

**UNIVERSITAS INDONESIA**

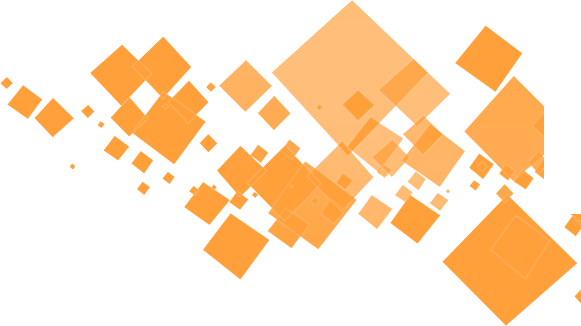
**ANALISIS JARINGAN ASTINET PADA PERANCANGAN SISTEM *PORT TO PORT* SEBAGAI SOLUSI PENGIRIMAN BARANG PADA PT ASDP**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**PT. Telkom Indonesia**

**Wisnu Wicaksono 1506673782**

**DEPARTEMEN TEKNIK ELEKTRO**

**FAKULTAS TEKNIK**

**UNVERSITAS INDONESIA**

**DEPOK 2018**

# LEMBAR PENGESAHAN

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk,

Divisi Enterprise Service,

Maritime and Logistic Service

Judul

9 Juli 2018 – 31 Agustus 2018

Mengetahui Diketahui dan disetujui

Pembumbing Harian Pembimbing Utama

Koordinator Kerja Praktik

Departemen Teknik Elektro

Fakultas Teknik Universitas Indonesia

Dr. Abdul Muis,S.T., M. Eng

NIP : 1975901199903100

# KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepadaTuhan Yang Maha Esa, oleh karena berkat rahmat dan karunia-Nya saya dapat menyelesaikan laporan Kerja Praktik di PT. Telkom Indonesia, Divisi Enterprise Service (DES), Segmen Maritime & Logistic Service (MLS). Kerja praktik yang dilakasanan pada 9 Juli 2018 sampai 31 Agustus 2018 telah berjalan dengan baik. Kegiatan Kerja Praktik dan penyusunan laporan ini merupakan kewajiban mahasiswa S1 untuk memenuhi mata kuliah wajib di Departemen Teknik Elektro.

Selain itu, saya mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu saya selama kegiatan kerja praktik ini, diantaranya:

1. Bapak Judi Achmadi selaku Direktur Utama PT. Telkom CC divisi DES, yang telah menerima kami untuk melaksanakan kerja praktik pada perusahaan yang beliau pimpin.
2. Bapak Ruruh, Manager Support selaku pembimbing utama.
3. Bapak Duto(Manager Analyst), Bapak Yogi (Manager Sales), Bapak Noer (Manager Solution) selaku pembimbing harian.
4. Semua karyawan Telkom MLS yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa laporan kerja praktik ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membantu penulis untuk menyempurnakan laporan ini. Penulis berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Jakarta, 7 Agustus 2018

Wisnu Wicaksono

# DAFTAR ISI

[LEMBAR PENGESAHAN i](#_Toc521913996)

[KATA PENGANTAR ii](#_Toc521913997)

[DAFTAR ISI iii](#_Toc521913998)

[DAFTAR GAMBAR iv](#_Toc521913999)

[DAFTAR LAMPIRAN iv](#_Toc521914000)

[ABSTRAK 1](#_Toc521914001)

[BAB I 2](#_Toc521914002)

[PENDAHULUAN 2](#_Toc521914003)

[1.1. Latar Belakang 2](#_Toc521914004)

[1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Praktik 2](#_Toc521914005)

[1.3. Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik 2](#_Toc521914006)

[1.4. Batasan Masalah 2](#_Toc521914007)

[1.5. Metode Pengumpulan Data 2](#_Toc521914008)

[1.6. Sistematika Penulisan 2](#_Toc521914009)

[BAB II 3](#_Toc521914010)

[PROFIL ORGANISASI 3](#_Toc521914011)

[2.1. Gambaran Umum Perusahaan 3](#_Toc521914014)

[2.2. Visi dan Misi PT Telkom 4](#_Toc521914018)

[2.3. Strategi Perusahaan 4](#_Toc521914023)

[2.4. Riwayat Singkat Telkom Group 5](#_Toc521914024)

[2.5. Struktur Organisasi 6](#_Toc521914031)

