisaris**

---

Beliau diangkat sebagai Presiden Komisaris Perseroan pada tahun 2013. Bapak Chendra memulai karirnya sebagai Staf Teknis di PT Metrodata / Wang Komputer (1979 - 1983). Dia kemudian memegang posisi Direktur PT Total data (1983 - 1993), Direktur PT Telplus Digitalindo dan PT Telepoint Nusantara (1993 - 1999), menjabat berbagai posisi di MNC Group (2001 - 2009), Group Managing Director di PT Infracom Telesarana (2009 - 2012) dan Presiden Komisaris PT Skybee Tbk (2009-2012). Beliau saat ini memegang posisi Presiden Direktur PT Indonesia Media Televisi (2012 - sekarang), Komisaris PT Matahari Putra Prima Tbk (2013 - sekarang), Presiden Direktur PT First Media Tbk (2013- sekarang) dan Wakil Presiden Komisaris PT Multipolar Technology Tbk (2014 - sekarang). Bapak Chendra meraih gelar Diploma Teknologi Komputer dari Control Data Institute, Toronto.



---

### **Bintang Regen Saragih** Komisaris Independen

---

Beliau diangkat sebagai Komisaris Independen Perseroan pada tahun 2013. Bapak Saragih memulai karirnya sebagai Dosen di Universitas Indonesia (1971-2006), Narasumber untuk Otonomi Daerah untuk di Menteri Negara Pendayaan Aparatur Negara (1996 - 1997), Narasumber untuk Tim Pengelolaan Studi Evaluasi dan Pengkajian Reformasi Pemerintahan Daerah di Departemen dalam Negeri RI (1999 - 2000), Tim Pakar Pembentukan dan Penyelesaian RUU Bidang Politik Kementerian dalam Negeri RI (2002 - 2003) dan Tim Ahli Independen Bidang Pertanahan di Kementerian dalam Negeri RI (2005-2006). Beliau saat ini memegang posisi Dekan Fakultas Hukum di Universitas Pelita Harapan (2004 - sekarang) dan Presiden Komisaris PT Lippo General Insurance Tbk (2013 - sekarang). Bapak Saragih meraih gelar Doktor Ilmu Hukum dari Universitas Padjajaran dan gelar Sarjana Hukum dari Universitas Indonesia.



---

### **Jonathan Limbong Parapak** Komisaris Independen

---

Beliau diangkat sebagai Komisaris Independen Perseroan pada tahun 2013. Bapak Parapak menjabat berbagai posisi sebagai Direktur Utama (1980-1991) dan kemudian Komisaris Utama (1991 - 2000) dari PT Indosat Tbk, Sekretaris Jenderal Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (1991 - 1998), Komisaris PT Siloam Health Care Grup Tbk. (2000 - 2004), Komisaris PT Bukit Sentul Tbk (2000 - 2004), Komisaris PT Pacific Utama Tbk (2000 - 2004), Presiden Komisaris PT AsiaNet (2000 - 2009), Presiden Komisaris PT First Media Tbk (2000 - 2009), Direktur Pasca Sarjana di Universitas Pelita Harapan (2003 - 2006), Komisaris Independen di PT Lippo Karawaci Tbk (2006 - 2013). Beliau saat ini memegang posisi Rektor di Universitas Pelita Harapan (2006 - sekarang), Komisaris Independen PT Matahari Department Store Tbk (2009 - sekarang), Komisaris Independen PT Multipolar Tbk (2001 - sekarang) dan Komisaris Independen PT Siloam International Hospitals Tbk (2014- sekarang). Bapak Parapak meraih gelar Wibawa Seroja Nugraha dari Ketahanan / Pertahanan Institute Nasional Indonesia, gelar Doktor Kehormatan, gelar Master of Engineering Science dan gelar Bachelor of Electrical Engineering Communications dari University of Tasmania.





---

## **Edward Daniel Horowitz**

**Komisaris**

---

Beliau diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tahun 2011. Bapak Horowitz memulai karirnya sebagai Direktur Teknik, kemudian sebagai Vice President Sales and Marketing of Central Region dan terakhir sebagai Senior Vice President Network Operations dan New Business Development di Home Box Office (1974-1989). Dia kemudian memegang posisi Chairman dan CEO Viacom New Media, Chairman dan CEO Viacom Broadcast dan Senior Vice President of Technology and Operations di Viacom Inc. (1989 - 1997). Dia kemudian memegang posisi Executive Vice President Citigroup dan Founder dan Chairman e-Citi Citigroup (1997 - 2000), Founder dan Chairman EdsLink LLC (2000 - 2005), Presiden dan CEO SES Americom SES Luxembourg (2005 - 2008) dan Co-CEO Encompass Digital Media (2013-2014). Beliau saat ini memegang posisi Founder dan Chairman EdsLink LLC (2008 - sekarang), Founding Investor dan Direktur di The Tennis Channel (2009 - sekarang), Co-Founder dan Direktur di US Space LCC (2009 - sekarang), Direktur Encompass Digital Media (2010 - sekarang) dan Chairman Fairpoint Communications (2011 - sekarang). Bapak Horowitz meraih gelar Master of Business Administration dari Columbia University dan gelar Bachelor of Science Degree in Physics dari City College of New York.



---

## **Lorne Rupert Somerville**

**Komisaris**

---

Beliau diangkat sebagai Komisaris Perseroan pada tahun 2011. Bapak Somerville memulai karirnya di Swisscom AG sebagai Head of Swisscom International (1996-2001). Beliau kemudian memegang posisi Joint Global Head of Telecoms dan Head of the European Communications Group di UBS AG (2001 - 2008), Partner dan Head of Telecoms, Media dan Technology di CVC Capital Partners Limited (2008 - sekarang), Direktur Sunrise Communications AG (2010 - sekarang) dan Direktur Hong Kong Broadband Network Limited (2012 - sekarang). Bapak Somerville meraih gelar Master of Business Administration dari IMD, Swiss dan gelar Master of Arts in Computer Sciences dari University of Cambridge.

# 3

---

## LAPORAN DIREKSI

---



---

Salam hormat dari Link Net,  
Saya dengan bangga menyampaikan bahwa pada tahun 2014, pendapatan, keuntungan dan kekuatan operasional dari Perseroan terus mengalami peningkatan yang signifikan.

Ketatnya persaingan usaha dalam industri ini, mendorong Perseroan untuk terus mempertahankan posisi penting Perseroan pada pasar dan kekuatan finansial Perseroan. Kinerja Link Net di tahun 2014 merupakan bukti dari komitmen Perseroan yang terus memberikan layanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya, yaitu dengan cara meng-*upgrade* jaringan, melakukan penetrasi pasar yang lebih baik, menyediakan konten kelas dunia, dan menyediakan produk serta layanan baru yang inovatif. Kami akan terus melakukan perbaikan untuk memberikan pelayanan yang terbaik guna memenuhi permintaan dari konsumen di Indonesia yang terus berkembang.

---

---

## **LINK TO THE WORLD**

---

Laporan tahun 2014 ini mengangkat tema "*Link to the World*" sebagai bentuk karakter Perseroan yang selalu bekerja keras dalam menyediakan jaringan internet *broadband* kelas dunia yang tiada duanya.

Sampai dengan saat ini, jumlah pengguna internet jika dibandingkan dengan total populasi penduduk di Indonesia masih sangat rendah dibandingkan dengan negara lainnya. Pada tahun 2013, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 71,19 juta pengguna, sementara penetrasi internet Indonesia hanya sekitar 28% dari jumlah penduduk Indonesia. Dengan hasil tersebut, maka langkah Indonesia untuk menyesuaikan tuntutan *Millennium Development Goal's* (MDGs) yang juga disepakati *International Telecom Union* (ITU), bahwa pada tahun 2015 penduduk Indonesia diharuskan melek internet sebesar 50%. Jelas, masih ada sisa 22% atau 52 juta lagi yang harus dicapai oleh Indonesia untuk dapat memenuhi tuntutan tersebut. Dengan jaringan yang semakin luas dan kuat, Link Net akan terus berusaha meraih bagian terbesar dari sisa 22% tersebut.

Sebagai sarana untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, segala upaya dilakukan oleh

pemerintah dan pihak swasta secara bersama-sama untuk membangun infrastruktur negara dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Upaya ini memungkinkan semua orang untuk mendapatkan akses internet yang lebih besar dari yang diharapkan. Selain mempromosikan industri perdagangan, internet juga telah terbukti menjadi media yang layak untuk pendidikan, kesehatan, dan hiburan lintas batas dan waktu.

---

## KINERJA USAHA 2014

---

### **Pengembangan Bisnis**

Pada tahun 2014 Perseroan terus memperluas jaringan dan area jangkauannya. Jaringan kabel *Hybrid Fiber Coaxial* (HFC) Link Net berkembang dari 1,2 juta rumah yang terlewati kabel (*homes passed*) di tahun 2013, menjadi sekitar 1,4 juta *homes passed*.

Selain pelanggan perumahan, jumlah pelanggan korporasi pada gedung-gedung yang ada di Jakarta juga mengalami peningkatan. Dengan target khusus yaitu pelanggan korporasi, Link Net menghadirkan jaringan MPLS (*Multiprotocol Label Switching*) *Metro Ethernet*. Sampai dengan saat ini, program tersebut telah berhasil menjangkau 98 gedung perkantoran di kawasan Segitiga Emas Jakarta. Dengan adanya jaringan baru ini, Link Net

menyasar pasar yang beragam dan memperkenalkannya kepada para pengguna perkantoran, kecepatan dan kualitas layanan yang tak tertandingi yang dapat dinikmati dengan nyaman layaknya di rumah.

### **Manajemen Sumber Daya Manusia**

Suatu perangkat keras perusahaan hanya dapat beroperasi dengan baik apabila terdapat perangkat lunak yang mendukungnya. Oleh karena itu, Link Net sebagai sebuah perusahaan selalu berupaya untuk memberikan perhatian utama pada pengembangan sumber daya manusia yang ada di dalamnya. Selain membangun kemampuan profesional, upaya Perseroan ini juga dirancang untuk mendorong setiap karyawan agar dapat berkontribusi lebih pada tempatnya bekerja.

Link Net bergerak dalam industri yang sangat kompetitif. Untuk selalu menjadi yang terdepan, Perseroan berupaya untuk mengembangkan budaya kerja yang menghasilkan produktivitas yang tinggi serta profesional pada setiap karyawan. Program pelatihan meliputi pengembangan profesional dan kursus peningkatan keterampilan teknis serta pelatihan lainnya.

Para karyawan selalu dievaluasi setiap tahunnya dan jenjang karir para karyawan akan terus dipantau guna mendapatkan kesempatan promosi di Perseroan. Kebijakan sumber daya manusia di Link Net dirancang untuk menjamin kesempatan yang sama atas promosi yang tersedia, dan akan selalu didasarkan pada setiap prestasi dari individu.

### **Kinerja Keuangan**

Pada tahun 2014, Perseroan mampu meraih pendapatan Rp. 2.135.958 juta, meningkat sebesar 28,3% dari tahun sebelumnya. Jumlah pelanggan untuk pelanggan internet meningkat dari sebesar 333 ribu di tahun 2013, menjadi 392 ribu di tahun 2014.

Laba komprehensif tahun berjalan mengalami kenaikan dari Rp 362.169 juta di tahun 2013 menjadi Rp 557.887 juta di tahun 2014. Total aset per tanggal 31 Desember 2014 sejumlah Rp 3.742.005 juta, yang mengalami peningkatan sebesar 16,0% dibandingkan dengan total aset per 31 Desember 2013.

Total ekuitas Perseroan per tanggal 31 Desember 2014 sejumlah Rp 3.034.758 juta, mengalami peningkatan sebesar Rp 515.690 juta atau 20,5% dibandingkan dengan total ekuitas per tanggal 31 Desember 2013, yaitu sebesar Rp 2.519.068 juta. Peningkatan tersebut disebabkan oleh nilai laba komprehensif yang diperoleh Perseroan pada tahun 2014.

### **Tata Kelola Perusahaan**

Link Net yakin dan percaya bahwa kepatuhan terhadap tata kelola perusahaan dengan standar yang tinggi merupakan bagian utuh untuk menciptakan nilai-nilai pemegang saham serta kepuasan karyawan dalam jangka panjang.

Bertekad untuk menjadi salah satu perusahaan yang paling disegani di negeri ini, kami berkomitmen untuk menjalankan pengurusan perusahaan dengan baik dan transparan seraya memberikan yang terbaik untuk seluruh para pemangku kepentingan.

Pelaksanaan tata kelola perusahaan di Link Net pada prinsipnya terkandung dalam Anggaran Dasarnya dan peraturan perundang-undangan serta perubahannya. Kami berkomitmen untuk menjunjung tinggi integritas, transparansi, dan jajaran Dewan dan tim manajemen yang berfungsi baik, yang berkomitmen untuk memberikan perlakuan yang sama bagi seluruh pemegang saham dan berbagai pemangku kepentingan.

Selain itu, kami memiliki departemen bagian hukum, yaitu Divisi *Corporate Legal* yang bekerja untuk memastikan kepatuhan terhadap semua peraturan yang berlaku.

---

## APRESIASI

---

Sebagai penutup, saya ingin berterima kasih kepada jajaran Direksi, manajemen, dan karyawan atas kontribusinya sepanjang tahun ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh mitra bisnis dan supplier kami atas dukungan mereka, pelanggan kami atas dukungan yang terus-menerus, dan para pemegang saham atas kepercayaan dan keyakinan mereka di Link Net dan kepada manajemen. Kami berharap untuk terus selalu mendapat kepercayaan dan kami bertekad untuk menjaga Perusahaan agar terus bergerak maju.

Untuk dan atas nama Direksi  
PT Link Net Tbk

**Roberto Fernandez Feliciano**  
Presiden Direktur

---

# PROFIL DIREKSI

---

**Henry Jani Liando**  
Direktur Independen

---

**Roberto Fernandez Feliciano**  
Presiden Direktur

---

**Dicky Setiadi Moechtar**  
Direktur

---





**Andy Nugroho Purwohardono**  
Direktur

---



**Sigit Prasetya**  
Direktur

---





---

## **Roberto Fernandez Feliciano**

### **Presiden Direktur**

---

Beliau diangkat sebagai Direktur Perseroan pada tahun 2011. Bapak Feliciano memulai karirnya sebagai trainee di OESCO International di Manila (1976-1977). Dia kemudian menjabat sebagai Project Assistant (1977-1978) di M Kruger Ltd. Dia kemudian menjabat sebagai Country Head of Representative di Bangkok, Thailand pada Hanover Trust Bank (1980-1991). Beliau kemudian menjabat sebagai Associate Director Corporate Finance di PT Lippo Securities Tbk (1992 - 1995), Direktur PT Lippo Pacific Finance (1995 - 1999), Direktur Lippo Life (Non Board) (1999 - 2000), Komisaris PT Lippo General Insurance Tbk (2000 - 2005), Direktur PT Lippo E-Net Tbk (2000 - 2005), Direktur PT Bank Lippo Tbk (Non Board) (2005), CEO dan Direktur PT First Media Tbk (2006-2008), Group Direktur di Siloam Hospitals (2008 - 2009) dan Direktur PT Lippo Karawaci Tbk (2010-2014). Dia sekarang menjabat sebagai Presiden Komisaris PT First Media Television (2011 - sekarang). Bapak Feliciano meraih gelar Master of Business Administration dari Babson College dan gelar Bachelor of Science in Business Administration dari Ateneo De Manila University.



---

**Dicky Setiadi Moechtar**  
Direktur

---

Beliau diangkat sebagai Direktur Perseroan pada tahun 2011. Bapak Moechtar memulai karirnya dengan bekerja di berbagai posisi, termasuk Programmer (1984-1986) dan kemudian Assistant Manager dan System Analyst (1986-1991) di PT Bank Pertiama Indonesia. Beliau juga memegang berbagai posisi di beberapa departemen (1993 - 1999) dan kemudian Managing Director IT, Operation, General Affair, Asset Administration, dan Distribution Financial Services (1999 - 2002) di PT Bank Lippo Tbk. Dia juga menjabat sebagai Direktur PT Multipolar Corporation Tbk (2002 - 2008) dan Komisaris PT Link Net (2009-2011). Beliau sekarang memegang posisi Direktur PT First Media Tbk (2006 - sekarang), Presiden Direktur PT First Media Television (2012 - sekarang), Komisaris PT Delta Nusantara Networks (2012 - sekarang), Direktur PT Bintang Merah Perkasa Abadi (2013 - sekarang), Komisaris PT First Media News (2008 - sekarang) dan Komisaris PT Margayu Vatri Chantiqa (2008 - sekarang). Bapak Moechtar meraih gelar Sarjana Ilmu Komputer dari Universitas Des Saarlandes.



---

**Henry Jani Liando**  
Direktur Independen

---

Beliau diangkat sebagai Direktur Independen Perseroan pada tahun 2013. Bapak Liando memulai karirnya sebagai Head of Planning di Bank Sumitomo Niaga (1990-1993) dan kemudian memegang posisi Head of Finance American Express TRS (1993-1996), Financial Controller (1996-2004), dan terakhir menjabat sebagai CFO dan Treasurer (1996 - 2008) di Citibank dan Direktur PT Matahari Putra Prima Tbk (2008 - 2010). Saat ini beliau menjabat sebagai Komisaris PT Matahari Department Store Tbk (2010 - sekarang) dan Komisaris PT First Media Television (2011 - sekarang). Bapak Liando meraih gelar Master of Business Administration Degree in Finance dari Oregon State University dan Sarjana Teknik di bidang Teknik Kimia dari Institut Teknologi Bandung.



---

## **Sigit Prasetya**

**Direktur**

---

Beliau diangkat sebagai Direktur Perseroan pada tahun 2011. Bapak Prasetya memulai karirnya sebagai Assistant Manager di Divisi Kartu Kredit Citibank (1991-1992). Dia kemudian memegang peran Sales Manager di Peregrine Sewu Securities (1995 - 1996), Engagement Manager di Booz Allen Hamilton (1996 - 1999), Executive Director dan Head of Investment Banking di Morgan Stanley Indonesia (1999 - 2006), Senior Pricipal dan Head of Southeast Asia di Henderson Private Capital (2006 - 2007) dan Direktur (2010 - 2014) dan Komisaris (2014 - sekarang) di PT Matahari Department Store. Beliau saat ini memegang peran Managing Partner CVC Asia Pacific (Singapore) Pte. Ltd (2007 - sekarang), Direktur Amtek Engineering Ltd (2007 - sekarang), Direktur di Magnum Berhad (2011 - sekarang) dan Direktur di QSR Brands (M) Holdings Sdn Bhd (2012 - sekarang). Bapak Prasetya meraih gelar Master of Business Administration dari University of New South Wales dan gelar Sarjana Matematika dari Institut Teknologi Bandung



---

## **Andy Nugroho Purwohardono**

**Direktur**

---

Beliau diangkat sebagai Direktur Perseroan pada tahun 2013. Bapak Purwohardono memulai karirnya sebagai Industrial Engineer di Intel Corp di Oregon, Amerika Serikat (1991-1992). Dia kemudian memegang posisi Corporate Finance Officer di PT OCBC Sikap Securities (1994 - 1995), Assistant Manager di PT Peregrine Securities (1995), Director of Sales di PT SG Securities (1995-2002), Senior Vice President di ABN Amro Bank (2002 - 2003), Presiden Direktur di PT Danareksa Sekuritas (2003 - 2009), Presiden Direktur di PT Morgan Stanley Asia Indonesia (2009 - 2013) dan Managing Director di CVC Asia Pacific (Singapore) Pte. Ltd (2013-sekarang). Beliau saat ini menjadi Managing Director di (2014 - sekarang) CVC Asia Pacific Limited's Indonesia Representative dan Direktur di Matahari Department Store Tbk (2014 - sekarang). Bapak Purwohardono meraih gelar Master of Business Administration dari University of Texas dan gelar Bachelor of Science di bidang Industrial Engineering dari Oregon State University.

# 4

---

## ANALISA DAN PEMBAHASAN MANAJEMEN

---



## IKHTISAR

2014 adalah tahun di mana Perseroan kembali mencapai rekor pertumbuhan dan profitabilitas. Perseroan mempertahankan posisinya sebagai Operator berskala terkemuka dalam pasar *broadband* (pita lebar) berkualitas dan televisi kabel di Indonesia yang menyediakan layanan internet berkecepatan tinggi, televisi dan media melalui teknologi muktahir yang menggunakan kabel serat optik dan kabel *coaxial*.

Perseroan memasarkan layanannya terutama melalui paket *combo* dari beberapa layanan. Pada 31 Desember 2014, Perseroan melayani sebagian besar pelanggan perumahan yang berlangganan satu atau lebih dari dua layanan berlangganan utama Perseroan (internet *broadband* dan televisi kabel) dengan jumlah pelanggan sekitar 755 ribu. Pada 31 Desember 2014, sekitar 93% dari pelanggan perumahan Perseroan berlangganan kedua layanan utama tersebut.

Jumlah pelanggan internet *broadband* meningkat dari 333 ribu menjadi 392 ribu, sedangkan pelanggan televisi kabel meningkat dari 304 ribu\* menjadi 363 ribu\* dari tahun 2013 ke tahun 2014. Jumlah pelanggan Perseroan sebagian besar berasal dari area Jakarta dan sekitarnya dimana Perseroan terus berusaha meningkatkan penetrasi pada area ini. Di samping itu kenaikan jumlah pelanggan juga diperoleh dari Surabaya dan Bandung, seiring dengan perluasan dan penarikan jaringan Perseroan yang terus dilakukan pada kota-kota ini di tahun 2014.

Pada tahun 2014, Perseroan mencapai pertumbuhan pendapatan yang sangat signifikan, yaitu 28% dibandingkan tahun sebelumnya. Perseroan mempertahankan dan meningkatkan profitabilitasnya melalui keunggulan operasional dan disiplin keuangan. Marjin EBITDA yang disesuaikan Perseroan untuk tahun 2014 yang mencapai 58%, 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 2014. Perseroan juga terus mempertahankan posisi keuangan yang kuat.

Pada tanggal 30 Juni 2014, Perseroan mengakuisisi 178.750 saham atau 65% kepemilikan saham PT Lynx Mitra Asia (Anak Perusahaan) senilai Rp 1.787 juta.

Ikhtisar laporan keuangan Perseroan untuk tahun 2014 dan 2013 terdapat pada halaman 12. Pembahasan-pembahasan berikut ini merupakan penjelasan dan analisa atas akun-akun tertentu pada laporan keuangan Perseroan

Keterangan:

\*Tidak termasuk pelanggan komersial

## 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:

(Dalam Jutaan Rupiah)	2014	%	2013	%
<b>Biaya berlangganan dari:</b>				
Layanan internet <i>broadband</i> – Perumahan	941.042	44%	762.550	46%
Layanan internet <i>broadband</i> dan jaringan – Korporasi	255.751	12%	190.538	11%
Layanan televisi kabel	794.836	37%	552.521	33%
<b>Jumlah biaya berlangganan</b>	<b>1.991.629</b>	<b>93%</b>	<b>1.505.609</b>	<b>90%</b>
Pendapatan iklan	91.849	4%	94.301	6%
Lain-lain	52.480	3%	64.691	4%
<b>Jumlah Pendapatan</b>	<b>2.135.958</b>	<b>100%</b>	<b>1.664.601</b>	<b>100%</b>



Pendapatan dari biaya berlangganan bulanan dan iklan diakui ketika jasa diberikan. Pendapatan dari sewa jaringan diakui atas dasar garis lurus selama masa sewa.

Sepanjang tahun 2014, Perseroan memperoleh pendapatan sebesar Rp 2.135.958 juta, meningkat sebesar Rp 471.357 juta dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh penambahan jumlah pelanggan perumahan serta peningkatan pendapatan dari korporasi.

Jumlah biaya berlangganan di tahun 2014 sebesar Rp 1.991.629 juta mengalami kenaikan sebesar 32% dibandingkan tahun sebelumnya. Biaya berlangganan yang diperoleh dari layanan internet *broadband* dan jaringan memberikan kontribusi sebesar 56% dari jumlah pendapatan, dimana 44% diperoleh dari pelanggan perumahan dan sisanya diperoleh dari pelanggan korporasi. Biaya berlangganan dari layanan televisi kabel memberikan kontribusi sebesar 37% dari jumlah pendapatan.

Pendapatan internet *broadband* dari pelanggan perumahan di tahun 2014 sebesar Rp 941.042 juta mengalami kenaikan sebesar 23% dibandingkan tahun sebelumnya terutama karena pertumbuhan jumlah pelanggan sedangkan pendapatan internet *broadband* dari pelanggan korporasi mencapai Rp 255.751 juta di tahun 2014, naik sebesar 34% dibandingkan tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh pertumbuhan jumlah pelanggan korporasi.

Pendapatan layanan televisi kabel naik sebesar 44% pada tahun 2014, mencapai Rp 794.836 juta seiring dengan meningkatnya jumlah pelanggan dan pendapatan rata-rata bulanan per *user* atau pelanggan (*Average Revenue Per User/ARPU*) seperti yang dijelaskan di atas.

Perseroan terus melakukan penjualan iklan kepada berbagai perusahaan. Pendapatan iklan sebesar Rp 91.849 juta di tahun 2014 memberikan kontribusi sebesar 4% dari jumlah pendapatan Perseroan.

## 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:

(Dalam Jutaan Rupiah)	2014	2013
Pemrograman televisi kabel	254.266	188.150
Internet <i>broadband</i>	123.988	116.100
Lain-lain	96.156	49.056
<b>Jumlah beban pokok pendapatan**</b>	<b>474.410</b>	<b>353.306</b>
Persentase beban pokok pendapatan** terhadap pendapatan	22%	21%

Beban pokok pendapatan\*\* diakui pada saat terjadinya berdasarkan metode akrual.

Sepanjang tahun 2014, Perseroan mencatat jumlah beban pokok pendapatan\*\* sebesar Rp 474.410 juta, naik sebesar 34% dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Beban pokok pendapatan\*\* mengalami kenaikan yang lebih cepat dibandingkan kenaikan pendapatan karena kenaikan beban pemrograman dan beban internet *broadband* sehubungan dengan perluasan Perseroan, serta efek dari melemahnya nilai tukar Rupiah terhadap mata uang asing di mana beban pemrograman dan internet *broadband* sebagian besar dalam Dolar Amerika. Berdasarkan rata-rata nilai tukar sepanjang tahun, Rupiah melemah sebesar 13% pada tahun 2014 dibandingkan tahun sebelumnya.

Persentase beban pokok pendapatan\*\* terhadap pendapatan di tahun 2014 adalah 22%, naik dari 21% di tahun 2013.

Keterangan:

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

---

## **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 dan beban sewa.

Beban operasi sebesar Rp 430.418 juta di tahun 2014 turun sebesar Rp 6.092 juta dibandingkan tahun sebelumnya. Penurunan ini sebagian besar disebabkan oleh turunnya beban umum dan administrasi sebagai akibat dari efisiensi operasional Perseroan. Beban umum dan administrasi di tahun 2014 berjumlah Rp 286.084 juta atau Rp 8.117 juta lebih rendah dibandingkan tahun sebelumnya. Beban penjualan sejumlah Rp 144.334 juta di tahun 2014, naik sebesar Rp 2.025 juta atau 1% dibandingkan tahun lalu, terutama disebabkan beban yang lebih tinggi untuk menunjang perluasan tenaga penjualan guna memenuhi kenaikan penetrasi dan cakupan jaringan, serta kenaikan upah minimum.

---

## **BEBAN PENYUSUTAN DAN AMORTISASI**

---

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

Beban depresiasi dan amortisasi masing-masing berjumlah Rp 377.240 juta dan Rp 16.172 juta pada tahun 2014, masing-masing naik sebesar Rp 106.033 juta dan Rp 6.913 juta dibandingkan tahun sebelumnya. Kenaikan ini terutama disebabkan oleh meningkatnya investasi aset tetap, yang sebagian besar merupakan kabel jaringan serta *set-top-box* dan perangkat yang ditempatkan pada pelanggan dan 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 kerugian selisih kurs dan bunga pinjaman, terutama pinjaman pemasok dalam Dolar Amerika serta fasilitas kredit dari bank. Penghasilan keuangan sebagian besar terdiri dari pendapatan bunga atas deposito.

Beban keuangan sebesar Rp 55.728 juta di tahun 2014, turun sebesar Rp 65.075 juta atau 54% dibandingkan tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh turunnya kerugian selisih kurs di tahun 2014, pembayaran pinjaman pemasok setiap kuartal serta pembayaran fasilitas kredit dari bank pada akhir 2014.

Penghasilan keuangan sebesar Rp 17.605 juta pada tahun 2014 turun sebesar 28% dibandingkan tahun lalu, terutama disebabkan oleh lebih banyaknya kas pada rekening bank Perseroan yang memberikan penghasilan bunga yang lebih rendah.

---

## **BAGIAN KERUGIAN ENTITAS ASOSIASI**

---

Bagian kerugian entitas asosiasi merupakan bagian Perseroan atas kerugian IMTV, sebuah perusahaan dengan 15% kepemilikannya dipegang oleh Perseroan dan baru saja memulai operasi komersialnya pada akhir tahun 2013. Investasi ini dicatat oleh Perseroan dengan menggunakan metode ekuitas.

Bagian Perseroan atas kerugian IMTV masing-masing berjumlah Rp 43.228 juta dan Rp 10.016 juta pada tahun 2014 dan 2013.

---

## **LABA TAHUN BERJALAN DAN JUMLAH PENDAPATAN KOMPREHENSIF TAHUN BERJALAN**

---

Laba tahun berjalan dan jumlah pendapatan komprehensif pada tahun 2014 berjumlah Rp 557.887 juta, naik sebesar Rp 195.717 juta atau 54%

dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan ini sebagian besar disebabkan oleh kenaikan pendapatan yang signifikan, sebagian diimbangi dengan kenaikan beban yang terkait dengan perluasan jaringan Perseroan dan basis pelanggan seperti yang dijelaskan sebelumnya. Marjin laba tahun berjalan naik dari 22% di tahun 2013 menjadi 26% di tahun 2014.

---

## KONDISI LIKUIDITAS DAN KEUANGAN

---

Pada tanggal 31 Desember 2014, Perseroan memiliki jumlah aset sebesar Rp 3.742.005 juta, naik Rp 516.801 juta atau 16% dari tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh kenaikan aset tetap bersih. Jumlah penambahan aset tetap bersih pada tahun 2014 adalah Rp 398.561 juta, yang mana sejumlah Rp 298.475 juta merupakan aset yang berhubungan dengan jaringan layanan titik kontrol.

Pada tanggal 31 Desember 2014, jumlah aset lancar adalah Rp 574.906 juta, naik Rp 12.527 juta atau 2% dari tahun sebelumnya, sebagian disebabkan oleh berkurangnya PPN dibayar di muka. Pada akhir tahun 2014, Perseroan memiliki Utang PPN bersih.

Pada tanggal 31 Desember 2014, jumlah liabilitas adalah Rp 707.247 juta, secara substansial sama dengan tahun lalu.

Pada tanggal 31 Desember 2014, Perseroan mempunyai saldo kas dan setara kas sebesar Rp 358.658 juta dan pinjaman jangka panjang sebesar Rp 181.925 juta atau kas bersih sebesar Rp 176.733 juta (didefinisikan sebagai total kas dan setara kas dikurangi dengan pinjaman jangka panjang).

Pada tanggal 31 Desember 2013, Perseroan mempunyai saldo kas dan setara kas sebesar Rp 370.020 juta dan pinjaman jangka panjang sebesar Rp 276.458 juta atau kas bersih sebesar Rp 93.562 juta.

Kas bersih naik sebesar Rp 83.171 juta atau 89% dibandingkan dengan tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh penurunan pinjaman jangka panjang.

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 serta fasilitas pinjaman kredit *revolving*.

---

## ARUS KAS

---

Kas dan setara kas pada tahun 2014 menurun sebesar Rp 11.362 juta dibandingkan tahun sebelumnya, terutama disebabkan oleh kenaikan arus kas untuk investasi, khususnya belanja modal yang naik sebesar Rp 96.689 juta dibandingkan tahun sebelumnya.

Arus kas bersih yang diperoleh dari kegiatan operasi meningkat dari Rp 741.603 juta di tahun 2013 menjadi Rp 1.148.581 juta pada tahun 2014. Peningkatan ini sebagian besar disebabkan oleh lebih tingginya jumlah penerimaan dari pelanggan sebesar Rp 2.111.367 juta pada tahun 2014, sebagian diimbangi dengan peningkatan pembayaran kepada karyawan dan pemasok (seperti yang dijelaskan sebelumnya).

Arus kas bersih yang digunakan untuk kegiatan investasi meningkat dari Rp 864.532 juta di tahun 2013 menjadi Rp 1.005.654 juta di tahun 2014. Peningkatan ini terutama disebabkan oleh kenaikan belanja modal dan penambahan investasi pada entitas asosiasi di tahun 2014. Belanja modal sebagian besar terdiri dari belanja modal yang terkait dengan perluasan jaringan serta pembelian peralatan yang ditempatkan di rumah pelanggan, yang berjumlah Rp 953.154 juta pada tahun 2014.

Arus kas bersih yang digunakan untuk kegiatan pembiayaan turun dari Rp 325.107 juta di tahun 2013 menjadi Rp 155.936 juta pada tahun 2014. Penurunan ini terutama disebabkan oleh lebih sedikitnya penggunaan fasilitas kredit dibandingkan dengan pembayaran pinjaman yang didanai dari kegiatan operasi. Perolehan dari pinjaman berjumlah Rp 83.237 juta di tahun 2014, sedangkan pembayaran pinjaman berjumlah Rp 178.778 juta

---

## MANAJEMEN RESIKO 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 tanggal 31 Desember 2014, Perseroan belum menandatangani transaksi lindung nilai untuk mengelola risiko mata uang asingnya, akan tetapi sedang dalam tahap mengevaluasi hal sama sehubungan dengan regulasi baru yang akan berlaku efektif pada tahun 2015.

Pada tanggal 31 Desember 2014, jika Rupiah melemah/ menguat sebesar 5% terhadap Dolar Amerika dengan semua variabel lainnya dianggap tetap, laba setelah pajak untuk tahun 2014 akan menjadi Rp 9.619 juta lebih rendah/ lebih tinggi. Dampak terhadap ekuitas akan menjadi sama seperti dampak pada laba setelah pajak untuk tahun 2014.

---

## RISIKO KREDIT

---

Risiko kredit terutama timbul dari kas di bank, deposito berjangka dan piutang 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, peringkat kredit 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.

---

## RISIKO LIKUIDITAS

---

Risiko likuiditas timbul dari situasi di mana Perseroan sulit untuk memperoleh dana. Manajemen risiko likuiditas berarti menjaga kecukupan saldo kas dan setara kas. Perseroan mengelola risiko likuiditas dengan terus melakukan pengawasan arus kas baik prakiraan maupun aktual dan mencocokkan profil jatuh tempo aset dan liabilitas keuangan.

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

<i>(Dalam Jutaan Rupiah)</i>	<i>Satu Tahun</i>	<i>Antara satu dan dua tahun</i>	<i>Antara dua dan tiga tahun</i>	<i>Lebih dari tiga tahun</i>	<i>Arus kas yang tidak didiskontokan</i>
Utang usaha	112.746	-	-	-	112.746
Utang non-usaha	1.611	-	-	-	1.611
Akrual	169.668	-	-	-	169.668
Pinjaman jangka panjang	97.330	67.227	29.517	-	194.074
<b>Total</b>	<b>381.355</b>	<b>67.227</b>	<b>29.517</b>	-	<b>478.099</b>

---

---

## PANDANGAN

---

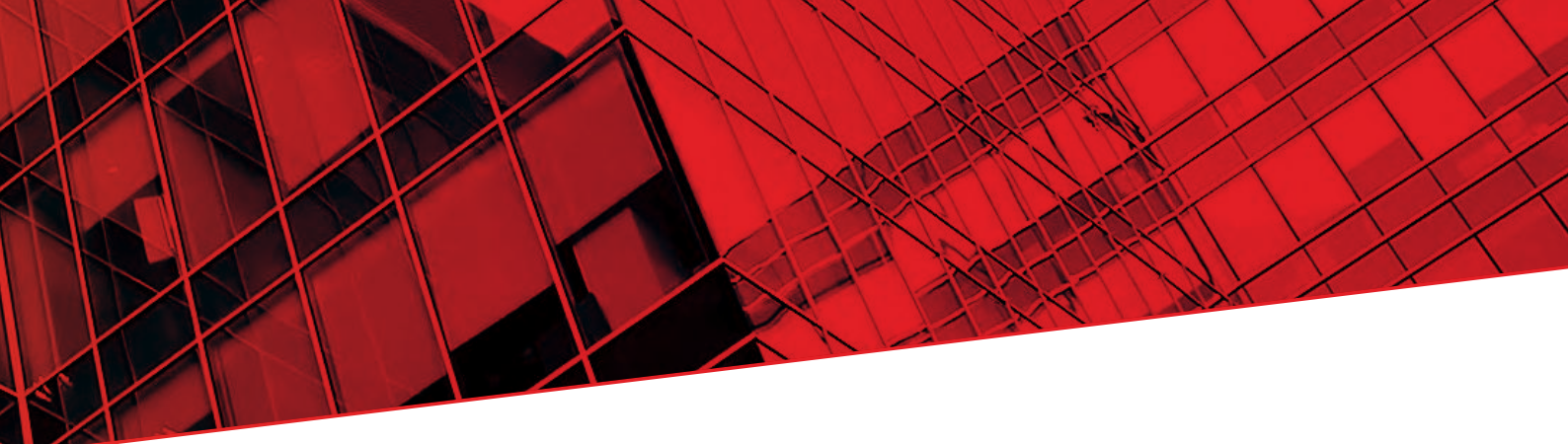
Kepemimpinan pasar dan kinerja operasional Perseroan akan terus memacu pertumbuhan Perseroan di masa yang akan datang. Penetrasi internet *broadband* dan televisi kabel di Indonesia masih tetap sangat rendah dan Perseroan memandang hal ini sebagai kesempatan pertumbuhan yang signifikan. Pertumbuhan segmen perumahan akan disebabkan oleh perluasan jaringan yang terus dilakukan Perseroan, kenaikan penetrasi pada area cakupan saat ini dan perbaikan-perbaikan lebih lanjut terhadap strategi produk Perseroan. Pertumbuhan korporasi akan disebabkan oleh peningkatan jumlah pelanggan korporasi serta kontribusi yang stabil dari pendapatan iklan. Di samping Perseroan akan terus memfokuskan area cakupan utamanya pada jangka menengah, Perseroan juga terus mengevaluasi kota-kota baru berdasarkan demografi dari kota tersebut dan profil potensi penghasilan keuangan.

Basis pelanggan Perseroan yang luas dan terus berkembang akan memberikan keuntungan bagi Perseroan dari skala ekonomi. Fokus Perseroan pada efisiensi operasional ini akan membawa Perseroan untuk mempertahankan tingkat profitabilitas yang tinggi dan menghasilkan arus kas yang kuat yang dapat diinvestasikan kembali untuk pertumbuhan jaringan Perseroan yang berkesinambungan.

# POTENSI PASAR

Perseroan berkeyakinan bahwa kegiatan usaha internet dan industri televisi berlangganan ini memiliki prospek yang cerah, hal ini dikarenakan berbagai faktor yang sangat menunjang bagi perkembangan kegiatan usaha ini, diantaranya adalah:

1. Indonesia merupakan negara keempat terbesar di Asia setelah Tiongkok, India, dan Jepang berdasarkan jumlah pengguna internet pada bulan Juni 2012, dengan jumlah sebanyak 55 juta pengguna. Namun demikian, penetrasi layanan internet di Indonesia dibandingkan dengan jumlah penduduknya masih rendah, yakni sebesar 22,1% per 30 Juni 2012, dibandingkan dengan negara-negara Asia terdekat yaitu, 60% – 78% di Malaysia, Singapura dan Brunei Darussalam (sumber: Internet World Statistic 30 Juni 2012). Namun demikian, infrastruktur internet makin berkembang dan meningkat serta jumlah pengguna internet di Indonesia telah meningkat dari sekitar 8 juta pengguna per 31 Desember 2003 menjadi sekitar 63 juta orang per 31 Desember 2012 (sumber: Statistik Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia/ APJII). APJII memproyeksikan bahwa Indonesia akan bertumbuh dengan *compounded annual growth rate* sebesar 30,18% pada periode 2012-2015. Perseroan berkeyakinan bahwa melihat proyeksi perkembangan tersebut, terdapat potensi yang cukup cerah.
2. Pertumbuhan internet di masa datang juga akan terpengaruh oleh pertumbuhan permintaan media sosial, aplikasi dan konten pada jaringan *online*. Layanan *instant messaging* merupakan aplikasi *online* yang populer, diikuti dengan jejaring sosial dan permainan. Indonesia merupakan pengguna Facebook terbesar kedua setelah India diantara negara-negara Asia (sumber: Internet World Statistic 30 Juni 2012). Tingkat penetrasi penggunaan pita lebar tetap (*fixed broadband*) dan pita lebar bergerak (*mobile broadband*) di Indonesia dibandingkan dengan jumlah per rumah masih rendah yaitu masing-masing, sekitar 5% dan 6% pada tahun 2013 (sumber: MediaRoute26, Issue 124, 20 Februari 2014).
3. Indonesia merupakan salah satu dari pasar televisi berlangganan dengan tingkat pertumbuhan tertinggi di wilayah Asia Pasifik, namun tingkat penetrasi keseluruhan masih rendah yaitu sekitar



7% pada tahun 2012, 9% pada tahun 2013 dan diperkirakan akan mencapai 12% pada tahun 2014. MPA memperkirakan bahwa pengguna televisi berlangganan akan tumbuh dengan cepat selama empat tahun ke depan, yang dipicu oleh kompetisi harga serta pemasaran yang agresif. Pendapatan rata-rata bulanan per *user* ("ARPU") di Indonesia telah turun lebih dari US\$13 pada tahun 2012 menjadi US\$12 pada tahun 2013 dan MPA memperkirakan akan bertahan pada AS\$12 pada tahun 2014, sementara pengguna televisi berlangganan telah tumbuh dari 2,4 juta pelanggan menjadi sekitar 3,4 juta pelanggan dari 2012 sampai dengan 2014, dan diperkirakan akan terus bertumbuh sampai dengan 4,4 juta pelanggan pada tahun 2014 (sumber: MediaRoute26, Issue 124, 20 Februari 2014).

4. Perkembangan teknologi digital juga memberikan prospek yang bagus untuk Perseroan. Teknologi HFC yang diterapkan memungkinkan Perseroan untuk mengakomodasikan perkembangan teknologi tersebut dengan produk-produk baru lainnya seperti *High Definition TV*, *3D High Definition TV*, *Home Banking*, *Home Shopping*, *Video on Demand* dan *Interactive Games*. Perseroan yakin produk-produk baru ini dapat diterapkan secara cepat di Indonesia dengan demikian menambah pendapatan untuk Perseroan.