[2.6. Profil Devisi Enterprise Service (DES) Telkom 7](#_Toc521914039)

[BAB III 8](#_Toc521914040)

[DASAR TEORI 8](#_Toc521914041)

[BAB IV 11](#_Toc521914042)

[PEMBAHASAN 11](#_Toc521914043)

# DAFTAR GAMBAR

[**Gambar 1 Bagan Struktur Organisasi PT. Telkom Tbk** 6](#_Toc521415993)

[**Gambar 2 Diagram alur kerja serta aplikasi yang digunakan dalam Segment MLS** 9](#_Toc521415994)

# DAFTAR LAMPIRAN

# ABSTRAK

# BAB I

# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

## Maksud dan Tujuan Kerja Praktik

## Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

## Batasan Masalah

## Metode Pengumpulan Data

## Sistematika Penulisan

# BAB II

# PROFIL ORGANISASI



## Gambaran Umum Perusahaan

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk (Telkom) adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dan jaringan telekomunikasi di Indonesia. Pemegang saham mayoritas Telkom adalah Pemerintah Republik Indonesia sebesar 52.09%, sedangkan 47.91% sisanya dikuasai oleh publik. Saham Telkom diperdagangkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan kode “TLKM” dan New York Stock Exchange (NYSE) dengan kode “TLK”.

Dalam upaya bertransformasi menjadi *digital telecommunication company*, TelkomGroup mengimplementasikan strategi bisnis dan operasional perusahaan yang berorientasi kepada pelanggan (*customer-oriented*). Transformasi tersebut akan membuat organisasi TelkomGroup menjadi lebih *lean*(ramping) dan *agile* (lincah) dalam beradaptasi dengan perubahan industri telekomunikasi yang berlangsung sangat cepat.

Saat ini TelkomGroup mengelola 6 produk portofolio yang melayani empat segmen konsumen, yaitu korporat, perumahan, perorangan dan segmen konsumen lainnya. Berikut penjelasan portofolio bisnis TelkomGroup:

**1.  Mobile**

Portofolio ini menawarkan produk *mobile voice*, SMS dan *value added service*, serta *mobile broadband*. Produk tersebut ditawarkan melalui entitas anak, Telkomsel, dengan merk  Kartu Halo untuk pasca bayar dan simPATI, Kartu As dan Loop untuk pra bayar.

**2.  Fixed**

Portofolio ini memberikan layanan *fixed service*, meliputi *fixed voice,* *fixed broadband*, termasuk Wi-Fi dan *emerging wireless technology* lainnya, dengan *brand* IndiHome.

**3.  Wholesale & International**

Produk yang ditawarkan antara lain layanan interkoneksi, *network service*, Wi-Fi, VAS, *hubbing data center* dan *content platform*, data dan internet, dan *solution*.

**4.  Network Infrastructure**

Produk yang ditawarkan meliputi *network service*, satelit, infrastruktur dan tower.

**5.  Enterprise Digital**

Terdiri dari layanan *information and communication technology platform service* dan *smart enabler platform service.*

**6.   Consumer Digital**

Terdiri dari media dan *edutainment service*, seperti *e-commerce* (blanja.com), video/TV dan*mobile based digital service*. Selain itu, kami juga menawarkan *digital life service* seperti*digital life style* (Langit Musik dan VideoMax), *digital payment* seperti TCASH, *digital advertising and analytics* seperti bisnis *digital advertising* dan solusi *mobile banking* serta *enterprise digital service* yang menawarkan layanan *Internet of Things* (IoT).



## Visi dan Misi PT Telkom

Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan transformasi perusahaan, Telkom memiliki visi dan misi baru yang diberlakukan sejak 2016, yaitu:

**Visi**

*Be the King of Digital in the Region*

**Misi**

*Lead Indonesian Digital Innovation and Globalization*



## Strategi Perusahaan

PT. Telkom menyusun strategi korporasi untuk menciptakan *sustainable competitive growth* dan turut mewujudkan cita-cita Indonesia untuk menjadi kekuatan ekonomi digital terbesar di Asia Tenggara. Strategi yang siapkan oleh PT. Telkom adalah sebagai berikut :

* ***Directional Strategy:* *Disruptive competitive growth***

Di tengah perubahan lingkungan industri yang sangat menantang, TelkomGroup yakin bahwa kapitalisasi pasar akan tumbuh secara signifikan. Ini dilakukan dengan cara memberikan nilai lebih kepada pelanggan melalui inovasi produk dan layanan, mendorong sinergi serta membangun ekosistem digital yang kuat baik di pasar domestik maupun internasional.

* ***Portfolio Strategy: Customer value through digital TIMES portfolio***

TelkomGroup berfokus pada portofolio digital TIMES (Telecommunication, Information, Media, Edutainment & Services) melalui penyediaan layanan yang nyaman dan konvergen sehingga memberikan nilai yang tinggi kepada pelanggan.

**Telecommunication**

Perseroan memberikan layanan mobile (mobile legacy, seperti voice & SMS, dan mobile Broadband), Interconnection & International Traffic (Wholesale – Interconnection dan International Business), Network Infrastructure (Satelit & Tower)

**Information Layanan**

Informasi menawarkan enterprise digital yang terdiri dari ICT platform (enterprise connectivity, IT services, data center & cloud, BPO/Business Process Outsourcing dan devices/hardware), dan smart enabler platform (payments, digital advertising, dan big data & other smart enablers).

**Media & Edutainment**

Layanan Media dan Edutainment ini menawarkan consumer digital yang terdiri dari video/TV, mobile digital (seperti game dan musik), dan Property.

Dengan adanya beragam portofolio yang dimiliki oleh Telkom Group maka Telkom menjadi marketing channel bagi anak-anak perusahaan beserta afiliasi nya, dimana masing-masing anak perusahaan adalah sebagai product owner yang menyediakan solusi bagi pelanggan-pelanggan Telkom di seluruh Indonesia.

* ***Parenting Strategy: Strategic Control***

Untuk mendukung pertumbuhan bisnis secara efektif, TelkomGroup menerapkan pendekatan strategic control untuk menyelaraskan unit bisnis, unit fungsional dan anak perusahaan agar proses dapat berjalan lebih terarah, bersinergi, dan efektif dalam mencapai tujuan perusahaan.

## Riwayat Singkat Telkom Group

* **Tumbuhnya Teknologi Seluler di Indonesia**

Dalam perjalanan sejarahnya, Telkom telah melalui berbagai dinamika bisnis dan melewati beberapa fase perubahan, yakni kemunculan telepon, perubahan organisasi jawatan yang merupakan kelahiran Telkom, tumbuhnya teknologi seluler, berkembangnya era digital, ekspansi bisnis internasional, serta transformasi menjadi perusahaan telekomunikasi berbasis digital.

* **1882 – Kemunculan Telepon**

Pada 1882, kemunculan telepon menyaingi layanan pos dan telegraf yang sebelumnya digunakan pada 1856. Hadirnya telepon membuat masyarakat kian memilih untuk menggunakan teknologi baru ini. Kala itu, banyak perusahaan swasta menyelenggarakan bisnis telepon. Banyaknya pemain ini membuat industri telepon berkembang lebih cepat: pada 1892 telepon sudah digunakan secara interlokal dan tahun 1929 terkoneksi secara internasional.