# 5

---

## TINJAUAN OPERASIONAL

---

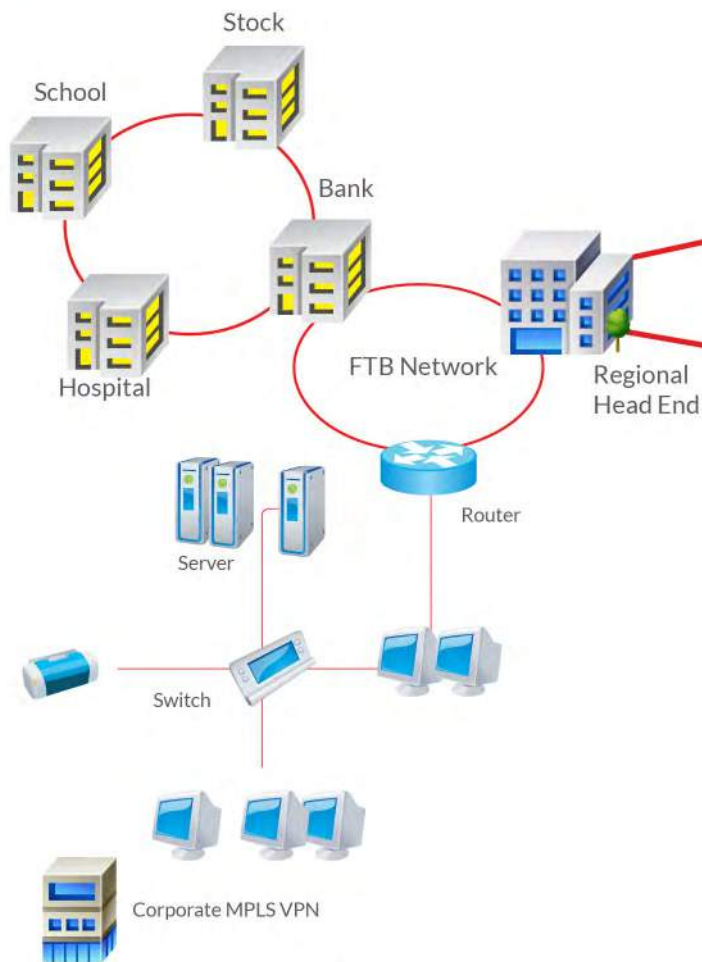
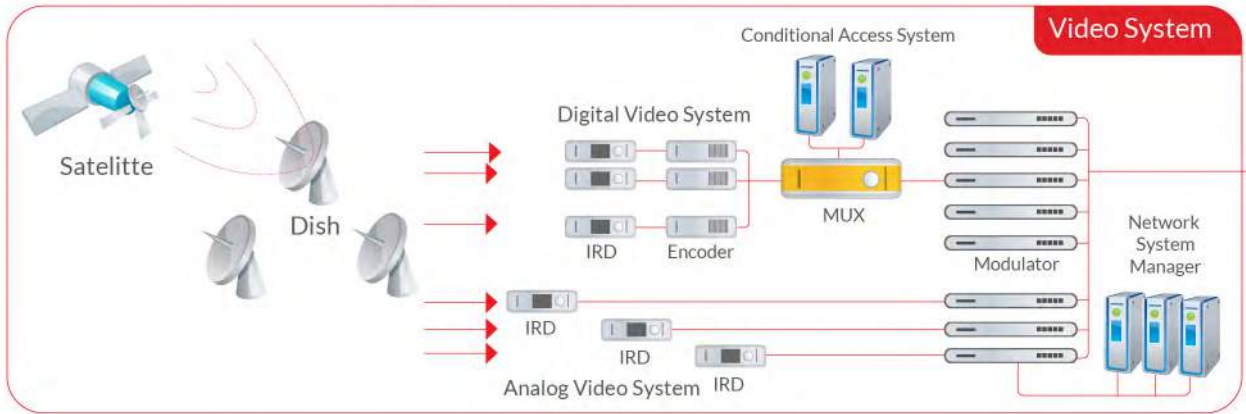


# FastNet



# NETWORK TOPOLOGY

121 SD + 67 HD Channels



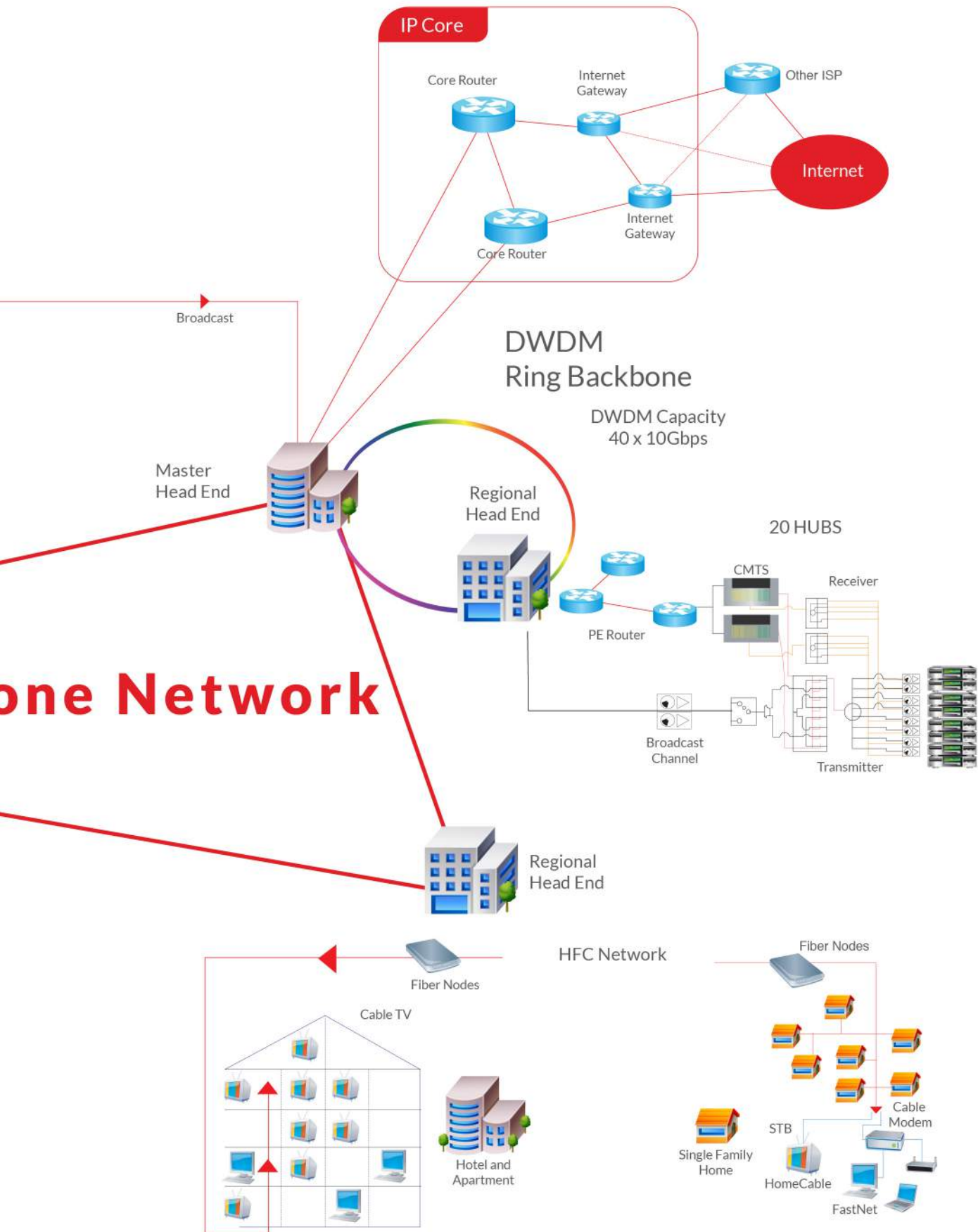
**Fiber Backbone**

Metro-E / MPLS (Multi Protocol Label Switching)  
98 Spider Buildings

## DESCRIPTION

-  DWDM Ring Backbone
-  Fiber Backbone

180 Gbps International Bandwidth & IP Core Capacity



one Network

1.4 Million Homes Passed



# FastNet

## “Internet Cepat dan Sehat untuk Indonesia”

FastNet adalah layanan internet dengan menggunakan media kabel yang sudah hadir di Indonesia sejak tahun 2007. FastNet hadir di Indonesia sebagai yang pertama memberikan layanan internet cepat dan murah dengan harga Rp 99.000,- untuk kecepatan 384 Kbps.

Hingga tahun 2014, FastNet masih menjadi *brand* pilihan pertama konsumen dalam kategori layanan internet. Secara konfigurasi jaringan internet FastNet mengadopsi konsep *Hybrid Fiber Coaxial* (“HFC”) dimana jaringan utama menggunakan kabel *fiber*, lalu dikonversi menjadi kabel *coaxial* yang berletak di daerah perumahan atau hunian. Jaringan HFC yang digunakan memiliki frekuensi hingga 870 Mhz. Gambaran jaringan HFC yang dimiliki oleh FastNet memungkinkan untuk menghantarkan *bandwidth* yang besar kepada masyarakat Indonesia, khususnya ibukota Jakarta dan sekitarnya (Jabodetabek).

Melalui FastNet, konsumen dapat meningkatkan gaya hidup digital dengan memanfaatkan layanan seperti mengakses *web pages*, mengunduh dan mengunggah foto, dan menyaksikan *video live streaming* tanpa hambatan. Tidak hanya karena *bandwidth* yang besar FastNet menjadi favorit masyarakat, namun faktor keamanan akses internet sehat menjadi salah satu

pilihan masyarakat. Pada bulan Februari 2010, FastNet melakukan konfigurasi sistem secara otomatis menyaring dan memblokir situs-situs yang dianggap tidak perlu, seperti mengandung kekerasan dan pornografi. FastNet mengurangi kekhawatiran orangtua dan guru terhadap teraksesnya situs-situs yang bisa membahayakan anak-anak. Ini menjadi bagian pertanggungjawaban sosial dari FastNet kepada masyarakat, bahkan sebelum dikeluarkannya peraturan pembatasan akses internet terhadap situs yang tidak sesuai dengan nilai luhur dan moral bangsa.

Meningkatnya kebutuhan permintaan atas internet cepat dan murah oleh masyarakat Indonesia, menciptakan keputusan bagi FastNet untuk menyapa kota-kota lain. Kini FastNet dapat dinikmati bukan hanya di ibukota DKI Jakarta, namun, FastNet sudah menyapa masyarakat lain seperti kota Bandung dan Surabaya melalui perluasan jaringan HFC. Kuatnya jaringan FastNet di Ibukota Jakarta ternyata membawa dampak ke kota-kota lain, harapan FastNet dapat menciptakan ruang komunikasi yang lancar bagi konsumen dalam mengakses data dan informasi.



# HomeCable



## “Televisi berlangganan dengan kualitas HD (High Definition)”

Layanan televisi berlangganan yang disebut HomeCable adalah layanan televisi berlangganan dengan menggunakan media kabel. Secara konfigurasi jaringan *broadcast* HomeCable mengadopsi konsep HFC (*Hybrid Fiber Coaxial*) dimana jaringan utama menggunakan kabel *Fiber*, lalu dikonversi menjadi kabel *Coaxial* yang berletak di daerah perumahan atau hunian. Jaringan HFC yang digunakan memiliki frekuensi hingga 870 Mhz.

HomeCable memungkinkan pelanggan televisi berlangganan untuk berbagi tayangan dengan empat pesawat TV yang berbeda dengan menambahkan *Set-Top-Box* (“STB”) untuk setiap pesawat TV tambahannya sehingga pelanggan bisa leluasa memilih program tayangan yang berbeda di setiap pesawat TV. Program siaran yang dihantarkan HomeCable sangat bervariasi, mulai dari program edukasi, hiburan, berita, musik, gaya hidup (*lifestyle*), film hingga olahraga. Tidak ketinggalan program siaran untuk anak-anak pun disediakan oleh HomeCable. Bukan hanya siaran luar negeri, HomeCable menyediakan 9 (sembilan) kanal *in-house* seperti J’Go, Dangdut, Hi TV, MIX, Reformed 21, Foodie TV ,

Kairos TV, Karaoke TV dan BeritaSatu. Kesembilan kanal *in-house* ini sebagai bentuk kanal kreatif HomeCable untuk mendorong kepedulian akan konten Indonesia.

Hiburan televisi yang optimal bukan hanya dari jumlah variasi siaran, namun, kualitas tayang, fitur, dan aplikasi menjadi faktor penting dalam mengoptimalkan hiburan melalui televisi. Pada kualitas tayang, HomeCable menyediakan 67 (enam puluh tujuh) kanal dengan kualitas *High Definition*, sedangkan fitur dan aplikasi HomeCable melalui perangkat STB, memberikan layanan siaran televisi yang optimal kepada masyarakat. STB yang diciptakan bukan sekedar alat penerima atau penghantar konten, tetapi perangkat ini dilengkapi dengan teknologi canggih yang disebut MHP (*Multimedia Home Platform*), melalui teknologi ini, berbagai aplikasi menarik dapat dijalankan seperti *Quiz Application*, PVR (*personal video recording*), VOD (*video on demand*) dan fitur aplikasi lainnya.

# Datacomm

*“Awali bisnis Anda dengan layanan internet super cepat”*

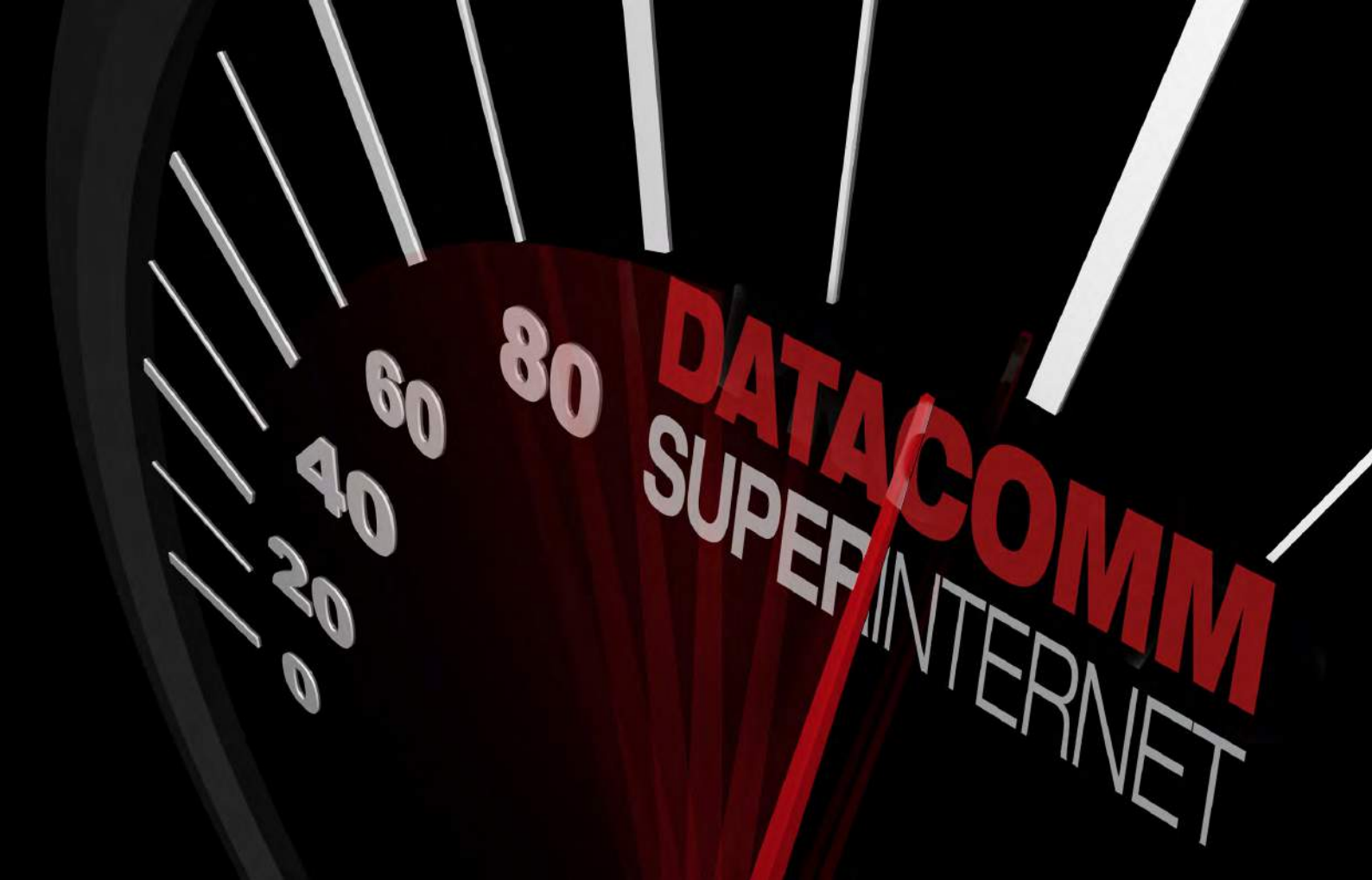
## “Layanan komunikasi data untuk akselerasi bisnis”

DataComm adalah layanan komunikasi data berkecepatan tinggi dengan menggunakan Jaringan *Fiber Optic* untuk bisnis dan keperluan komersial lainnya. DataComm hadir di Indonesia sejak tahun 2001 sebagai layanan internet yang hanya diperuntukan bagi pelanggan korporasi atau disebut *Metro-Ethernet* yang membutuhkan layanan *high speed internet access* dan *Ethernet Leased Line* untuk koneksi *point-to-point*. Dengan menggunakan infrastruktur jaringan *Fiber Optic*, DataComm memberikan jasa layanan data kepada pelanggan-pelanggan korporasi di berbagai sektor industri dan usaha.

Layanan DataComm sangat optimal dalam situasi industri usaha saat ini yakni, industri “*perfect competition*”, dunia bisnis saat ini sudah berada di puncak tekanan kompetisi, bersaing menjadi yang terbaik di dalam masing-masing industri. Untuk menunjang bisnis,

sejumlah korporasi menerapkan konsep yang disebut *information system*, setiap perusahaan di era digital saat ini sudah memanfaatkan *information system* untuk menstrukturkan informasi-informasi yang dibutuhkan perusahaan dalam menjalankan bisnis. Sederhananya hampir seluruh perusahaan sudah mengimplementasi *integrated business application* untuk setiap departemen dari keuangan, pembelian, pemasaran, hingga sumber daya manusia. Hal ini untuk mengakselerasi proses bisnis mereka agar dapat mengimbangi tekanan kompetisi.

Jika melihat kondisi saat ini sejumlah korporasi membutuhkan jalur bebas akses informasi yang handal untuk mendukung *integrated business application*. Melalui produk yang bernama DataComm, layanan ini menjanjikan koneksi yang stabil kepada korporasi agar dapat menjalankan segala proses bisnis dengan optimal. DataComm dapat menunjang proses korporasi



dengan didukung infrastruktur yang kokoh yang disebut Metropolitan atau *Metro-Ethernet*. Untuk konfigurasi sambungan, layanan DataComm dilengkapi dengan teknologi jaringan pintar bernama MPLS (*Multiprotocol Label Switching*).

DataComm memberikan berbagai layanan *data transfer* dengan kecepatan tinggi, seperti *disaster recovery*, *storage area network*, *peering services*, *inter-branch connection* dan *video streaming*. Sedangkan sistem peralihan atau *routing* jaringan mengadopsi metode BGP *Best-Path Route* dalam koneksi jaringan *Global Internet* melalui *Shortest Path Technique*.

Kesediaan teknologi ini disiapkan untuk dapat menampung kapasitas *bandwidth* 40 Gbps. Fitur-fitur layanan yang dapat diberikan oleh DataComm meliputi solusi jaringan koneksi *point-to-point* antara dua lokasi untuk dapat dipergunakan di berbagai aplikasi sesuai

dengan sektor industri dan bidang bisnisnya. DataComm dapat dikatakan sebagai penyedia jaringan dengan *availability* dan *reliability* jaringan secara keseluruhan yang dapat mencapai lebih dari 99,5% dan didukung dengan *Network Operation Center* 24 (dua puluh empat) jam dan *Tenaga Helpdesk Corporate*.

Layanan DataComm sudah dapat dinikmati oleh sejumlah korporasi di daerah segitiga emas DKI Jakarta. Ada sekitar 98 (sembilan puluh delapan) gedung sudah terpasang jaringan komunikasi DataComm atau disebut *Spider Building*. Tersedianya jaringan *Spider* akan memudahkan dan mempercepat layanan DataComm kepada pelanggan korporasi yang ingin meningkatkan akses pertukaran data dan informasi, serta percepatan proses bisnis yang dijalankan.



# STRATEGI PEMASARAN

## KONSEP STRATEGI

Perseroan sangat meyakini bahwa keberadaan *brand* bukan sekedar *identifier* atau identitas baku, melainkan *brand* adalah nyawa dari sebuah bisnis. Membangun *brand* merupakan jalan satu-satunya untuk mengimbangi persaingan usaha yang ketat.

Perseroan pada tahun 2014 sangat menjaga nilai *brand* dengan mengevaluasi setiap rencana program pemasaran, jangan sampai program pemasaran yang diciptakan justru membalikkan keadaan *brand* menjadi lebih buruk. Perseroan menyadari bahwa era kompetisi saat ini sudah sangat padat, sudah tidak bisa menggunakan cara-cara tradisional yang hanya mengandalkan *features* dan *benefit* dalam merangkai sebuah strategi pemasaran. Terobosan Perseroan pada tahun 2014 dengan menerapkan *experiential marketing* sebagai strategi pemasaran untuk mencapai gambaran atau persepsi “*superb services*” di dalam benak pasar. Perseroan menghidupkan *brand* bukan sekedar sebagai penanda (*marker*), atau identitas baku, tetapi *brand* diberikan kehidupan sebagai “*Experience Providers*”.