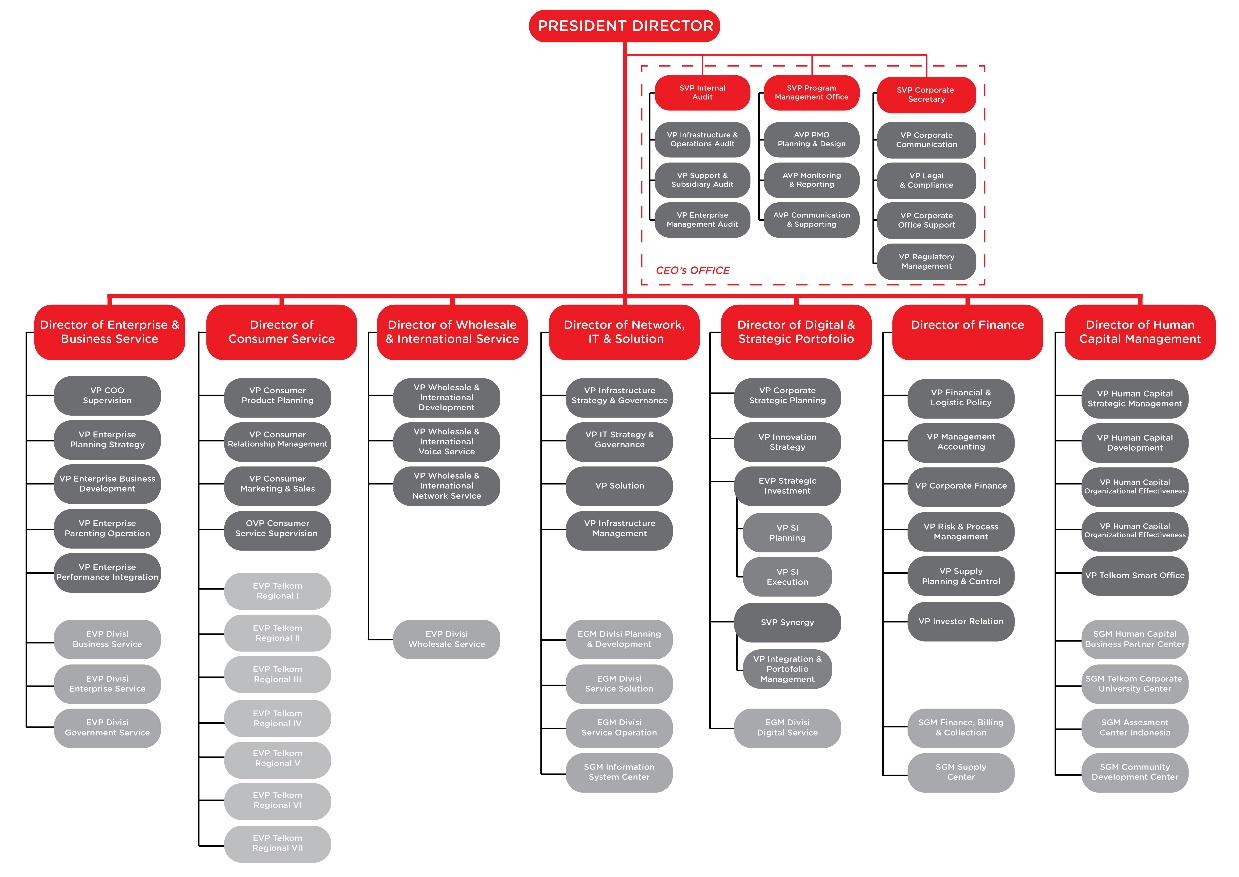
* **1965 – Kelahiran Telkom**

Pada tahun 1961, Pemerintah Indonesia mendirikan Perusahaan Negara Pos dan Telekomunikasi (PN Postel). Namun, seiring perkembangan pesat layanan telepon dan telex, Pemerintah Indonesia mengeluarkan PP No. 30 tanggal 6 Juli 1965 untuk memisahkan industri pos dan telekomunikasi dalam PN Postel: PN Pos dan Giro serta PN Telekomunikasi.

Dengan pemisahan ini, setiap perusahaan dapat fokus untuk mengelola portofolio bisnisnya masing-masing. Terbentuknya PN Telekomunikasi ini menjadi cikal-bakal Telkom saat ini. Sejak tahun 2016, manajemen Telkom menetapkan tanggal 6 Juli 1965 sebagai hari lahir Telkom.



## Struktur Organisasi



**Gambar 1 Bagan Struktur Organisasi PT. Telkom Tbk**



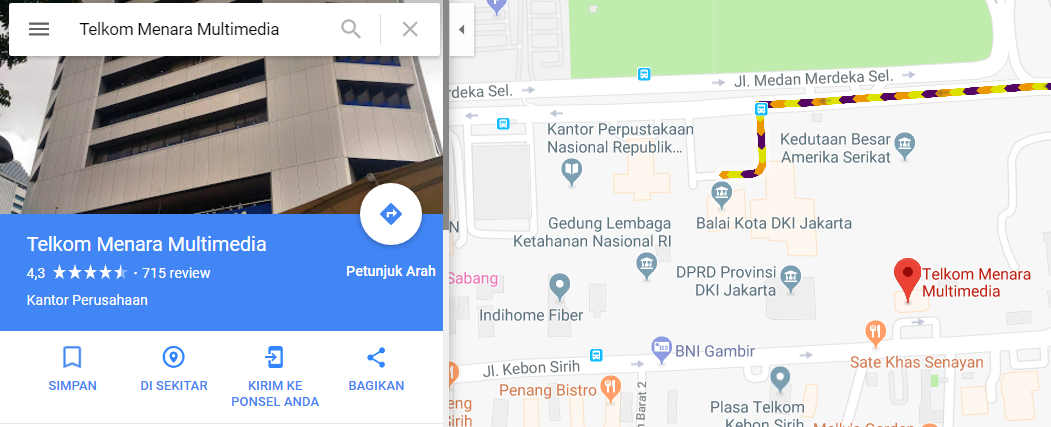
## Profil Devisi Enterprise Service (DES) Telkom

Berdasarkan bidang yang dikelola PT. Telkom Tbk terbagi menjadi 7 bidang seperti pada gambar 1 bagan DES (Divisi Enterprise Service) termasuk dalam bidang enterprise. Berdasarkan industry yang dikelola DES dibagi lagi menjadi beberapa segmen antara lain BMS (Banking Management Service), EMS (Education Management Service),ERS(Energy and Resource Service), FMS (Fincance Management Service),HWS (Health and Welfare Service),IBS (Industrial and Business Service), MAS (Manufacturing and Agribusiness), MCS(Media and Communication Service), MLS (Maritime and Logistic Service), PCS (Property and Construction Service), TDS (Trading and Distribution), THS (Transport and Hospitality Service), TMS (Transportation Management Service). Setiap Segmen di DES dikepalai oleh seorang General Manager (GM) yang membawahi Account Manager & beberapa Manager antara lain Manager Enterprise Sales, Manager Sales Engineer, Manager Segmen Support, & Manager Industrial Analysis. Segment MLS terbagi menjadi 3 sub segmen yaitu shipping, cargo, dan port.

Setiap segmen pada divisi DES memiliki 6 pilar yaitu Account Management, Bidding Management, Project Management, Costumer Care, Debt Collection, dan Solution. Account Manager bertugas untuk mendapatkan proyek dengan cara menawarkan solusi untuk kebutuhan pelanggan serta menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan. Solution/Partnership berperan untuk mengelola produk yang akan ditawarkan oleh Telkom. Bidding Management berperan untuk melengkapi dan mengumpulkan dokumen yang diperlukan dalam suatu proyek. Project Management berperan untuk mengatur serta memonitor pengerjaan proyek termasuk perkiraan waktu dan biaya yang dibutuhkan. Customer Care berperan seperti gate untuk menghubungan permasalahan pelanggan dengan penyedia jasa atau layanan dalam hal ini Telkom Posisi ini diisi oleh seorang Sales Engineer, Analyst, dan Support. Beberapa pelanggan terbesar PT. Telkom divisi DES adalah PELINDO, IPC, BKI, PT Pelabuhan Indonesia, PELNI, ASDP,SPIL,MAERSK, TIKI, JNE, POS INDONESIA

* 1. **Lokasi Kantor Telkom**

Kantor Telkom Menara Multimedia berlokasi di Jalan Kebon Sirih No.10, RT.11/RW.2, Gambir, RT.11/RW.2, Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110

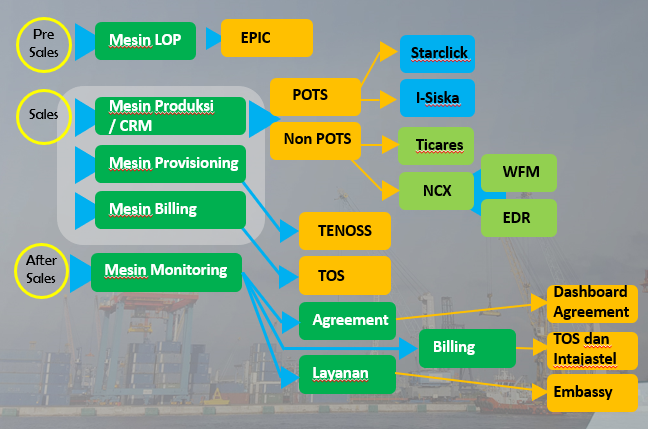


# BAB III

# DASAR TEORI

Maritime and Logistic Service (MLS) adalah salah satu segmen dalam divisi DES yang ada di PT. Telkom Corporate Customer. Secara umum semua segemen dalam DES memiliki prosedur kerja yang sama, hanya saja pelanggan yang ditangani berbeda. Sektor yang dikelola oleh Telkom DES terdiri dari berbagai sektor seperti maritim, pendidikan, perhotelan, perbankan, manufaktur, transportasi, dll. Alur kerja dalam DES secara khusus segmen MLS, digambarkan dalam diagram berikut ini.