Pada tahun 2014, Perseroan merangkai strategi pemasaran dengan konsep strategi 5 C yang terdiri atas *connections*, *content HD*, *combo package*, *customer relationship*, dan *customer interactive features*, atau disebut “*Next Generation Broadband*”. Kelima variabel ini merupakan turunan dari *experience providers* untuk mencapai persepsi “*superb services*”.

1. **Connections** berbicara mengenai kapasitas *bandwidth* yang dapat disalurkan kepada pasar hingga 100 Mbps.
2. **Content HD** berfokus pada peningkatan kualitas layanan televisi berlangganan melalui penambahan kanal *high definition*.
3. **Combo Package** merupakan formulasi paket yang sempurna untuk layanan digital dengan mengkombinasi layanan internet *broadband* dan televisi berlangganan.
4. **Customer Relationship** adalah fungsi pemasaran untuk menjaga hubungan baik antara penjual dan pembeli. Bentuk *relationship marketing* yang diciptakan melalui penguatan pada layanan pelanggan 24 jam serta program promosi yang menciptakan kepuasan pelanggan.
5. **Customer Interactive Features** merupakan aktivitas Perseroan menciptakan teknologi layanan interaktif untuk memperkaya nilai layanan televisi berlangganan.

## PAKET COMBO

Untuk dapat meningkatkan layanan, Perseroan secara agresif menyempurnakan layanan produk salah satunya dengan memberikan paket-paket produk yang lebih menarik kepada pelanggan. Paket *combo* menjadi pusat perhatian perseroan di tahun 2014, paket yang memadukan dua layanan sekaligus, internet *broadband*





dan televisi berlangganan menjadi amunisi utama Perseroan dalam bersaing dengan para kompetitor. Paket *combo* dinilai sangat efektif untuk dipasarkan khususnya di daerah *urban* dan *sub-urban*, cara ini diimplementasi sebagai bentuk "*superb services*" dari Perseroan kepada masyarakat.

#### 1. **Family Combo HD**

Paket layanan ini diciptakan untuk kelompok konsumen yang tergolong minimalis dalam menikmati layanan hiburan digital. Kelompok konsumen ini memiliki karakteristik yang menyukai media sosial serta tayangan digital. Perseroan menyajikan paket ini dengan layanan kecepatan internet *up to 1 Mbps* dan layanan TV berlangganan HomeCable sebanyak 86 kanal yang terdiri 62 siaran *standard definition* dan 24 siaran *high definition*.

#### 2. **D'Lite Combo HD**

Paket ini diciptakan untuk diberikan kepada grup konsumen yang tergolong baru dalam menikmati layanan hiburan digital. Mereka berkarakteristik masih mencoba, kecenderungan dari kelompok ini adalah menghindari kebingungan dalam memilih paket produk. Maka Perseroan menyajikan paket ini dengan spesifikasi kecepatan internet *up to 6 Mbps* dengan paket TV berlangganan HomeCable sebanyak 104 kanal dengan komposisi 71 siaran *standard definition* dan 33 siaran *high definition*.

#### 3. **Elite Combo HD**

Paket ini disediakan untuk ditujukan kepada grup konsumen yang tergolong *medium usage* dalam menikmati layanan hiburan digital. Kelompok ini merupakan pengguna internet *broadband* dan televisi berlangganan yang reguler. Maka paket yang dikemas berspesifikasi menengah atau kebutuhan

secukupnya dengan internet *up to 10 Mbps* dengan paket HomeCable sebanyak 128 kanal dengan komposisi 81 siaran *standard definition* dan 47 siaran *high definition*.

#### 4. **Supreme Combo HD**

Paket layanan ini dikemas ditujukan untuk grup konsumen yang menginginkan paket hiburan yang penuh dengan kategori konsumen yang tergolong *heavy usage* dalam mengkonsumsi layanan hiburan digital. Maka paket ini terbentuk dengan spesifikasi kecepatan internet sebesar *up to 16 Mbps* dengan HomeCable 156 kanal dengan komposisi 95 siaran *standard definition* dan 61 siaran *high definition*.

#### 5. **Maxima HD**

Paket layanan ini dikemas ditujukan untuk grup konsumen yang menginginkan paket hiburan yang penuh dengan kategori konsumen yang tergolong *super heavy usage* dalam mengkonsumsi layanan hiburan digital. Maka paket ini terbentuk dengan spesifikasi kecepatan internet sebesar *up to 32 Mbps* dengan HomeCable 157 kanal dengan komposisi 96 siaran *standard definition* dan 61 siaran *high definition*.

#### **67 Kanal High Definition**

Perseroan pada tahun ini aktif menambah sejumlah program acara khususnya pada kanal siaran kualitas HD (*High Definition*). Secara total Perseroan sudah mengoleksi kanal siaran HD sebanyak 67 kanal, terhitung dari genre berita, musik, *entertainment*, olahraga hingga film. Bagi perseroan penambahan konten HD merupakan cara mutlak untuk mempertajam konsep "*experiential marketing*". Bahwa layanan televisi harus ditingkatkan khususnya penambahan kanal dengan kualitas video yang lebih baik. *Superb Services* tidak akan sempurna jika tidak disisipkan nilai diferensiasi yang kuat, oleh karena itu Perseroan mengembangkan konten *in-house*, agar dapat memperkokoh *positioning* yang jelas terhadap kompetitor dan pasar.

---

## LAYANAN FITUR TV BERLANGGANAN INTERAKTIF HD

---

Program pemasaran Perseroan tidak cukup hanya memasarkan paket *combo* saja, untuk dapat lebih memuaskan konsumen, Perseroan menciptakan layanan interaktif sebagai bentuk nilai tambah layanan dari HomeCable. Layanan fitur interaktif dari HomeCable ada 3 (tiga) terdiri atas :

### 1. HomeCable on Demand

Layanan interaktif pertama dengan label dagang HomeCable on Demand merupakan layanan interaktif yang memberikan keleluasaan kepada konsumen dalam menikmati layanan televisi berlangganan. Konsumen dimanjakan dengan diberi kebebasan memilih tayangan favoritnya. Tayangan yang disajikan berawal dari film, *video clip* musik, dan *mini series*.

### 2. HomeCable Digital Recording

Layanan interaktif kedua dengan label dagang HomeCable Digital Recording merupakan layanan interaktif yang memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam menonton semua tayangan program HomeCable. Fitur yang diberikan kepada konsumen berupa kemampuan merekam tayangan favoritnya. Untuk dapat menjalankan fitur ini konsumen akan diberikan HDD eksternal sebagai media penyimpanan sementara.

### 3. First Media Page

Layanan interaktif ketiga dengan label dagang First Media Page merupakan layanan interaktif berupa aplikasi yang disebut MHP (*Multimedia Home Platform*) berbasis Java. Aplikasi ini ditanam di dalam *set-top-box* yang berfungsi untuk menampilkan berbagai informasi seperti informasi cuaca, berita, lalu lintas, saham, dan *games*. Untuk dapat menikmati layanan ini, konsumen cukup memilih kanal MIX (kanal 1) atau MIX HD (kanal 302), secara otomatis tampilan pada kanal MIX akan berubah menampilkan aplikasi First Media Page.

---

## LAYANAN TV ANYWHERE

---

Layanan OTT (*over the top*) atau biasa disebut layanan konvergensi menjadi layanan terbaru Perseroan di tahun 2014. Layanan interaktif dengan label dagang First Media GO merupakan layanan interaktif *content streaming*. Secara konsep, First Media GO mengkomunikasikan *brand positioning* sebagai “Cara baru menonton tayangan favorit Anda”, artinya saat ini cara menonton tayangan tidak lagi harus melalui televisi, melainkan dapat dinikmati melalui PC *desktop*, PC *tablet*, *Phablet* dan *Smartphone*. Untuk menikmati layanan ini, konsumen cukup mengunduh melalui Google Play Store dan Apple App Store.

Hadirnya layanan ini untuk mengoptimalkan gaya hidup digital generasi muda dan para eksekutif yang memiliki tingkat mobilitasnya tinggi. Perseroan menginginkan masyarakat dapat menikmati kehidupannya meskipun dihimpit oleh berbagai aktivitas. Apalagi saat ini masalah klasik akan kemacetan di ibukota menjadi mimpi buruk bagi setiap orang, jam hiburan mereka untuk menonton televisi menjadi terganggu karena selalu terlambat pulang.

---

## LAYANAN INTERNET CEPAT DAN SEHAT

---

Perseroan pada tahun 2014 memposisikan layanan FastNet sebagai layanan internet cepat dan sehat. Kalimat ini memberikan arti bahwa layanan internet saat ini bukan hanya cepat dalam hal koneksi melainkan harus dapat memberikan nilai tambah dengan menjaga konten dari hal-hal negatif seperti kekerasan dan pornografi.

Layanan FastNet memiliki 4 (empat) pilihan layanan kecepatan terdiri atas :

### 1. FastNet Infinite

Layanan FastNet Infinite menyajikan kecepatan super cepat dengan kapasitas 100 Mbps. Paket

ini disiapkan kepada para kelompok *Netizen* yang tergolong *heavy usage* dalam pemakaian *bandwidth*.

## 2. **FastNet Ultimate**

Layanan FastNet Ultimate menyajikan kecepatan super cepat dengan kapasitas 30 Mbps. Paket ini disiapkan kepada para kelompok *Netizen* yang tergolong *medium-to-heavy usage* dalam pemakaian *bandwidth*.

## 3. **FastNet SOHO**

Layanan FastNet SOHO menyajikan kecepatan dengan kapasitas 15 Mbps. Paket ini disiapkan kepada para wirausaha muda yang sedang menjalankan bisnis awal (*start-up*) dengan kapasitas karyawan 30 hingga 50 orang.

## 4. **FastNet Commerce**

Layanan FastNet Commerce menyajikan kecepatan dengan kapasitas 10 Mbps. Paket ini disiapkan kepada para wirausaha muda yang sedang menjalankan bisnis awal (*start-up*) dengan kapasitas karyawan 10 hingga 30 orang.

---

## LAYANAN DATA & KOMUNIKASI

---

Perseroan tidak hanya fokus pada pemasaran B2C (*business-to-consumer*) melalui brand FastNet dan HomeCable. Layanan B2B (*business-to-business*) kepada korporasi merupakan pasar yang potensial mengingat pertumbuhan usaha yang meningkat khususnya Usaha Kecil Menengah (UKM).

DataComm memberikan berbagai layanan *data transfer* dengan kecepatan tinggi, seperti *disaster recovery*, *storage area network*, *peering services*, *inter-branch connection* dan *video streaming*. Sedangkan sistem peralihan atau *routing* jaringan mengadopsi metode BGP *Best-Path Route* dalam koneksi jaringan *Global Internet* melalui *Shortest Path Technique*. Ketersediaan teknologi ini disiapkan untuk dapat menampung kapasitas *bandwidth* 40 Gbps.

DataComm menyediakan 3 (tiga) layanan jasa yang tepat untuk mendukung proses bisnis para pelanggan korporasinya. Paket penawaran berupa *Internet Services (Dedicated)*, *Business Broadband (Non-Dedicated)* dan *Point-to-Point (Lease Line Services)*.

### 1. **Internet Services (Dedicated)**

Paket ini disediakan untuk pelanggan korporasi yang membutuhkan pertukaran data dan komunikasi yang cepat dalam menjalankan proses bisnis. Kecepatan koneksi pada *international bandwidth* dan *local bandwidth* (IIX) berupa *dedicated access* dengan rasio 1:1 *symmetrical downstream* dan *upstream*. Pelanggan juga mendapatkan fitur seperti *bandwidth utilization report*, *bandwidth on-demand*, *free 8 static IP address* serta perangkat konversi *fiber* ke konektor *ethernet RJ-45*.

### 2. **Business Broadband (Non-Dedicated)**

Paket ini disediakan untuk pelanggan korporasi yang membutuhkan kecepatan data yang sesuai dengan kebutuhan korporasi atau paket layanan hemat. Spesifikasi berbeda dengan paket *Dedicated*, kecepatan yang diberikan tidak *dedicated* namun *sharing bandwidth* atau disebut *up-to*. Layanan ini cocok untuk korporasi menengah yang memiliki keterbatasan anggaran.

### 3. **Point-to-Point (Lease Line Services)**

Paket ini diciptakan untuk pelanggan korporasi yang memiliki lebih dari 1 (satu) kantor. Layanan ditujukan untuk segmen pelanggan korporasi yang ingin terintegrasi koneksi pertukaran data dan komunikasi mereka dari kantor pusat ke kantor cabang.



## KOMUNIKASI PEMASARAN

Formulasi strategi pengembangan produk merupakan nilai mutlak bagi Perseroan dalam persaingan usaha. Pengembangan produk yang strategis tidak akan optimal apabila tidak adanya proses komunikasi yang strategis kepada masyarakat. Komunikasi yang strategis bukan hanya melakukan intensitas promosi berlebihan di berbagai media, melainkan integrasi komunikasi (*integrated marketing communication*) yang optimal dengan memilih media-media komunikasi yang tepat dan dieksekusi secara sinergi.

Pada tahun 2014, Perseroan memanfaatkan *marketing communication mix* seperti *electronic and non-electronic advertising, event and experiences, dan micro marketing* sebagai aktivitas komunikasi publik.

### 1. Java Jazz dan Java Sounds Fair Festival 2014

Acara musik terbesar di Indonesia Java Jazz, dan Sounds Fair menjadi tempat favorit Perseroan memasarkan produk dan layanannya setiap tahun. Tahun ini ketiga produk HomeCable, FastNet dan TV Anywhere bersamaan hadir di tengah keramaian pengunjung Java Jazz, dan Sounds Fair. Tidak jauh berbeda dengan tahun lalu, konsep *booth* pada setiap acara festival musik selalu disesuaikan dengan tema musik yang sedang bergulir.

### 2. Advertising

Perseroan melakukan aktivitas komunikasi pemasaran dengan memanfaatkan beberapa media komunikasi seperti media sosial, *website*, radio, koran, majalah, *billboard* serta sejumlah acara. Untuk





media cetak Perseroan memilih beberapa media ternama seperti koran Kompas, Suara Pembaruan, Investor Daily, Jakarta Globe dan beberapa majalah lainnya. Media cetak lain yang digunakan memanfaatkan alat seperti *brochure*, *fliers* dan POSM (*Point of Sales Material*).

### 3. **Mall-to-Mall Event**

Perseroan pada tahun ini melakukan *event* pameran di beberapa pusat belanja atau *Mall*. Pameran ini diadakan di *Mall* sebagai langkah komunikasi produk untuk mengejar pasar kalangan menengah ke atas atau masyarakat urban (*urban lifestyle*). Terlebih penetrasi *brand* di dalam *Mall* memiliki probabilitas yang kuat menanamkan konsep “*Next Generation Broadband*” kepada masyarakat.

### 4. **Micro Marketing**

Aktivitas komunikasi lainnya, Perseroan mengadakan *micro marketing* di beberapa wilayah Jabodetabek seiring dengan perluasan jaringan kabel Perseroan. *Micro marketing* dilakukan untuk mendekatkan *brand identity* Perseroan kepada masyarakat, terlebih di dalam acara *micro marketing*, Perseroan mengundang banyak anak-anak dan remaja ikut berpartisipasi dan berfoto bersama di dekat *booth* Perseroan. Cara berfoto bersama adalah cara menanamkan sebuah *brand* yang efektif kepada anak-anak dan remaja. Mengapa anak-anak? Karena mereka adalah potensi pasar ke depan, jika *brand* Perseroan sudah ditanam di benak pikiran anak-anak, ada probabilitas mereka akan mengingat terus hingga dewasa.





---

## LAYANAN KONTAK PELANGGAN

---

Perseroan adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, karena itu performa perusahaan dan pemasarannya mutlak harus didukung kemampuan pelayanan bagi kepentingan pelanggan. Keberhasilan pelayanan kepada pelanggan merupakan bentuk aplikasi membangun *relationship marketing* yang baik. Hal ini sangat penting untuk menjaga kepuasan pelanggan terhadap layanan Perseroan.

Perseroan mengerahkan tim layanan konsumen (*contact center*) untuk memastikan pelayanan (*service*) dapat benar-benar menjangkau segenap pelanggan, dari informasi produk, registrasi berlangganan, jadwal instalasi, hingga penanganan kerusakan. Selain *contact center*, Perseroan membentuk divisi penanganan pelanggan yang terbagi menjadi 2 (dua) tim untuk menanggulangi masalah konsumen. Tim *technical support* lebih banyak membantu pelanggan melalui telepon di *contact center* dan penanganan masalah konsumen melalui sistem. Tim *field care*, merupakan tim penanggulangan masalah konsumen di lapangan. Tim ini yang akan datang ke rumah setiap pelanggan untuk menyelesaikan masalah seperti kerusakan pada kabel, pergantian STB, serta penanganan dalam instalasi perangkat produk.

Layanan pelanggan tidak dapat berjalan sempurna tanpa didukung dari bidang operasional lain seperti pada divisi *monitoring* yang terbagi menjadi dua, yaitu *Fiber Optic Network Maintenance* dan *NOC (Network*

*Operation Center)*. Fungsi manajerial pada divisi ini untuk menangani konektivitas jaringan melalui dukungan aplikasi piranti lunak. Tim ini memiliki fungsi dalam menjaga kelangsungan konsistensi dan memperbaiki koneksi pertukaran data di dalam jaringan HFC. Oleh karena itu Perseroan menyiapkan Tim *Fiber Optic Network* yang memiliki tugas lebih banyak menjaga jaringan HFC secara fisik di lapangan.

Untuk memastikan layanan pelanggan selalu dalam kualitas yang konsisten dan tinggi, Perseroan melakukan proses sebagai berikut :

1. Menyambut panggilan dan *email* untuk pelanggan baru untuk memastikan standar kualitas sedang disampaikan dari menawarkan layanan sampai selesai instalasi *onsite* di tempat pelanggan.
2. Pasca kunjungan panggilan dilakukan secara *sampling* untuk pelanggan dijadwalkan untuk situs layanan penukaran kunjungan untuk memastikan bahwa kebutuhan pelanggan telah terpenuhi dan setiap gangguan layanan sepenuhnya diselesaikan.
3. Penelaahan berkala kontrak pelanggan dan tren keluhan pelanggan, yang memungkinkan perusahaan untuk merancang inisiatif layanan untuk perbaikan masa depan.



**“Layanan Televisi Berlangganan Satelit untuk keluarga Indonesia”**



---

## BIG TV

---

BIG TV adalah unit usaha Perseroan di bidang layanan televisi berlangganan melalui satelit (*direct-to-home/ DTH*). Teknologi satelit menjadi infrastruktur BIG TV untuk menyiarkan program tayangan ke seluruh warga Indonesia. Berbeda dengan keterbatasan dari penggelaran jaringan kabel, satelit dapat menjangkau seluruh wilayah Indonesia, sehingga dengan jangkauan yang luas, Perseroan memiliki kesempatan untuk memberikan layanan hiburan terbaik kepada masyarakat Indonesia.

Layanan BIG TV memanfaatkan kapasitas 9 (sembilan) transponder dari satelit untuk membawa 184 (seratus delapan puluh empat) kanal dengan komposisi 154 (seratus lima puluh empat) kanal *Standar Definition* dan 30 (tiga puluh) kanal *High Definition*. Setiap 1 (satu) transponder dapat menyiarkan 25 (dua puluh lima) sampai 32 (tiga puluh dua) kanal *Standard Definition*, atau 6 (enam) sampai 8 (delapan) kanal *High Definition*. Dengan dukungan dari satelit yang memiliki daya pancar yang kuat di seluruh wilayah Indonesia, BIG TV dapat menyajikan kualitas gambar yang lebih tajam karena memiliki resolusi yang tinggi, yaitu 576p untuk *Standard Definition* dan resolusi mencapai 1080i untuk *Full High Definition*. Untuk kepentingan penyediaan layanan ke pelanggan, maka BIG TV menggunakan siaran pada gelombang KU Band yang beroperasi pada frekuensi tertentu, yang bebas terhadap *bandsharing teresterial* seperti 4G, Wimax, dan lainnya sesuai dengan aturan dari badan telekomunikasi dunia, yaitu International Telecommunication Union (ITU).

BIG TV menawarkan kepada masyarakat 5 (lima) paket basic untuk pelanggan *postpaid* dan 5 (lima) paket unggulan untuk pelanggan *prepaid*. BIG TV memiliki jaringan distribusi dan pemasaran yang luas di berbagai lokasi di Indonesia dikarenakan BIG TV bekerjasama dengan berbagai *department store*, *mini market*, hotel, dan agen yang tersebar di seluruh Indonesia untuk memasarkan layanannya.

BIG TV memosisikan mereknya sebagai merek televisi berlangganan yang menanamkan cinta akan negeri Indonesia kepada masyarakat. Fokus akan Indonesia

sangat menjadi perhatian Perseroan, hal ini mengingat tingginya penetrasi konten asing yang beredar di Indonesia. Akibatnya, penetrasi akan konten lokal menjadi mengecil, dan masyarakat menjadi lupa terhadap konten-konten dalam negeri yang sebetulnya tidak kalah baik dengan konten asing.

Di sisi lain, konten-konten lokal dapat menjadi alat pemasaran yang strategis menurut pandangan Perseroan. Hal ini disebabkan oleh rendahnya penetrasi layanan televisi berlangganan di Indonesia. Rendahnya penetrasi layanan tersebut disebabkan oleh banyaknya pasar yang belum mengerti apa itu layanan televisi berlangganan, dan apa manfaatnya. Ini merupakan celah promosi yang dapat dimanfaatkan oleh Perseroan. Selain memperkenalkan apa itu layanan televisi berlangganan, Perseroan dapat mempromosikan konten lokal lebih baik. Perseroan meyakini bahwa konten lokal dapat lebih diterima oleh pasar golongan *new adopter*, ketimbang memasarkan konten asing.

Harapan terbesar Perseroan melalui BIG TV, masyarakat dapat terhibur dengan baik sekaligus menjadi sarana informasi ilmu pengetahuan. Rencana kedepan Perseroan melalui BIG TV akan terus menyediakan konten lokal untuk masyarakat Indonesia, berawal kuliner, budaya, hingga tempat-tempat wisata di pelosok nusantara. BIG TV memang televisi berlangganan untuk keluarga Indonesia.

6

---

# TATA KELOLA PERUSAHAAN (GCG)

---

**LinkNet**

PT Link Net Tbk

**KAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM LU**

BALLROOM B, HOTEL ARYADUTA JAKARTA  
JAKARTA, 8 OKTOBER 2014





---

***“Tata kelola perusahaan berkonsentrasi pada keseimbangan antara ekonomi dan sosial dan antara individu dan masyarakat. Tujuannya untuk menyeimbangkan sebaik mungkin kepentingan individu, perusahaan dan masyarakat”***

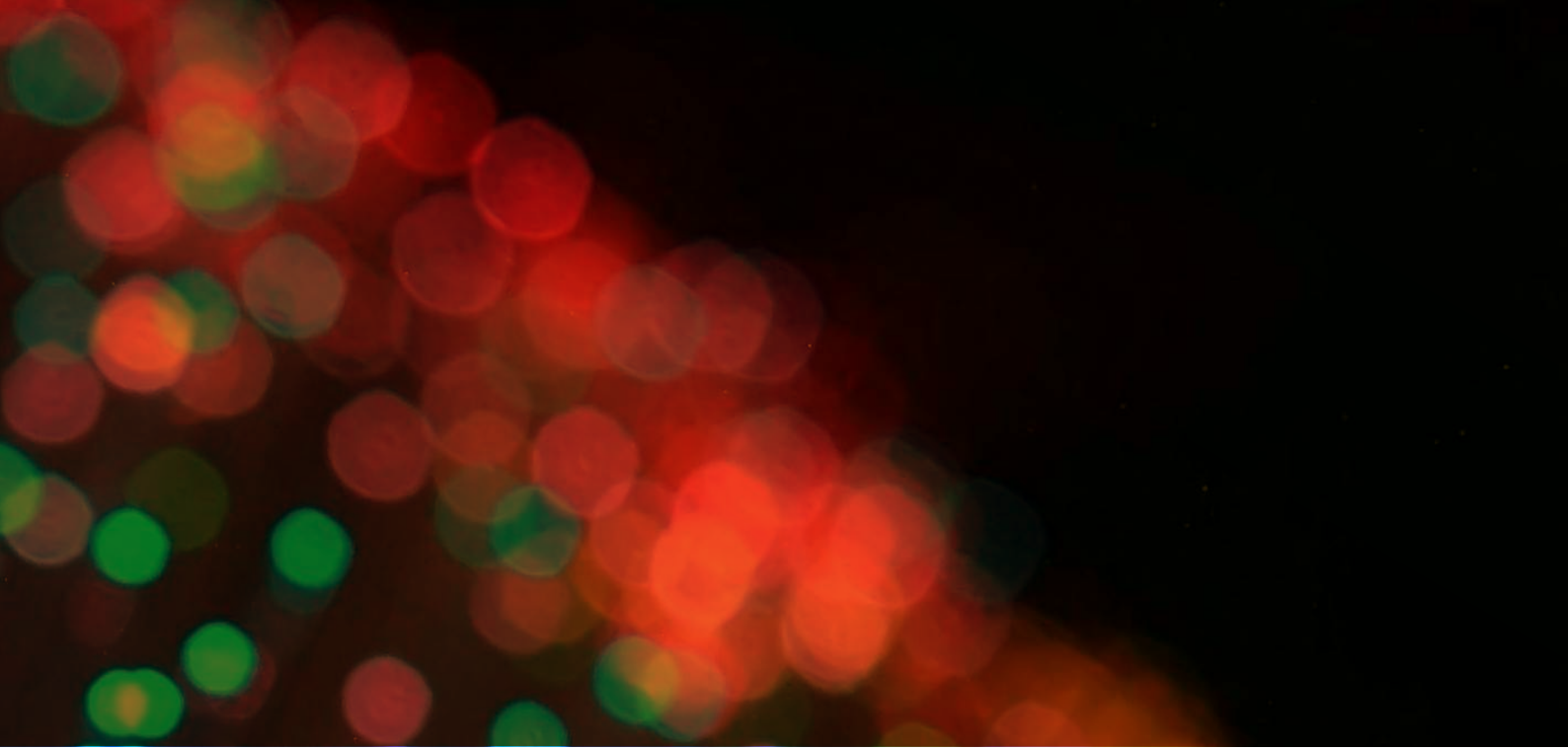
---

Penerapan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) dalam sebuah perusahaan sangat penting sebagai salah satu proses untuk menjaga kesinambungan usaha perusahaan dalam jangka panjang yang mengutamakan kepentingan para pemegang saham (*shareholders*) dan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Mempertimbangkan pentingnya tata kelola perusahaan tersebut, Perseroan memandang perlunya penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*) oleh Perseroan.

---

Penerapan tata kelola perusahaan (*corporate governance*) dalam sebuah perusahaan sangat penting sebagai salah satu proses untuk menjaga kesinambungan usaha perusahaan dalam jangka panjang yang mengutamakan kepentingan para pemegang saham (*shareholders*) dan pemangku kepentingan (*stakeholders*). Mempertimbangkan pentingnya tata kelola perusahaan tersebut, Perseroan memandang perlunya penerapan tata kelola perusahaan yang baik (*Good Corporate Governance/GCG*) oleh Perseroan.

Untuk memperoleh manfaat dari penerapan GCG tersebut, Perseroan senantiasa berupaya menerapkan GCG dan mengembangkannya secara konsisten dan berkesinambungan. Dengan penerapan GCG secara konsisten dan berkesinambungan yang didukung oleh integritas dan komitmen yang tinggi serta peran aktif dari berbagai perangkat dalam Perseroan, diharapkan GCG tidak hanya akan menjadi suatu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh Perseroan tetapi menjadi bagian



dari budaya Perseroan untuk mencapai kesinambungan dan ketahanan usaha Perseroan dalam jangka panjang, meningkatkan kinerja Perseroan, dan pada akhirnya memberikan nilai tambah Perseroan untuk kepentingan *shareholders* dan *stakeholders*, termasuk pula para pengguna jasa Perseroan. Pendekatan *top-down* dalam penerapan GCG oleh Perseroan, dengan memperhatikan peraturan yang berlaku dan budaya Perseroan, juga diharapkan dapat memperlancar penerapan GCG dan memperoleh dukungan dari setiap pihak.

Sejalan dengan komitmen Perseroan untuk menerapkan GCG secara konsisten dan berkesinambungan, Perseroan yang sudah memiliki beberapa perangkat pendukung sebagai panduan penerapan GCG, antara lain visi dan misi serta nilai-nilai Perseroan, Peraturan Perusahaan, Panduan Mengenai Kode Etik dan Tanggung Jawab Profesional, serta berbagai Standar Prosedur Operasional yang telah lama ditetapkan, selain melengkapi perangkat pendukung penerapan GCG tersebut juga secara

konsisten mengembangkan perangkat pendukung yang telah ada untuk disesuaikan dengan perkembangan usaha Perseroan dan kondisi persaingan di pasar.

Penerapan GCG oleh Perseroan juga secara aktif didukung oleh jajaran Dewan Komisaris dan Direksi Perseroan. Kejelasan pelaksanaan tugas dari masing-masing Dewan Komisaris dan Direksi, penentuan rencana strategis Perseroan disesuaikan dengan Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan (RKAP), penerapan fungsi kepatuhan dan manajemen risiko, dan pembentukan komite dan satuan kerja yang mengawasi dan mengendalikan internal Perseroan, merupakan perwujudan komitmen Dewan Komisaris dan Direksi dalam penerapan GCG. Untuk memastikan penerapan GCG tersebut, bukan semata-mata untuk memenuhi persyaratan berdasarkan peraturan yang berlaku, beberapa pihak independen ditunjuk oleh Perseroan untuk duduk dalam Dewan Komisaris dan Direksi.

---

# PENERAPAN PRINSIP TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK

---

---

Dalam penerapan prinsip GCG, Perseroan telah menganut Pedoman Umum Tata Kelola Perusahaan Yang Baik yang ditetapkan oleh Komite Nasional Kebijakan Governance (KNKG) dengan penerapan TARIF, sebagai 5 pilar dasar dari GCG, yaitu: keterbukaan (*transparency*), akuntabilitas (*accountability*), pertanggungjawaban (*responsibility*), independensi (*independency*), dan kesetaraan dan kewajaran (*fairness*).

Penerapan 5 pilar dasar tersebut diyakini oleh Perseroan sebagai instrumen yang dapat diandalkan dalam mengatur segala aspek bisnis yang dijalankan oleh Perseroan, baik oleh Dewan Komisaris, Direksi, dan segenap karyawan Perseroan, sehingga diharapkan dapat menciptakan keseimbangan dalam operasional usaha Perseroan secara menyeluruh. Keseimbangan operasional usaha yang akan dicapai meliputi segala bentuk kepentingan, baik individu maupun kelompok, baik internal maupun eksternal, sehingga kepentingan Perseroan, *shareholders*, dan *stakeholders* akan mencapai titik ekuilibrium.

---

---

## KETERBUKAAN (TRANSPARENCY)

---

Sebagai perusahaan publik, Perseroan senantiasa berusaha menjaga objektivitas dalam menjalankan kegiatan usahanya, dengan cara menyediakan informasi yang material dan relevan kepada *shareholders* dan *stakeholders*, serta memastikan bahwa informasi disediakan tepat waktu, memadai, jelas, akurat, serta mudah diakses.

Perseroan senantiasa menyampaikan berbagai laporan rutin yang diwajibkan bagi perusahaan publik, antara lain laporan keuangan interim, laporan keuangan tengah tahunan, dan laporan keuangan tahunan yang diaudit, laporan tahunan; dan laporan insidentil, yang antara lain terkait dengan aksi korporasi, transaksi afiliasi, maupun transaksi material, seluruhnya baik dalam paparan publik maupun melalui media cetak maupun media elektronik. Disamping itu, Perseroan juga menyediakan *website* resmi Perseroan ([www.linknet.co.id](http://www.linknet.co.id)) sebagai salah satu sarana akses bagi khalayak umum untuk memperoleh laporan tahunan Perseroan.

---

## AKUNTABILITAS (ACCOUNTABILITY)

---

Penerapan pilar akuntabilitas oleh Perseroan sebagai perusahaan publik merupakan salah satu bentuk pertanggungjawaban Perseroan kepada *shareholders* dan *stakeholders* agar pengelolaan Perseroan dilakukan secara benar, terukur, dan sesuai dengan kepentingan Perseroan tanpa mengesampingkan kepentingan

*shareholders dan stakeholders.*

Selain menetapkan kejelasan fungsi, pelaksanaan, dan pertanggungjawaban masing-masing bagian dalam Perseroan, untuk menjaga akuntabilitasnya Perseroan juga memastikan bahwa semua bagian dalam Perseroan dan karyawan memiliki kompetensi yang memadai sesuai dengan tugas, tanggung jawab, dan perannya dalam kegiatan usaha Perseroan. Setiap karyawan diberi kesempatan untuk berpartisipasi dalam program pelatihan dan seminar, baik di dalam maupun di luar Perseroan, untuk pengembangan kompetensinya. Tidak hanya berhenti di sana, namun hasil pengembangan tersebut juga wajib diterapkan dan disebarkan bagi karyawan lainnya agar selalu ada peningkatan dan penyempurnaan dalam setiap aspek dalam Perseroan. Penerapan sistem oleh Perseroan sehubungan dengan penghargaan bagi karyawan berprestasi dan sanksi bagi karyawan yang melanggar juga memberikan kesempatan bagi Perseroan untuk secara objektif menguji akuntabilitasnya.

Selain menekankan pada kompetensi masing-masing karyawan, sistem penghargaan bagi karyawan berprestasi dan sanksi bagi karyawan yang melanggar juga memberikan kesempatan bagi Perseroan untuk secara objektif menguji akuntabilitasnya. Perseroan juga telah memiliki komite dan satuan kerja yang mengawasi dan mengendalikan internal Perseroan, yang bertanggung jawab langsung kepada Dewan Komisaris dan Direksi, untuk memastikan bahwa setiap bagian di dalam Perseroan menjalankan peran dan fungsinya dengan baik.

---

## **PERTANGGUNGJAWABAN (RESPONSIBILITY)**

---

Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usaha memiliki tanggung jawab untuk melaksanakan usahanya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, tidak terkecuali Perseroan. Manfaat dari kepatuhan terhadap peraturan perundang-undangan ini tidak hanya akan dirasakan oleh para pelanggan Perseroan yang dapat menikmati layanan secara nyaman, tetapi juga bagi Perseroan yang dapat menjalankan kegiatan usahanya dengan lancar dan mencapai kesinambungan usaha dalam jangka panjang. Salah satu upaya Perseroan untuk penerapan prinsip kehati-hatian ini adalah dengan memiliki Sekretaris Perusahaan yang bekerjasama dengan Divisi *Corporate Legal* dalam memastikan kepatuhan Perseroan terhadap Anggaran Dasar, Peraturan Perusahaan, dan peraturan-peraturan di bidang pasar modal.

Perseroan sepenuhnya menyadari bahwa eksistensi bisnis Perseroan tidak hanya bermanfaat bagi para pengguna jasa Perseroan, namun juga masyarakat yang ada di sekitar tempat kegiatan usaha Perseroan. Perseroan senantiasa berupaya agar eksistensi bisnisnya tidak hanya memberikan manfaat kepada para pengguna jasa Perseroan, namun juga untuk masyarakat yang ada di sekitar tempat kegiatan usahanya. Manfaat Perseroan bagi masyarakat di sekitar tempat kegiatan usaha Perseroan tidak hanya berupa penyediaan lapangan kerja, namun juga dengan berbagai program tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility/CSR*). Dengan demikian diharapkan bahwa Perseroan dapat memperoleh pengakuan sebagai *good corporate citizen*.

---

## INDEPENDENSI (*INDEPENDENCY*)

---

Perseroan senantiasa memastikan bahwa pengelolaan Perseroan dilakukan secara independen, tidak saling mendominasi, tidak terpengaruh oleh kepentingan tertentu, serta bebas dari benturan kepentingan. Dengan demikian pengambilan keputusan akan senantiasa obyektif dan diharapkan dapat memberikan *output* yang optimal bagi kepentingan *shareholders*, *stakeholders*, dan para karyawannya. Sebagai contoh, Direksi dan Dewan Komisaris Perseroan dapat memiliki pendapat yang independen untuk pengambilan keputusan, tentunya tanpa mengurangi kemungkinan untuk memperoleh pendapat atau saran yang independen dari konsultan hukum, sumber daya manusia, dan konsultan independen lainnya.

Sebagai wujud independensi, Perseroan telah menunjuk beberapa pihak independen yang bereputasi tinggi untuk duduk dalam Dewan Komisaris dan Direksi serta memberikan peran yang maksimal bagi Komite Audit Perseroan dalam melakukan pengawasan terhadap jalannya kegiatan usaha Perseroan.

---

## KESETARAAN DAN KEWAJARAN (*FAIRNESS*)

---

Prinsip kesetaraan dan kewajaran diterapkan oleh Perseroan untuk setiap pihak yang berkepentingan terhadap Perseroan. Perseroan senantiasa memberikan kesempatan yang wajar kepada setiap pihak untuk dapat mengakses informasi Perseroan sesuai dengan prinsip keterbukaan (*transparency*) dalam lingkup kedudukan masing-masing, sesuai dengan manfaat dan kontribusi yang diberikan oleh otoritas pasar modal, komunitas pasar modal, dan *stakeholders* kepada Perseroan.

Prinsip kesetaraan juga diterapkan oleh Perseroan untuk setiap individu yang kompeten serta berkemauan dan berdedikasi tinggi untuk berkarya untuk Perseroan. Perkembangan karir masing-masing karyawan Perseroan tidak dibedakan berdasarkan suku, agama, ras, golongan, *gender*, dan kondisi fisik. Perseroan senantiasa menjaga dan memperhatikan keseimbangan antara hak dan kewajiban karyawan secara adil dan wajar.



---

# PANDUAN TATA KELOLA PERUSAHAAN YANG BAIK

---

---

## PERATURAN PERUSAHAAN

---

Pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik tidak semata-mata tercermin dari visi, misi, dan nilai-nilai perusahaan, tetapi juga bagaimana suatu perusahaan mematuhi peraturan yang berlaku untuk mencapai visi, misi, dan nilai-nilai tersebut. Perseroan, sebagai bagian dari *good corporate citizen*, menyadari bahwa peraturan diperlukan tidak semata-mata untuk mengatur hubungan eksternal Perseroan dengan masyarakat, namun juga peraturan yang mengatur hubungan internal Perseroan dengan organ perusahaan dan para karyawannya. Untuk itulah Perseroan menyusun serangkaian peraturan yang ditetapkan sebagai peraturan perusahaan.

Peraturan perusahaan Perseroan disusun sejalan dengan falsafah Pancasila dan Program Pembangunan Nasional, dimana perbaikan ekonomi serta peningkatan taraf hidup bangsa perlu didukung bersama oleh segenap bangsa Indonesia. Berkaitan dengan hal tersebut, Perseroan berkeinginan untuk tidak hanya berperan serta dalam pembangunan perekonomian Indonesia dengan mengembangkan kegiatan usahanya, namun juga dengan mengembangkan sumber daya manusianya, meningkatkan kompetisi dan kompetensi sumber daya manusianya.

Pengelolaan sumber daya manusia telah ditetapkan sebagai salah satu bagian dalam rencana strategis pengembangan Perseroan, karena dengan cara demikian Perseroan dapat dengan mulus dan secara berkesinambungan meningkatkan kemampuannya untuk berkompetisi dengan perusahaan lainnya di Indonesia. Perseroan senantiasa meyakini bahwa sumber daya manusia adalah aset yang sangat penting bagi kesinambungan pertumbuhan dan perkembangan Perseroan dalam jangka panjang dan eksistensi Perseroan juga penting bagi para karyawannya.

Berbagai aspek dipertimbangkan oleh Perseroan agar dapat tercipta hubungan yang serasi, aman, mantap, tenteram, dan dinamis antara Perseroan dengan seluruh karyawannya, antara lain tentang kejelasan dalam tugas, hak, dan kewajiban karyawan sehari-hari, perhatian dalam kebutuhan kehidupannya dalam kondisi sehat maupun sakit, serta atmosfer lingkungan kerja yang menunjang kinerja karyawan. Aspek-aspek tersebut diharapkan dapat meningkatkan produktivitas karyawan dan membantu menciptakan ketenteraman dan kepuasan karyawan dalam bekerja sehingga akan sangat membantu menyelesaikan masalah-masalah yang mungkin timbul secara musyawarah.

Peraturan Perusahaan Perseroan telah disahkan melalui Surat Keputusan Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia, Direktorat Jenderal Pembinaan Hubungan Industrial dan Jaminan Sosial Tenaga Kerja, Nomor: Kep. 583/PHIJSK-PKKAD/PP/VII/2013 tanggal 9 Juli 2013 yang berlaku hingga tanggal 30 April 2015. Secara umum, Peraturan Perusahaan Perseroan memuat hak dan kewajiban karyawan dan perusahaan, serta ketentuan yang bertujuan membina hubungan serasi, selaras, dan seimbang dalam usaha meningkatkan efisiensi, produktivitas dan prestasi kerja yang optimal. Diharapkan Peraturan Perusahaan Perseroan dapat mewujudkan terciptanya hubungan industrial yang kondusif antara karyawan dan Perseroan, dengan memperhatikan peraturan perundang-undangan dan peraturan pemerintah yang berlaku, termasuk penyesuaiannya di kemudian hari.

---

# KODE ETIK DAN TANGGUNG JAWAB PROFESIONAL

---

Komitmen Perseroan sebagai perusahaan publik untuk memperoleh kesinambungan usaha jangka panjangnya tidak hanya tercermin dari kepatuhan Perseroan terhadap aturan yang bersifat mengikat. Perseroan juga senantiasa menerapkan suatu standar kode etik dan tanggung jawab profesional sebagai salah satu tolok ukur dalam upayanya untuk mencapai keseimbangan operasional usaha Perseroan. Selain Perseroan yang berkewajiban memenuhi persyaratan dari semua perundang-undangan yang berlaku, Perseroan menerapkan standar kode etik dan tanggung jawab profesional tersebut sebagai bentuk tanggung jawab Perseroan terhadap publik, para pelanggan, *shareholders* dan *stakeholders* kepentingan dalam menjalankan kegiatan usahanya.

Berpedoman pada standar internasional, komitmen untuk senantiasa patuh pada peraturan yang berlaku, dan penerapan prinsip tata kelola perusahaan yang baik, maka secara fundamental, penting bagi Perseroan untuk menetapkan Standar Kode Etik dan Tanggung Jawab Profesional (Kode Etik) yang telah disahkan melalui Surat Keputusan Direksi Nomor: SK-004/LN/CSL/VIII/13 tanggal 30 Juni 2013. Seluruh manajemen dan karyawan wajib memahami standar kode etik ini sebagai dasar penerapan dalam berperilaku yang mengatur hubungan antara karyawan dengan Perseroan, sesama karyawan, pelanggan, pemasok, pemegang saham, pemangku kepentingan, pemerintah dan masyarakat. Seluruh manajemen dan karyawan wajib menandatangani standar kode etik tersebut setiap dua tahun sekali.

Penanganan terhadap penyimpangan atas Peraturan Perusahaan dan Kode Etik dan Tanggung Jawab Profesional dilakukan melalui penyelidikan yang mendalam dan didasari dengan fakta-fakta, sedangkan keputusannya dibuat dan diberikan berdasarkan pertimbangan akibat tindakan, derajat kesengajaan dan motif tindakan. Melalui pertimbangan yang cermat dan obyektif, Direksi memutuskan jenis sanksi yang disesuaikan dengan bobot penyimpangan dan hirarki organisasi (pangkat atau jabatan karyawan). Sanksi kepada karyawan dapat berbentuk teguran lisan, surat peringatan (I, II, III), tidak diberikan kenaikan gaji, pangkat atau bonus, hingga pemutusan hubungan kerja (PHK). Khusus untuk PHK, setelah mendapatkan persetujuan Direksi, dilanjutkan dengan pengajuan permohonan ijin kepada Departemen Tenaga Kerja sesuai Undang-Undang Ketenagakerjaan Republik Indonesia.

---

# KEBIJAKAN PENGELOLAAN PENGADUAN PELANGGARAN

---

Kebijakan Pengelolaan Pengaduan Pelanggaran (KP3) merupakan sistem yang dapat dijadikan media bagi saksi pelapor untuk menyampaikan informasi mengenai tindakan pelanggaran yang diindikasikan terjadi. Pengaduan yang diperoleh dari mekanisme pengaduan pelanggaran (*whistleblowing*) ini perlu mendapatkan perhatian dan tindak lanjut, termasuk juga penerapan hukuman yang tepat agar dapat memberikan efek jera bagi pelaku pelanggaran dan juga bagi mereka yang berniat melakukan hal tersebut.

KP3 dimaksudkan sebagai dasar atau pedoman pelaksanaan dalam menangani Pengaduan Pelanggaran dari *stakeholders* untuk menjamin terselenggaranya mekanisme penyelesaian pengaduan pelanggaran yang efektif dalam jangka waktu memadai. Tujuan akhirnya adalah sebagai upaya dalam pengungkapan berbagai permasalahan dalam Perseroan yang tidak sesuai dengan Kode Etik yang berlaku di Perseroan.

KP3 ini diberlakukan bagi manajemen dan karyawan di lingkungan Perseroan dan seluruh unit usahanya dalam menjalankan tugas sehari-hari sesuai dengan prinsip tata kelola perusahaan yang baik.

---

## KETENTUAN UMUM PENANGANAN PENGADUAN PELANGGARAN

---

Perseroan wajib menerima pengaduan pelanggaran dari pihak internal maupun eksternal. Perseroan wajib menerima dan menyelesaikan pengaduan pelanggaran, baik dari pelapor yang mencantumkan identitasnya maupun yang tidak.

Perseroan menyediakan dua saluran pengelolaan pengaduan, yaitu melalui jalur Direksi apabila pelanggaran diduga dilakukan oleh karyawan, dan jalur Dewan Komisaris apabila pelanggaran diduga dilakukan oleh Direksi, Dewan Komisaris, organ penunjang Dewan Komisaris dan Kepala Unit Kerja sesuai dengan tingkat pelaku pelanggaran.

### A. PROSES PENANGANAN PENGADUAN

1. Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran melakukan verifikasi atas laporan yang masuk berdasarkan catatan tim. Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran akan memutuskan perlu tidaknya dilakukan investigasi atas pengaduan pelanggaran dalam waktu 30 hari kerja dan dapat diperpanjang paling lama 30 hari kerja
2. Apabila hasil verifikasi menunjukkan bahwa pengaduan tidak benar dan tidak ada bukti maka tidak akan diproses lebih lanjut.
3. Apabila hasil verifikasi menunjukkan adanya indikasi pelanggaran yang disertai bukti-bukti yang cukup, maka pengaduan dapat diproses ke tahap investigasi.
4. Terkait pengaduan pelanggaran yang melibatkan oknum Karyawan yang memerlukan investigasi, wajib ditindaklanjuti oleh Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran tingkat Direksi untuk diinvestigasi.
5. Terkait pengaduan pelanggaran yang melibatkan Direksi, Dewan Komisaris, organ penunjang Dewan Komisaris dan Kepala Unit Kerja yang memerlukan investigasi, wajib ditindaklanjuti oleh Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran tingkat Dewan Komisaris untuk diinvestigasi.

6. Pelaku pelanggaran yang telah terbukti berdasarkan hasil investigasi, akan diproses sesuai dengan peraturan yang berlaku.
7. Apabila hasil investigasi terbukti adanya pelanggaran disiplin oleh karyawan, maka dapat ditindaklanjuti sidang disiplin sesuai ketentuan yang berlaku dengan Direksi sebagai hakim, Divisi Audit Internal sebagai penuntut, Divisi Sumber Daya Manusia atau Divisi *Corporate Legal* sebagai pembela dan pendapat atau masukan dari atasan yang bersangkutan.
8. Apabila hasil investigasi terbukti adanya pelanggaran oleh karyawan yang mengarah ke tindak pidana, maka dapat ditindaklanjuti proses hukum yang berlaku kepada lembaga penegak hukum dengan Direksi atau yang diberi kuasa untuk itu sebagai pejabat yang menangani perkara.
9. Seluruh proses pengaduan pelanggaran diadministrasikan secara baik oleh Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran.

#### **B. PEMANTAUAN TINDAK LANJUT**

1. Pemantauan tindak lanjut pengaduan pelanggaran dilakukan oleh Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran.
2. Tim Pengelola Pengaduan Pelanggaran harus menginformasikan pengaduan pelanggaran yang masuk, yang diinvestigasi, dan yang dianggap selesai kepada Direksi dan atau Dewan Komisaris setiap saat diperlukan.

---

## **KETENTUAN UMUM PENANGANAN PENGADUAN PELANGGARAN**

---

#### **A. PERLINDUNGAN PELAPOR DAN TERLAPOR**

1. Perseroan berkewajiban untuk melindungi pelapor yang dimaksudkan untuk mendorong keberanian melaporkan pelanggaran.
2. Perlindungan pelapor meliputi:
  - a. Jaminan kerahasiaan identitas pelapor dan isi laporan.
  - b. Jaminan keamanan bagi pelapor maupun keluarganya.
  - c. Jaminan perlindungan terhadap perlakuan yang merugikannya.
3. Perseroan memberikan jaminan kerahasiaan identitas terlapor sampai status terperiksa berubah.

#### **B. PENGHARGAAN KEPADA PELAPOR**

1. Perseroan dapat memberikan penghargaan kepada pelapor atas pelanggaran yang dapat dibuktikan sehingga aset/keuangan Perseroan dapat diselamatkan.
2. Penghargaan diberikan melalui kebijakan Direksi.

---

# SISTEM MANAJEMEN MUTU

---

Perseroan telah memperoleh sertifikasi standar ISO 9001:2008 pada tahun 2013 dari United Registrar of System Ltd (URS) sebagai pengakuan atas *Quality Management System* terkait aktivitas TV Kabel dan Data Internet. ISO 9001:2008 merupakan suatu prosedur yang terdokumentasi dan standar praktik untuk sistem manajemen yang menjamin kesesuaian dari suatu proses dan produk baik barang maupun jasa terhadap kebutuhan atau persyaratan tertentu yang ditentukan atau dispesifikasikan oleh pelanggan dan organisasi.

---

## STANDAR PROSEDUR OPERASIONAL

---

Untuk memastikan bahwa seluruh kegiatan operasional berjalan sesuai ketentuan yang telah dilakukan, maka Perseroan menyusun Standar Prosedur Operasional secara rinci. Standar ini juga berfungsi sebagai salah satu acuan dalam proses audit mutu yang dilakukan terhadap Perseroan.

---

## KESELAMATAN DAN KESEHATAN KERJA

---

Keselamatan Kerja adalah usaha dalam melakukan pekerjaan tanpa kecelakaan, memberikan suasana lingkungan kerja yang aman dan dicapainya hasil yang menguntungkan serta bebas dari bahaya Kecelakaan Kerja atau Penyakit Akibat Kerja. Keselamatan Kerja berhubungan dengan Mesin/Peralatan/Perlengkapan Kerja/Bahan-bahan/Lingkungan Kerja.

Sedangkan Kesehatan Kerja adalah kondisi fisik, mental dan sosial dari tenaga kerja agar terlindungi dari segala penyakit atau gangguan kesehatan dan mampu berinteraksi dengan lingkungan pekerjaannya dengan upaya :

1. Pemeriksaan Kesehatan Karyawan
  - a. Pekerja baru (kondisi awal kesehatan)
  - b. Pekerja lama (memantau kesehatan 6 bulan/1 tahun)
  - c. Mengalami Kecelakaan Kerja (Pemeriksaan Khusus)

2. Lingkungan Tempat Kerja
  - a. Debu: mengganggu saluran pernafasan
  - b. Bising : mengganggu fungsi pendengaran
  - c. Pencahayaan : mengganggu daya penglihatan
  - d. Getaran : mengganggu fungsi persendian
  - e. Gas-gas beracun/berbahaya yang dapat langsung mematikan manusia
3. Ergonomi :
  - a. Tempat duduk
  - b. Alat kerja
  - c. Dimensi tempat kerja

Keselamatan dan Kesehatan Kerja (K3) merupakan upaya atau pemikiran dalam menjamin keutuhan dan kesempurnaan jasmani rohani manusia pada umumnya dan tenaga kerja pada khususnya

Prinsip-prinsip K3:

1. Semua kecelakaan dan penyakit akibat kerja dapat dicegah
2. K3 adalah bagian integral dari budaya, nilai dan operasi perusahaan
3. Manajemen harus menetapkan kebijakan, menyiapkan sarana prasarana dan menjamin sepenuhnya penerapan K3
4. K3 adalah bagian integral dari perilaku, tanggung jawab dan peran setiap tenaga kerja
5. Setiap tenaga kerja harus mempunyai rasa memiliki dalam pelaksanaan operasi perusahaan
6. Setiap tenaga kerja harus memimpin, mengatur dirinya sendiri dan mengoreksi satu sama lain
7. Semua potensi bahaya harus diidentifikasi dan dikendalikan
8. Semua kekurangan harus dilakukan koreksi
9. Akuntabilitas K3 harus ditetapkan, kinerja diukur dan diketahui

Berikut tujuan dari K3:

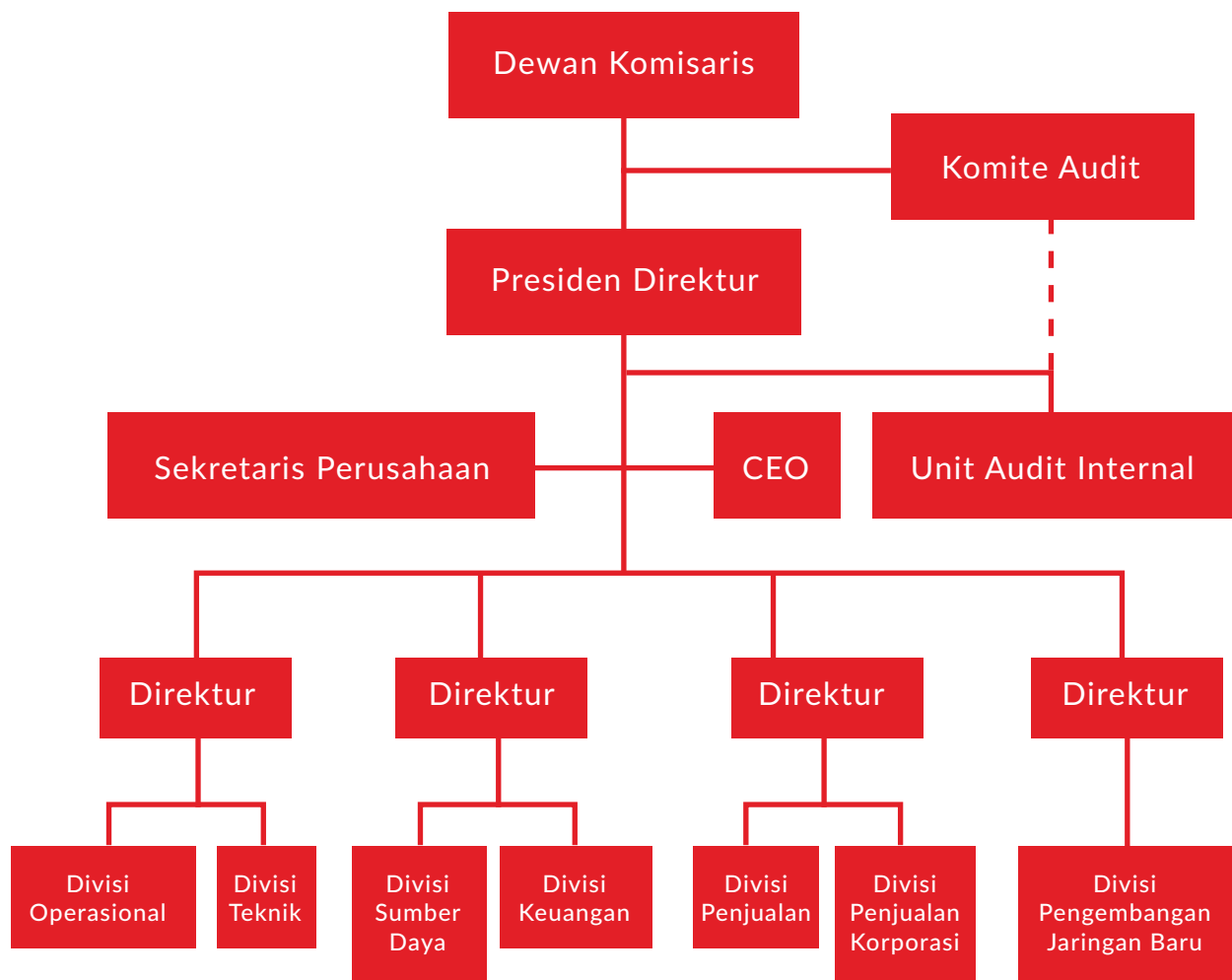
- Mencegah/mengadakan usaha pencegahan agar karyawan tidak mendapat luka/cidera/mati
- Tidak terjadinya kerugian / kerusakan pada alat / material/produksi
- Upaya pengawasan terhadap 4M yaitu : manusia, material, mesin, metode kerja yang dapat memberikan lingkungan kerja aman dan nyaman sehingga tidak terjadi kecelakaan

Dalam menerapkan K3 Perseroan menerapkan Standar Kinerja K3 sebagai berikut:

- Rekrutmen tenaga kerja dilakukan sesuai prosedur mendapatkan pelatihan, penyuluhan ditempatkan sesuai kemampuan
- Semua perbuatan dan kondisi berbahaya dilaporkan, dicatat dan ditindaklanjuti
- Setiap karyawan mendapatkan instruksi kerja yang tepat

- Setiap karyawan mendapatkan indoktrinasi K3 dan dilakukan komunikasi, konsultasi secara berkala
- Setiap karyawan memahami dan mempraktekkan K3
- Setiap karyawan memahami manfaat, cara pemakaian, perawatan dan penyimpanan Alat Pelindung Diri (APD)
- Setiap kecelakaan dilakukan investigasi dan dianalisa serta dilaporkan
- Tindak dan tanduk setiap manajer adalah pencerminan tentang kepedulian terhadap K3
- Disiplin dalam implementasi menuju pembangunan karakter budaya K3
- Semua peralatan, pesawat, bahan berbahaya, instalasi yang berbahaya telah mempunyai perizinan dan dilakukan pengujian berkala
- Semua peralatan, pesawat, bahan berbahaya, instalasi yang berbahaya telah dilakukan identifikasi/ penilaian resiko, pengendalian baik administratif maupun teknis
- Semua peralatan, pesawat, bahan berbahaya, instalasi yang berbahaya dijalankan oleh operator/ petugas yang berkualifikasi dan berkompetensi
- Semua jenis pekerjaan beresiko dilakukan penilaian dan dibuatkan standar operasi kerja selamat
- Kondisi lingkungan kerja dilakukan pengukuran dan pengujian untuk mengetahui parameternya

# STRUKTUR ORGANISASI



Notes:

— Garis Koordinasi

- - - Garis Tugas

---

# STRUKTUR TATA KELOLA PERUSAHAAN

---

Struktur Tata Kelola Perseroan terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham, Dewan Komisaris, Komite Audit sebagai komite yang bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris, Direksi, Sekretaris Perusahaan dan Unit Audit Internal yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Direktur.

---

## RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM

---

Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) merupakan pelaksana perusahaan yang memegang kekuasaan dan wewenang tertinggi. Kewenangan Rapat Umum Pemegang Saham antara lain mengangkat dan memberhentikan anggota Dewan Komisaris dan Direksi, mengevaluasi kinerja Dewan Komisaris dan Direksi, menyetujui perubahan Anggaran Dasar, menyetujui laporan tahunan dan menetapkan bentuk dan jumlah remunerasi anggota Dewan Komisaris dan Direksi. Pada tahun 2014, Para Pemegang Saham Perseroan mengambil Keputusan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) pada tanggal 8 Oktober 2014.

### KEPUTUSAN RUPSLB 8 OKTOBER 2014

Keputusan-keputusan antara lain:

1. Menyetujui perubahan status Perseroan dari Perusahaan Penanaman Modal Asing menjadi Perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri.
2. Menyetujui perubahan Pasal 2 Anggaran Dasar Perseroan sehubungan dengan perubahan status Perseroan dari Perusahaan Penanaman Modal Asing menjadi Perusahaan Penanaman Modal Dalam Negeri.
3. Menyetujui perubahan Pasal 15 ayat 1, ayat 9, dan ayat 14 Anggaran Dasar Perseroan mengenai Direksi, serta Pasal 18 ayat 1, ayat 8 dan ayat 13 Anggaran Dasar Perseroan mengenai Dewan Komisaris.
4. Memberikan persetujuan, wewenang dan kuasa penuh kepada Direksi Perseroan dengan hak substitusi untuk melaksanakan segala tindakan yang diperlukan sehubungan dengan hal-hal yang diputuskan dalam Rapat ini serta dalam rangka sahnya, efektifnya dan/atau pelaksanaan keputusan-keputusan dalam Rapat ini, termasuk tetapi tidak terbatas pada:





- (a) membuat, meminta dibuatkan, mengadakan, menandatangani, menyerahkan, menyampaikan, mengajukan, mendaftarkan dan/atau melaksanakan segala akta, perjanjian, formulir, aplikasi, pernyataan, sertifikat dan/atau dokumen lainnya (selanjutnya disebut "Dokumen") maupun setiap perubahan, perpanjangan, penambahan, penggantian, pembaharuan, pengalihan, novasi dan/atau pengakhiran atas Dokumen tersebut;
  - (b) mengubah dan menyusun kembali sebagian atau seluruh Anggaran Dasar Perseroan;
  - (c) menyatakan kembali sebagian atau seluruh keputusan-keputusan dalam Rapat ini ke dalam satu atau lebih akta notaris;
  - (d) hadir di hadapan pihak/pejabat yang berwenang termasuk tetapi tidak terbatas pada Notaris, Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia serta Badan Koordinasi Penanaman Modal;
  - (e) mengajukan permohonan kepada pihak/pejabat yang berwenang untuk memperoleh persetujuan atau menyampaikan pelaporan atau pemberitahuan kepada pihak/pejabat yang berwenang, serta untuk mengumumkan dalam Tambahan Berita Negara sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku; dan
  - (f) melakukan segala tindakan yang dianggap baik oleh Direksi Perseroan, satu dan lain hal tanpa ada yang dikecualikan.
5. Meratifikasi dan mengesahkan seluruh tindakan yang telah maupun yang akan dilakukan oleh setiap anggota Direksi Perseroan terkait dengan hal-hal yang diputuskan dalam Rapat ini.

## DEWAN KOMISARIS

Sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku, Dewan Komisaris adalah organ perusahaan yang mewakili Pemegang Saham untuk melakukan fungsi pengawasan atas pelaksanaan kebijakan dan strategi perusahaan yang dilakukan oleh Direksi dan memberikan arahan/nasihat kepada Direksi dalam pengelolaan Perseroan dengan itikad yang baik, kehati-hatian dan bertanggung jawab, serta menjalankan fungsi untuk memperkuat citra Perseroan dimata masyarakat dan para pemegang saham.

### PERSYARATAN, KEANGGOTAAN DAN MASA JABATAN

Persyaratan formal dan material yang berlaku telah dipenuhi oleh seluruh anggota Dewan Komisaris Perseroan. Persyaratan formal bersifat umum, sesuai

peraturan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan persyaratan material bersifat khusus, disesuaikan dengan kebutuhan dan sifat bisnis perusahaan.

Dewan Komisaris Perseroan terdiri dari 5 (lima) anggota, yaitu: 1 (satu) Presiden Komisaris, 2 (dua) Komisaris dan 2 (dua) Komisaris Independen. Anggota Dewan Komisaris diangkat dan diberhentikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham untuk jangka waktu sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ketiga sejak pengangkatannya. Jabatan anggota Dewan Komisaris akan berakhir apabila mengundurkan diri, tidak lagi memenuhi persyaratan, meninggal dunia, atau diberhentikan berdasarkan keputusan RUPS.

Susunan Dewan Komisaris per 31 Desember 2014 adalah sebagai berikut:

Komisaris	Jabatan	Sejak
Ali Chendra	Presiden Komisaris	2013
Edward Daniel Horowitz	Komisaris	2011
Lorne Rupert Somerville	Komisaris	2011
Jonathan Limbong Parapak	Komisaris Independen	2013
Bintan Regen Saragih	Komisaris Independen	2013

### TUGAS, TANGGUNG JAWAB DAN KEWAJIBAN

Dewan Komisaris berperan penting dalam melaksanakan prinsip-prinsip GCG sesuai fungsi pengawasan yang dilakukan. Melalui laporan Direksi dan Komite Audit, Dewan Komisaris memantau dan mengevaluasi pelaksanaan seluruh kebijakan strategis Perusahaan, termasuk mengenai efektivitas penerapan manajemen risiko dan pengendalian internal. Selain itu, Dewan Komisaris bertanggung jawab mengawasi manajemen operasional Perseroan yang dilaksanakan oleh Direksi dan memberikan nasihat kepada Direksi apabila diperlukan, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam Anggaran Dasar, Keputusan RUPS perusahaan,

peraturan serta undang-undang yang berlaku.

Terkait dengan RUPS, Dewan Komisaris memiliki tugas dan tanggung jawab antara lain memberikan pendapat dan saran mengenai rencana kerja dan anggaran tahunan perusahaan, melaporkan segera jika terjadi gejala menurunnya kinerja perusahaan, menelaah dan menandatangani laporan tahunan, serta mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugasnya kepada RUPS.

Selama tahun 2014, Dewan Komisaris tidak menemukan pelanggaran hukum dan peraturan di sektor keuangan maupun peraturan yang berkaitan dengan bisnis perusahaan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan.

## RAPAT DEWAN KOMISARIS

Rapat Dewan Komisaris dapat diadakan setiap 3 (tiga) bulan di tempat kedudukan perusahaan atau tempat kedudukan Bursa Efek di tempat dimana saham perusahaan dicatatkan. Rapat dianggap sah dan mengikat apabila 2 (dua) atau lebih anggota Dewan Komisaris hadir atau diwakili dalam rapat. Dalam rapat Dewan Komisaris, selalu dihadiri juga oleh Direksi untuk melaporkan perkembangan dan kinerja Perseroan.

Tabel berikut memuat informasi tentang kehadiran Dewan Komisaris dalam rapat Dewan Komisaris yang dilaksanakan sepanjang tahun 2014.

Komisaris	% Kehadiran Rapat Dewan Komisaris
Ali Chendra	100
Edward Daniel Horowitz	100
Lorne Rupert Somerville	100
Jonathan Limbong Parapak	100
Bintan Regen Saragih	100

## KOMITE AUDIT

Sesuai dengan peraturan yang dikeluarkan oleh Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (Bapepam-LK) Nomor IX.I.5 tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, tujuan dibentuknya Komite Audit adalah untuk memastikan penerapan tata kelola perusahaan. Tugas utama Komite Audit adalah mendorong diterapkannya tata kelola perusahaan yang baik, terbentuknya struktur pengendalian internal yang memadai, meningkatkan kualitas keterbukaan dan pelaporan keuangan serta mengkaji ruang lingkup, ketepatan, kemandirian dan objektivitas akuntan publik. Komite Audit terdiri dari dua anggota yang merupakan pihak independen (pihak dari luar Perseroan) yang berkemampuan di bidang akuntansi dan keuangan dan diketuai oleh Komisaris Independen.

Dewan Komisaris telah membentuk Komite Audit sebagai pendukung dalam menjalankan tugas dan kewajibannya. Penetapan pembentukan Komite Audit dilakukan melalui Surat Keputusan Dewan Komisaris dan diketuai oleh salah seorang Komisaris Independen yang ditunjuk oleh Dewan Komisaris.

Komite Audit bertanggungjawab kepada Dewan Komisaris dan membantu Dewan Komisaris dengan melakukan tugas-tugas berikut:

1. Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan perusahaan seperti laporan keuangan, proyeksi, dan informasi keuangan lainnya.
2. Melakukan penelaahan atas ketaatan perusahaan terhadap peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal dan peraturan perundangan-undangan lainnya yang berhubungan dengan kegiatan Perusahaan.
3. Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh Auditor Internal.
4. Melaporkan kepada Dewan Komisaris berbagai risiko yang dihadapi perusahaan dan implementasi manajemen risiko oleh Direksi.
5. Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh Dewan Komisaris sepanjang termasuk dalam lingkup tugas dan kewajiban Dewan Komisaris berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.



## **JONATHAN LIMBONG PARAPAK**

### **Ketua**

Dalam melaksanakan wewenangnyanya, Komite Audit wajib bekerja sama dengan pihak yang melaksanakan fungsi Internal Audit. Komite Audit beranggota 3 (tiga) orang, yang terdiri dari 1 (satu) orang Ketua merangkap Komisaris Independen dan 2 (dua) orang anggota independen. Seluruh anggota Komite Audit telah memenuhi kriteria independensi, keahlian, pengalaman dan integritas yang dipersyaratkan dalam berbagai peraturan yang berlaku.

Susunan Komite Audit per 11 April 2014 berdasarkan keputusan Dewan Komisaris No. SK-002/LN/CSL/IV/14 adalah sebagai berikut:

1. Jonathan Limbong Parapak (Ketua/Komisaris Independen).
2. Lim Kwang Tak (Anggota/Independen)
3. Herman Latief (Anggota/Independen)

Memperoleh gelar Wibawa Seroja Nugraha dari Ketahanan / Pertahanan Institute Nasional Indonesia pada tahun 1984, gelar Master of Engineering Science pada tahun 1986 dan gelar Bachelor of Electrical Engineering Communications dari University of Tasmania pada tahun 1966. Menjabat sebagai Komisaris Independen Perseroan pada tahun 2013. Menjabat berbagai posisi penting yaitu Direktur Utama (1980-1991) dan kemudian Komisaris Utama (1991 - 2000) dari PT Indosat Tbk, Sekretaris Jenderal Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (1991 - 1998), Komisaris PT Siloam Health Care Grup Tbk. (2000 - 2004), Komisaris PT Bukit Sentul Tbk (2000 - 2004), Komisaris PT Pacific Utama Tbk (2000 - 2004), Presiden Komisaris PT AsiaNet (2000 - 2009), Presiden Komisaris PT First Media Tbk (2000 - 2009), Direktur Pasca Sarjana di Universitas Pelita Harapan (2003 - 2006), Komisaris Independen di PT Lippo Karawaci Tbk (2006-2013). Beliau sekarang memegang posisi Rektor di Universitas Pelita Harapan (2006 - sekarang), Komisaris Independen PT Matahari Department Store Tbk (2009 - sekarang), Komisaris Independen PT Multipolar Tbk (2001 - sekarang) dan Komisaris Independen PT Siloam International Hospitals Tbk (2014- sekarang).



**LIM KWANG TAK**  
**Anggota/Independen**

Memperoleh gelar Sarjana Akuntansi dari Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia pada tahun 1980. Menjabat sebagai anggota komite audit Perseroan sejak tahun 2014 sampai dengan saat ini. Memulai karirnya sebagai Konsultan Manajemen di Touche Ross Darmawan & Co (1981-1982), kemudian menjadi Konsultan Manajemen di Data Impact and Business Advisory (1983-1985), memegang beberapa posisi di PT Trimex Sarana Trisula, terakhir sebagai Komisaris (1991-1999), memegang beberapa posisi di PT Southern Cross Textile Industry, terakhir sebagai Komisaris (1991-2012), Komisaris Utama PT Chitose Indonesia Manufacturing (1992-2001), memegang beberapa posisi di PT Trisenta Interior Manufacturing, terakhir sebagai Presiden Komisaris (1992-2006), Komisaris di PT Nusantara Cemerlang (1997-2005), Direktur di PT Trisula Corporation Pte Ltd (2000-2012), memegang beberapa posisi di PT Trisula Textile Industries, terakhir sebagai Komisaris (2005-2013), Komisaris di PT Trisula Garment Manufacturing (2008-2013), Komisaris Utama di PT Trimas Sarana Garment Industry (2010-2011), Direktur Utama di PT Trisula Insan Tiara (2011-2013). Saat ini memegang posisi sebagai Senior Konsultan di PT Bina Analisis Semesta (sejak 1985), Direktur Utama di PT Trimas Sarana Garment Industry (sejak 2011), Komisaris di PT Mido Indonesia (sejak 2011), Komisaris di PT Trisula International Tbk (sejak 2011), Anggota Komite Audit di PT Matahari Putra Prima Tbk (sejak 2012), Anggota Komite Audit di PT Matahari Departemen Store Tbk (sejak 2012), Anggota Komite Audit di PT Siloam International Hospitals Tbk (sejak 2013) dan Komisaris di PT Paramount Land Development (sejak 2013).



**HERMAN LATIEF**  
**Anggota/Independen**

Memperoleh gelar Diplom Ingenieur Architect (Dipl. Ing) dari TFH, Hamburg, Jerman pada tahun 1976. Menjabat sebagai anggota komite audit Perseroan sejak tahun 2014 sampai dengan saat ini. Memulai karirnya sebagai Arsitek di PT Widya Pertiwi Engineering (1976-1978), kemudian menjadi Direktur di perusahaan grup Kalbe Farma (1979-1988), memegang beberapa posisi di PT Lippo Cikarang Tbk, terakhir sebagai Wakil Presiden Komisaris (1989-2001), Komisaris di PT Lippo Land Development (2001-2004), Komisaris di PT Bukit Sentul Tbk (2004-2005), Direktur di PT East Jakarta Industrial Park (2004-2010), Komite Audit di PT Pacific Utama Tbk (2005-2007), Komite Audit di PT Gowa Makassar (2005-2007), Komite Audit di PT Multipolar Tbk (2007-2009), aktif di Dewan Penasehat Himpunan Kawasan Industri Indonesia (HKI) (1995-2000) dan Wakil Ketua Real Estate Indonesia (1999-2008). Saat ini memegang posisi sebagai Wakil Ketua Dewan Penasehat di Himpunan Kawasan Industri Indonesia (HKI) (sejak 2000), Wakil Ketua Komite Tetap Pengembangan Kawasan Industri di Kamar Dagang dan Industri (KADIN) (sejak 2008), Komite Audit di PT Star Pacific Tbk (sejak 2010), dan Komite Audit di PT Lippo General Insurance Tbk (sejak 2012).

## RAPAT KOMITE AUDIT

Tabel berikut memuat informasi tentang kehadiran Komite Audit dalam rapat Komite Audit yang dilaksanakan sepanjang tahun 2014.

Komite Audit	% Kehadiran Rapat Komite Audit
Jonathan Limbong Parapak	100
Lim Kwang Tak	100
Herman Latief	100

## DIREKSI

Direksi adalah organ perusahaan yang bertanggung jawab penuh atas pengelolaan perusahaan dengan senantiasa memperhatikan kepentingan dan tujuan Perseroan dan unit usaha serta mempertimbangkan kepentingan para pemegang saham dan seluruh *stakeholders*. Direksi mewakili perusahaan baik di dalam maupun di luar pengadilan sesuai dengan ketentuan Anggaran Dasar, tunduk pada semua peraturan yang berlaku terhadap Perusahaan Terbuka dan tetap berpegang pada penerapan prinsip *Good Corporate Governance*. Disamping itu, Direksi bertanggung-jawab melakukan pengawasan internal secara efektif dan efisien; memantau risiko dan mengelolanya, menjaga agar iklim kerja tetap kondusif sehingga produktivitas dan profesionalisme menjadi lebih baik, mengelola karyawan dan melaporkan kinerja Perseroan secara keseluruhan kepada pemegang saham dalam Rapat Umum Pemegang Saham.

Independen. Anggota Direksi diangkat dan diberhentikan dalam Rapat Umum Pemegang Saham untuk jangka waktu sampai dengan ditutupnya Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan ketiga sejak pengangkatannya dan dapat diangkat kembali sesuai keputusan Rapat Umum Pemegang Saham. Jabatan anggota Direksi berakhir apabila mengundurkan diri, tidak lagi memenuhi persyaratan perundang-undangan, meninggal dunia, diberhentikan berdasarkan keputusan RUPS, dinyatakan pailit atau ditaruh di bawah pengampunan berdasarkan suatu penetapan pengadilan.

Susunan Direksi per 31 Desember 2014 adalah sebagai berikut:

Presiden Direktur	: Roberto Fernandez Feliciano
Direktur	: Dicky Setiadi Moechtar
Direktur	: Sigit Prasetya
Direktur	: Andy Nugroho Purwohardono
Direktur Independen	: Henry Jani Liando

## PERSYARATAN, KEANGGOTAAN DAN MASA JABATAN

Direksi berada di bawah pengawasan Dewan Komisaris. Seluruh anggota Direksi Perseroan telah memenuhi persyaratan formal dan material yang berlaku. Persyaratan formal bersifat umum, sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku, sedangkan persyaratan material bersifat khusus, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan sifat bisnis perusahaan. Direksi Perseroan terdiri dari 5 (lima) orang, yaitu 1 (satu) bertindak sebagai Presiden Direktur, 3 (tiga) bertindak sebagai Direktur, dan 1 (satu) bertindak sebagai Direktur

## TANGGUNG JAWAB DAN BIDANG TUGAS

Direksi bertanggungjawab atas pengurusan perusahaan dengan itikad baik dan penuh tanggung jawab. Setiap anggota Direksi bertanggungjawab penuh baik secara pribadi maupun bersama (tanggung renteng) atas kerugian perusahaan apabila yang bersangkutan terbukti bersalah atau lalai. Direksi bertanggungjawab atas pengelolaan perusahaan melalui pengelolaan risiko dan pelaksanaan tata kelola perusahaan yang baik pada seluruh jenjang organisasi. Tanggung jawab Direksi juga mencakup penerapan struktur pengendalian internal, pelaksanaan fungsi audit internal, dan pengambilan tindakan berdasarkan temuan-temuan Audit Internal sesuai dengan arahan Dewan Komisaris. Direksi wajib menyusun strategi bisnis, termasuk rencana kerja dan anggaran serta pelaksanaan praktek akuntansi dan pembukuan sesuai ketentuan perusahaan publik. Selain itu, Direksi juga wajib mempertanggungjawabkan pelaksanaan tugasnya kepada pemegang saham melalui Rapat Umum Pemegang Saham. Dalam hal RUPS tidak menetapkan pembedaan tugas Direksi, maka pembagian tugas Direksi ditetapkan berdasarkan keputusan Direksi, sebagai berikut:

1. Roberto Fernandez Feliciano (Presiden Direktur) secara umum bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan Perseroan;

2. Dicky Setiadi Moechtar (Direktur) bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberikan panduan strategis kepada tim manajemen Perseroan, khususnya di Divisi Operasional dan Teknik;
3. Sigit Prasetya (Direktur) bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberikan panduan strategis kepada tim manajemen Perseroan, khususnya di Divisi Pengembangan Jaringan Baru;
4. Andy Nugroho Purwohardono (Direktur) bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberikan panduan strategis kepada tim manajemen Perseroan, khususnya di Divisi Penjualan dan Penjualan Korporasi;
5. Henry Jani Liando (Direktur Independen) bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberikan panduan strategis kepada tim manajemen Perseroan, khususnya di Divisi Keuangan dan Sumber Daya Manusia;

Direksi dapat menggunakan saran profesional atas biaya perusahaan apabila benar-benar dibutuhkan dan dengan memperhatikan batas-batas efisiensi dan efektivitas, serta tidak terdapat benturan kepentingan.

## RAPAT DIREKSI

Rapat Direksi dapat diadakan setiap 2 (dua) bulan atau kapan saja diperlukan, dengan lokasi di tempat kedudukan perusahaan atau tempat kedudukan Bursa Efek di tempat dimana saham perusahaan dicatatkan. Direksi juga turut dalam Rapat Dewan Komisaris untuk membahas kemajuan Perseroan secara umum. Rapat Direksi dianggap sah dan berhak mengambil keputusan yang mengikat apabila 2 (dua) atau lebih anggota Direksi hadir atau diwakili dalam rapat.

Tabel berikut memuat informasi tentang kehadiran Direksi dalam rapat Direksi yang dilaksanakan sepanjang tahun 2014.

Direksi	% Kehadiran Rapat Direksi
Roberto Fernandez Feliciano	100
Dicky Setiadi Moechtar	100
Sigit Prasetya	100
Andy Nugroho Purwohardono	100
Henry Jani Liando	100

---

## SEKRETARIS PERUSAHAAN

---

Mengacu kepada Peraturan Otoritas Jasa Keuangan No 35/POJK.04/2014, Perseroan mengangkat Sekretaris Perusahaan yang bertugas sebagai penghubung antara Perseroan dengan *shareholders*, Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dan pemangku kepentingan lainnya. Sekretaris Perusahaan bertanggungjawab kepada Direksi dan juga melaporkan pelaksanaan tugasnya kepada Dewan Komisaris.

Tugas pokok Sekretaris Perusahaan adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti perkembangan Pasar Modal khususnya peraturan-peraturan yang berlaku di bidang Pasar Modal.
2. Memberikan masukan kepada Direksi dan Dewan Komisaris Emiten atau Perusahaan Publik untuk mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal.
3. Membantu Direksi dan Dewan Komisaris dalam pelaksanaan tata kelola perusahaan yang meliputi:
  - a. Keterbukaan informasi kepada masyarakat, termasuk ketersediaan informasi pada Situs Web Emiten atau Perusahaan Publik;
  - b. Penyampaian laporan kepada Otoritas Jasa Keuangan tepat waktu;
  - c. Penyelenggaraan dan dokumentasi Rapat Umum Pemegang Saham;
  - d. Penyelenggaraan dan dokumentasi rapat Direksi dan/atau Dewan Komisaris; dan
  - e. Pelaksanaan program orientasi terhadap perusahaan bagi Direksi dan/atau Dewan Komisaris.
4. Sebagai penghubung antara Emiten atau Perusahaan Publik dengan pemegang saham Emiten atau Perusahaan Publik, Otoritas Jasa Keuangan, dan pemangku kepentingan lainnya.

Kegiatan Sekretaris Perusahaan selama tahun 2014 adalah sebagai berikut:

1. Memandu Perseroan untuk senantiasa patuh terhadap peraturan pasar modal, dan mengikuti perkembangan peraturan baru untuk

selanjutnya memastikan bahwa Perseroan mengimplementasikan peraturan-peraturan tersebut. Perseroan menerbitkan 3 (tiga) Laporan Keuangan.

2. Melakukan korespondensi dengan regulator pasar modal (OJK dan BEI) maupun lembaga-lembaga penunjang lainnya seperti KSEI dan BAE. Korespondensi yang dilakukan sebanyak 26 (dua puluh enam) kali, sebagai berikut:
  - a. Penyampaian Prospektus sebanyak 1 kali;
  - b. Penyampaian Laporan Keuangan sebanyak 3 kali;
  - c. Penyampaian Keterbukaan Informasi kepada Publik dan Tanggapan atas pertanyaan Bursa sebanyak 10 kali;
  - d. Penyampaian korespondensi terkait dengan RUPS sebanyak 4 kali;
  - e. Penyampaian Laporan Bulanan Registrasi Pemegang Efek sebanyak 7 kali;
  - f. Penyampaian Laporan Realisasi Penggunaan Dana Penawaran Umum sebanyak 1 kali;
3. Menyampaikan keterbukaan informasi terkait Perseroan yang disampaikan melalui pelaporan, baik yang diatur maupun tidak, antara lain dalam bentuk siaran pers, *website*, dan melayani setiap kebutuhan informasi terkait kondisi Perseroan.
4. Mengkoordinasikan penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB).
5. Mengkoordinasikan pelaksanaan Paparan Publik (*Public Expose*).

### PROFIL SEKRETARIS PERUSAHAAN

#### DICKY SETIADI MOECHTAR

Memperoleh gelar Sarjana di bidang Computer Studies dari Universitas Des Saarlandes, Jerman pada tahun 1984. Menjabat sebagai Direktur Perseroan sejak tahun 2011, bertanggung jawab untuk mengawasi dan memberi panduan strategis kepada tim manajemen Perseroan, khususnya di Divisi Operasional dan Teknik. Memulai karir di Bank Perniagaan Indonesia memegang



beberapa jabatan di PT Bank Pertiama Indonesia, terakhir sebagai Assistant Manager, System Analyst (1984-1991), beberapa jabatan di PT Bank Lippo Tbk, terakhir sebagai Managing Director IT, Operation, General Affair, Asset Administration, Distribution Financial Services (1999-2002), Direktur di PT Multipolar Corporation Tbk (2002-2008), Komisaris di PT Link Net (2009-2011) dan Direktur di PT First Media Tbk (2006-Sekarang). Presiden Direktur PT First Media Television (2012 - sekarang), Komisaris PT Delta Nusantara Networks (2012 - sekarang), Direktur PT Bintang Merah Perkasa Abadi (2013 - sekarang), Komisaris PT First Media News (2008 - sekarang) dan Komisaris PT Margayu Vatri Chantika (2008 - sekarang).

### **AKSES INFORMASI PUBLIK**

Masyarakat umum dan para investor dapat mengunjungi situs web Perseroan di [www.linknet.co.id](http://www.linknet.co.id) untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan usaha Perseroan, atau dapat menghubungi Sekretaris Perusahaan, melalui Email: [corporate.secretary@linknet.co.id](mailto:corporate.secretary@linknet.co.id) untuk memperoleh informasi lebih lanjut mengenai Perseroan.

---

## **UNIT AUDIT INTERNAL**

---

Pembentukan Unit Audit Internal mengacu kepada Peraturan Bapepam-LK No. IX.I.7 Lampiran Keputusan Ketua Bapepam-LK No. Kep-496/BL/2008 mengenai Pembentukan dan Pedoman Penyusunan Piagam Unit Audit Internal. Unit Audit Internal bertugas antara lain untuk menguji dan mengevaluasi pelaksanaan pengendalian internal dan sistem manajemen risiko sesuai dengan kebijakan perusahaan serta melakukan pemeriksaan dan penilaian atas efisiensi dan efektivitas di bidang keuangan, akuntansi, operasional, sumber daya manusia, pemasaran, teknologi informasi dan kegiatan lainnya. Dalam melaksanakan tugasnya Unit Audit Internal akan selalu bekerjasama sama dengan Komite Audit dan bertanggung jawab kepada Presiden Direktur. Pembentukan Unit Audit Internal merupakan wujud nyata dari komitmen perusahaan dalam menciptakan tata kelola yang baik dan efisien.

Direksi Perseroan menunjuk Giatrycks Sianipar sebagai Kepala Unit Audit Internal dan penunjukan ini telah disetujui oleh Dewan Komisaris melalui Surat Keputusan Pengangkatan Ketua Unit Audit Internal dan Penetapan Isi Piagam Audit Internal pada tanggal 3 Juni 2013. Unit Audit Internal memiliki tugas dan tanggung jawab sebagai berikut:

1. Menyusun dan melaksanakan Rencana dan Anggaran Aktivitas Audit Internal Tahunan berdasarkan prioritas risiko sesuai dengan tujuan perusahaan;
2. Melakukan pemeriksaan dan penilaian atas efisiensi dan efektivitas di seluruh bidang kegiatan perusahaan;
3. Menguji dan mengevaluasi pelaksanaan pengendalian internal dan sistem manajemen risiko sesuai dengan kebijakan perusahaan;
4. Memberikan saran perbaikan dan informasi yang obyektif tentang kegiatan yang diperiksa pada semua tingkat manajemen, serta membuat laporan tertulis hasil audit setiap bulan dan menyampaikan laporan tersebut kepada Presiden Direktur dan Dewan Komisaris dengan tembusan Komite Audit;
5. Memantau, menganalisa dan melaporkan pelaksanaan tindak lanjut perbaikan yang telah disarankan;
6. Bekerja sama dan berkomunikasi langsung dengan Komite Audit;
7. Menyusun program untuk mengevaluasi mutu kegiatan audit internal yang dilakukan;
8. Melakukan pemeriksaan khusus apabila diperlukan.

---

## **AUDITOR INDEPENDEN**

---

Memenuhi ketentuan Peraturan Menteri Keuangan RI Nomor 17/PMK.01/2008 tentang Jasa Akuntan Publik dan peraturan Bapepam-LK No.VIII.A.2 tentang Independensi Akuntan yang Memberikan Jasa Audit di Pasar Modal, maka laporan keuangan konsolidasian Perseroan diaudit oleh Akuntan Publik Aryanto Amir Jusuf Mawar & Saptoto.

7

---

**SUMBER  
DAYA MANUSIA**

---



*“Dalam implementasi manajemen sumber daya manusia, kami menerapkan budaya sharing session sebagai bentuk aktivitas mempertajam nilai organisasi Perseroan.”*

Pencapaian positif dalam organisasi bukan hanya dinilai dari angka pendapatan, efisiensi biaya, dan efektifitas program pemasaran, namun juga praktik pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia yang mendukung pencapaian tujuan organisasi dan peningkatan nilai organisasi. Menyadari hal ini pada tahun 2014 Perseroan mengintegrasikan strategi pengelolaan sumber daya manusia ke dalam strategi Perseroan. Strategi pengelolaan sumber daya manusia yang tepat akan meningkatkan kemampuan sebuah perusahaan atau organisasi untuk memenangkan dan menguasai pasar, melalui tenaga kerja yang dimilikinya.

Dapat disimpulkan bahwa Perseroan meyakini bahwa sumber daya manusia yang memiliki kompetensi yang tepat dan mempunyai kualitas diri yang baik merupakan kunci pertumbuhan Perseroan yang berkelanjutan. Untuk memastikan tercapainya hal ini maka fokus pengelolaan sumber daya manusia sudah diselaraskan dengan fokus dan langkah Perseroan, sehingga Perseroan sudah menempatkan fungsi pengelolaan sumber daya manusia sebagai Mitra Strategis Perusahaan (*Strategic Business Partner*).

---

## AKTIVITAS PENGELOLAAN SUMBER DAYA MANUSIA

---

Praktik pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) Perseroan selalu ditujukan untuk menjadikan Perseroan sebagai pilihan tempat bekerja pertama (*Employer of Choice*) dari talenta yang ada di pasar tenaga kerja. Dalam mencapai tujuan ini maka aktivitas yang dilakukan Perseroan adalah

### 1. Mendapatkan talenta yang terbaik

Mendapatkan talenta yang tepat dimulai dengan analisa kebutuhan yang akurat berdasarkan strategi dan target usaha Perseroan dengan memperhatikan kompetensi dan kualitas. Tahap selanjutnya adalah melakukan penentuan sumber – sumber talenta yang kita perlukan. Saat ini Perseroan menggunakan berbagai sumber seperti referal dari karyawan, iklan di situs pencari kerja, universitas – universitas terbaik dan sumber lainnya.

### 2. Langkah selanjutnya adalah perekrutan talenta.

Perekrutan dilakukan berdasarkan spesifikasi

kebutuhan jabatan yang lowong yang terdapat dalam dokumen deskripsi jabatan yang sudah tersedia dan selalu diperbarui berdasarkan situasi dan kondisi yang ada sehingga dapat selalu menjawab tantangan dunia usaha. Mendapatkan talenta yang tepat dilakukan secara bertahap dari mulai seleksi administrasi, berbagai tes kompetensi dan penilaian perilaku, wawancara bertahap hingga pada akhirnya ditemukan kesesuaian antara kandidat dan perusahaan maka dilanjutkan dengan proses penerimaan karyawan baru.

### 3. Mengembangkan Karyawan

Setiap talenta yang sudah dimiliki Perseroan akan dikembangkan secara sistematis dan konsisten sehingga dapat memberikan kontribusi yang semakin besar dan berdampak pada pertumbuhan Perseroan. Pengembangan juga dilakukan agar setiap talenta yang ada dapat mengoptimalkan semua potensi yang dimiliki sehingga secara personal memiliki '*engagement*' yang tinggi pada Perseroan.

Dalam proses pengembangan dilakukan juga proses Pengelolaan Kinerja atau yang dikenal juga sebagai proses *Performance Management*. Proses Pengelolaan Kinerja dilakukan juga secara sistematis dimulai dari perencanaan kinerja, penilaian kinerja, dan penilaian akhir kinerja.

Pengelolaan Kinerja di Perseroan sudah dilakukan secara elektronik, sehingga disebut dengan *Electronic Performance Management System* atau disingkat E-PMS. Sistem manajemen kinerja yang dikembangkan oleh Perseroan sudah menghubungkan tujuan serta visi dan misi organisasi kepada karyawan, sehingga setiap karyawan bukan hanya tahu arah dan tujuan yang hendak dicapai oleh organisasi, namun secara sadar ikut berperan serta dalam mengupayakan pencapaian tujuan organisasi tersebut melalui kinerja pribadi.

E-PMS membuat sistem penilaian dirasakan menjadi lebih adil, objektif dan lebih menyeluruh bila ditinjau dari aspek penilaiannya yaitu target dan perilaku. Konsep E-PMS dibangun dengan menggunakan pendekatan *Management by Objectives* (MBO) yang dipopulerkan oleh Peter Drucker.

Penilaian dalam E-PMS didasarkan pada 2 hal yaitu target yang dituangkan dalam bentuk *Key Business*

*Objective* (KBO) dan *Key Performance Indicator* (KPI), serta perilaku karyawan yang dituangkan dalam *Behavior Competencies* (BC). Penilaian dalam KBO memiliki bobot 70 persen, sedangkan penilaian BC sebesar 30 persen dengan nilai maksimal penilaian sebesar 130 persen dari *evidence* (pencapaian). Nilai yang keluar dari total KBO dan BC dihubungkan dengan kisaran angka tertentu dan dibuatkan menjadi bentuk *rating*.

Agar penilaian menjadi lebih adil dan obyektif, maka nilai yang didapat dibandingkan dengan nilai karyawan lainnya dalam satu bagian. Proses ini dinamakan normalisasi. Proses normalisasi dilakukan dalam 3 tingkatan mulai dari tingkat *section*, departemen dan divisi. Pada proses normalisasi mungkin terjadi perubahan nilai yang didapat, apakah menjadi naik atau turun, walau ada kemungkinan tidak ada perubahan.

Salah satu unsur penilaian yang masuk dalam KBO adalah *Coaching*. Setiap karyawan yang memiliki *team member*, maka secara otomatis akan memiliki KBO *coaching*. Tujuannya adalah untuk mengembangkan budaya *coaching* dalam perusahaan. Dengan adanya *coaching* ini diharapkan akan membantu karyawan dalam mencapai targetnya, dan dapat mengatasi permasalahan pada saat terdapat kesulitan.

Proses *coaching* ini dilakukan dengan proses *one by one*. Seorang karyawan yang memiliki *team member* akan melakukan *coach* kepada *team member*nya. Selanjutnya dari hasil *coaching* tersebut, karyawan akan meng-*input* data-datanya dalam PMS.

Setiap tahunnya system E-PMS selalu dikembangkan untuk dapat menjadi lebih baik. Pada tahun 2014 ini, E-PMS melakukan perubahan pada dimensi-dimensi dalam BC dengan menggunakan pendekatan yang berbeda. Perubahan ini ditujukan untuk lebih meminimalkan tingkat subjektifitas. Setiap dimensi masing-masing terdiri dari 5 poin pernyataan sehingga total keseluruhan sebanyak 30 poin. Dimensi-dimensi tersebut meliputi: *Discipline and Control*, *Leadership and Support*, *Communication*, *Achievement*, *Self-Development*, *Challenge and Problem Solving*.

#### 4. Kompensasi dan *Benefit*

Kompensasi adalah imbalan atas kontribusi kerja pegawai secara teratur dari suatu organisasi atau perusahaan. Kompensasi yang tepat dan yang memperhatikan kondisi pasar tenaga kerja sangat penting agar Perseroan dapat memenangkan persaingan dalam mendapatkan talenta yang terbaik. Selain kompensasi, Perseroan juga memberikan penghargaan lain dalam bentuk finansial atau non finansial yang membuat talenta yang dimiliki selalu termotivasi memberikan kinerja yang terbaik. *Benefit* atau bantuan dalam berbagai bentuk yaitu bantuan kesehatan, transportasi dan lain sebagainya dalam skala yang terukur dan tepat sasaran. Untuk mendukung program pemerintah dalam hal *benefit* semua karyawan Perseroan juga didaftarkan dalam program BPJS Kesehatan dan BPJS Ketenagakerjaan yang akan efektif dimulai pada tahun 2015.

---

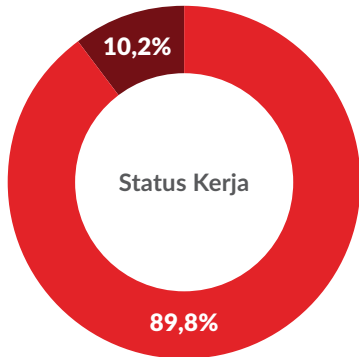
## SISTEM INFORMASI SUMBER DAYA MANUSIA (HUMAN RESOURCES INFORMATION SYSTEM/HRIS)

---

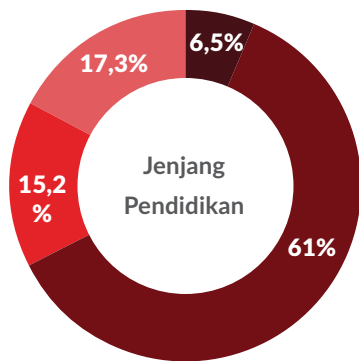
Sistem Informasi SDM (HRIS) dikembangkan dengan dukungan kerjasama dari Divisi Teknologi Informasi sejak tahun 2011. Penerapan *Overtime Online System*, *e-Recruitment System* dan *Exit Clearance Online System* telah berjalan dan senantiasa disempurnakan. Sistem tersebut memberikan kontribusi perubahan terbesar pada kegiatan dan proses kerja yang terjadi pada Divisi SDM maupun organisasi. Pengoperasiannya yang mudah, membuat pengguna mudah mendapatkan informasi terbaru, dan mudah dalam hal mengelola setiap tahapan pada proses rekrutmen. Manajemen dapat memperoleh informasi *real time* dan transparan mengenai data terkait SDM. Waktu dan biaya yang dikeluarkan dapat dikurangi dibandingkan manajemen SDM dilakukan secara manual.

## KOMPOSISI SUMBER DAYA MANUSIA

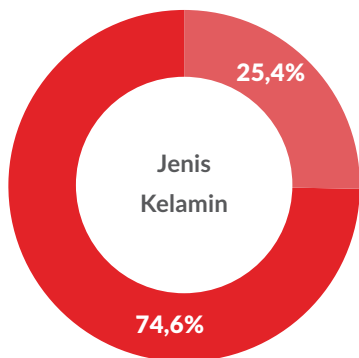
Pada akhir tahun 2014, Perseroan dan unit usaha mempekerjakan 668 karyawan. Dari sejumlah 668 karyawan tersebut, terdapat 600 karyawan tetap dan 68 karyawan kontrak.



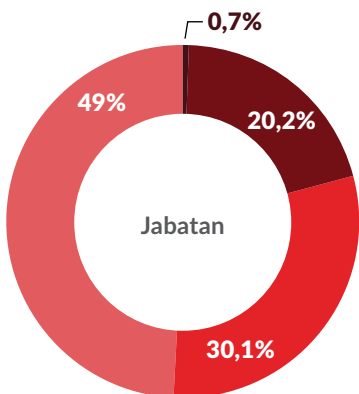
Karyawan Tetap	600
Karyawan Kontrak	68
<b>Jumlah</b>	<b>668</b>



Pasca Sarjana	44
Sarjana	408
Sarjana Muda/Diploma	102
SLTA, SLTP dan lainnya	114



Perempuan	170
Laki-laki	498



Direktur	5
Manager	135
Supervisor	201
Staf Lainnya	327

---

## LEARNING & DEVELOPMENT

---

Sumber Daya Manusia merupakan aset yang paling berharga dalam Perseroan, tanpa manusia maka sumber daya Perseroan tidak akan dapat menghasilkan laba dan target usaha. Perseroan menyadari bahwa manajemen sumber daya manusia didasari pada suatu konsep bahwa setiap karyawan adalah manusia, bukan mesin atau alat produksi yang statik, melainkan manusia membutuhkan penyegaran dari sisi materi, status, sosial, psikologi, dan pengetahuan di bidangnya masing-masing. Pada fungsi penyegaran dari sisi pengetahuan, Perseroan membentuk divisi *Learning & Development* sebagai bagian dari strategi manajemen sumber daya manusia untuk meningkatkan kompetensi pengetahuan karyawan.

Untuk mencapai tugas utamanya, divisi *Learning & Development* menyusun rancangan program pembelajaran untuk berbagai divisi dalam Perseroan berdasarkan kebutuhan masing-masing divisi terkait dan disesuaikan dengan kebutuhan bisnis Perseroan, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Penyusunan program pembelajaran tidak hanya mempertimbangkan pengembangan *hardskill* dan *softskill*, tetapi juga kebutuhan masing-masing jenjang karyawan yang bervariasi.

### *Sales Training Department*

Sebagai salah satu *frontliner* Perseroan, tenaga penjual atau *sales* mendapatkan peran penting dalam menghasilkan penjualan bagi Perseroan. Hal ini yang mendorong Perseroan, sejak awal tahun 2011, untuk membentuk *Sales Training Department* sebagai wadah pengembangan tim *sales*. Dengan dibentuknya *Sales Training Department* ini Perseroan bertujuan untuk lebih fokus dalam pengembangan kompetensi masing-masing tenaga *sales* seiring dengan peningkatan jumlah tenaga *sales* Perseroan, sehingga menghasilkan tenaga *sales* yang berkompetensi dalam meningkatkan penjualan produk Perseroan dan membantu pencitraan nama baik Perseroan di masyarakat.

Program pengembangan kompetensi bagi para tenaga *sales* dilakukan dengan pendekatan dengan konsep *Competency Based Human Resources* (CBHR). Dalam konsep ini, yang menjadi hal utama adalah pengembangan kompetensi yang dibutuhkan dalam melakukan pekerjaan. Program pengembangan tenaga *sales* ini dibuat oleh *Sales Training Departement* difokuskan untuk pengembangan kompetensi bagi tenaga *sales* produk *retail*, termasuk tenaga *sales New*

*Roll-Out* (NRO), *direct sales* dengan sebutan *Customer Relation Officer* (CRO), *Telesales*, *Retention* dan *Technical Retention Service* (TRS).

### *English Training For Employee*

Mencermati perkembangan iklim usaha di Indonesia yang semakin baik dan semakin banyaknya perusahaan berskala global yang berinvestasi di Indonesia, pentingnya kemahiran berkomunikasi dalam Bahasa Inggris sebagai salah satu bahasa internasional di dunia tidak perlu diragukan. Bagi Perseroan, semakin dipercayanya produk-produk Perseroan oleh berbagai perusahaan berskala global di Indonesia berakibat meningkatnya intensitas hubungan kerjasama antara Perseroan dengan perusahaan-perusahaan berskala global. Tentunya, komunikasi untuk menunjang kegiatan bisnis Perseroan juga banyak dilakukan dalam Bahasa Inggris. Untuk meningkatkan kemampuan berkomunikasi dalam Bahasa Inggris, *Learning & Development* mulai mengembangkan *English Training for Employee* sejak tahun 2012. Program *English Training* disusun sehingga tidak hanya mengembangkan kemampuan karyawan berbahasa Inggris dalam kehidupan sehari-hari, namun juga sesuai dengan bidang pekerjaan yang dihadapi masing-masing karyawan yang bersangkutan.

# 8

---

**TANGGUNG JAWAB  
SOSIAL (CSR)**

---







---

## PENGANTAR TANGGUNG JAWAB SOSIAL

---

Konsep *social sustainability* muncul sebagai kelanjutan konsep *economic sustainability* dan *environmental sustainability*, ketiga pilar ini menjadi tonggak utama dalam membentuk konsep *Corporate Social Responsibility (CSR)*. Tanggung jawab sosial merupakan komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dari karyawan, komunitas lokal, dan komunitas luas. Konsep tanggung jawab sosial melibatkan tanggung jawab antara pemerintah, perusahaan, dan komunitas masyarakat setempat yang bersifat aktif dan dinamis.

---

Aktivitas tanggung jawab sosial sudah menjadi aktivitas penting bagi setiap perseroan dalam menjalani suatu bisnis. Secara umum kegiatan tanggung jawab sosial merupakan cara membangun kekuatan bisnis, dimana membutuhkan keseimbangan kesehatan ekonomi, pasar, dan komunitas. Hal yang harus digarisbawahi adalah tanggung jawab sosial merupakan cara membangun kemakmuran ekonomi. Artinya perusahaan tidak terus menerus mengejar skala ekonomi yang besar dalam menjaga ketahanan bisnis, namun harus peduli akan keseimbangan lingkungan sekitar khususnya masyarakat.

Perseroan dalam hal ini melihat tanggung jawab sosial sebagai cara mendukung pemerintah dalam mencapai kemakmuran masyarakat. Perseroan mencermati bahwa konsep ini bukan sekedar konsep *indirect-branding* yang semata-mata hanya ingin mempromosikan produk dan usahanya. Melainkan tanggung jawab sosial harus terselenggara dengan niat yang tulus dan apa adanya untuk kemajuan lingkungan dan masyarakat.

Sebagai panduan Perseroan dalam memformulasi program tanggung jawab sosial, Perseroan mengadopsi “konsep piramida carrol” yang terdiri atas 4 (empat) lapisan tanggung jawab dalam menjalani bisnis. Lapisan paling dasar atau fondasi, sudah pasti tanggung jawab perusahaan diawal menjaga kestabilan usahanya melalui peningkatan arus kas masuk. Lapisan kedua, perusahaan harus menjalani sebuah usaha dengan patuh pada peraturan atau regulasi pemerintah yang berlaku. Lapisan ketiga, perusahaan bertanggung jawab dalam menjaga etika saat menjalani usaha, etika dalam studi ini mengacu pada nilai-nilai moral, keadilan, dan hak manusia (*human rights*). Lapisan paling atas adalah tanggung jawab perusahaan dalam berpartisipasi meningkatkan kesejahteraan masyarakat, seperti sumbangan, dukungan akan kebudayaan, pendidikan, kesehatan, dan seterusnya.



## PROGRAM TANGGUNG JAWAB SOSIAL

Perseroan pada tahun 2014 melaksanakan program Tanggung Jawab Sosial sebanyak 6 (enam) kali berlokasi di Jakarta dan Tangerang. Program Donor Darah Perseroan dilaksanakan dengan bekerjasama dengan Palang Merah Indonesia ("PMI"). Menurut Ketua Umum Palang Merah Indonesia Bapak Jusuf Kalla mengatakan, Indonesia membutuhkan 5 juta kantong darah per tahun atau dua persen dari jumlah penduduk. Fakta ini menggerakkan Perseroan untuk aktif mengadakan program donor darah sebagai langkah membantu Pemerintah khususnya PMI, selain itu mendorong karyawannya agar sadar pentingnya donor darah untuk kepentingan masyarakat.

Perseroan mengadakan kegiatan donor darah dengan jadwal sebagai berikut :

Tanggal	Lokasi	Partisipasi
13 Maret 2014	Lippo Cyber Park Bulevar Gajah Mada No. 2170 Lippo Karawaci, Tangerang 15811 - Indonesia	127
18 Maret 2014	Gedung BeritaSatu Plaza Jl.Jend. Gatot Subroto Kav.35-36 Jakarta 12950 - Indonesia	141
12 Juni 2014	Lippo Cyber Park Bulevar Gajah Mada No. 2170 Lippo Karawaci, Tangerang 15811 - Indonesia	152
11 September 2014	Lippo Cyber Park Bulevar Gajah Mada No. 2170 Lippo Karawaci, Tangerang 15811 - Indonesia	158
15 Oktober 2014	Gedung BeritaSatu Plaza Jl.Jend. Gatot Subroto Kav.35-36 Jakarta 12950 - Indonesia	139
16 Desember 2014	Lippo Cyber Park Bulevar Gajah Mada No. 2170 Lippo Karawaci, Tangerang 15811 - Indonesia	125

Halaman ini sengaja dikosongkan  
*This page is intentionally left blank*