1. Proses Bisnis MLS



**Gambar 2 Diagram Alur Kerja Serta Aplikasi yang Digunakan Dalam Segment MLS**

Diagram tersebut ditinjau dari segi sales yang dibagi menjadi tiga tahap utama yaitu Presales, Sales, dan After Sales. Proses di dalam masing-masing tahap adalah sebagai berikut :

* **Tahap Presales**

Tahap presales adalah proses yang berjalan dari suatu proyek mulai dari prospect hingga WIN. Tahap presales dikerjakan dengan menggunakan aplikasi EPIC. EPIC (Enterprise Pipeline CFU Monitoring System) merupakan aplikasi yang digunakan hanya untuk Divisi Enterprise Services dalam membantu proses administrasi untuk Legal dan OBL. Proses input terhitung sejak project tersebut masih pada tahap "prospect" sampai dengan WIN, mengupload Justifikasi, dan request nomor KFS.

* **Tahap Sales**

Setelah menang tender (WIN) masuk ke tahap Sales. Tahap sales ini mencakup mulai dari proses input order hingga layanan sudah aktif dan siap dibilling. Pada tahap sales terbagi menjadi 3 proses yaitu proses input order, proses provisioning, dan proses billing. Aplikasi yang digunakan di tahap sales berbeda beda berdasarkan proses yang dikerjakan. Pada **Mesin Produksi** aplikasi yang digunakan tergantung dari jenis layanannya, jika jenis POTS maka menggunakan aplikasi Starclick, dan jika layanan non POTS maka menggunakan aplikasi NCX. NCX hanya dapat digunakan bila tagihan pembayarannya berjenis bulanan. Jika tagihan pembayaran berdasarkan rekonsiliasi tiap bulan maka diperlukan aplikasi support untuk NCX yaitu EDR dan WFM. Penggunaan EDR contohnya untuk layanan CUG(close user group). CUG adalah nomer khusus yang biasanya digunakan oleh karyawan agar sesama karyawan dikenakan biaya murah saat menelpon. CUG menggunakan biaya yang tidak pasti setiap bulannya (tergantung pemakaian) sehingga membutuhkan rekonisiliasi. Sedangkan penggunaan WFM adalah aplikasi tambahan untuk tagihan pembayaran yang berdasarkan termin.

Pada **Mesin provisioning** ini menggunakan aplikasi TENNOS. Pada tahap ini terdapat workgroup, work group dibagi berdasarkan akses area. Jika sudah masuk ke akses area maka akan dilempar ke DSS. Jika suatu layanan yang berjenis Non POTS (layanan bukan telpon dan indihome, artinya bisa saja menggunakan mitra kerja, yaitu anak perusahaan atau perusahaan di luar Telkom) maka tidak masuk provisioning. Setelah melalui mesin provisioning dan layanan sudah aktif maka lanjut ke mesin biling untuk mengatur konfigurasi tagihan sesuai dengan layanannya. Aplikasi yang digunakan adalah TOS.

* **Tahap After Sales**

Pada tahap ini secara garis besar untuk memonitor perihal layanan yang sudah berjalan seperti memastikan tagihan yang diberikan telah dibayarkan sesuai waktunya atau belum, memonitor berapa jumlah agreement setiap bulan. Terdapat 3 bagian yang dimonitor yaitu “Agreement” menggunakan aplikasi EBIS, “Layanan” menggunakan Embassy, dan “Billing” menggunakan TOS dan Intajastel.

**MAPS (Marketing Account Plan Summary)**

MAPS adalah suatu dokumen yang dibuat untuk mencari informasi mendetil mengenai perusahaan yang menjadi pelanggan Telkom. Beberapa poin yang ada di dalamnya antara lain Main Objective berisi tujuan pembuatan dokumen MAPS, Ice Breaking berisi data tentang fakta-fakta yang terdapat pada perusahaan yang dikaji, Strategic Highlight, Issue and Industry, dll. Secara keseluruhan MAPS berisi tentang rangkuman perencanaan tentang perusahaan yang menjadi pelanggan Telkom.

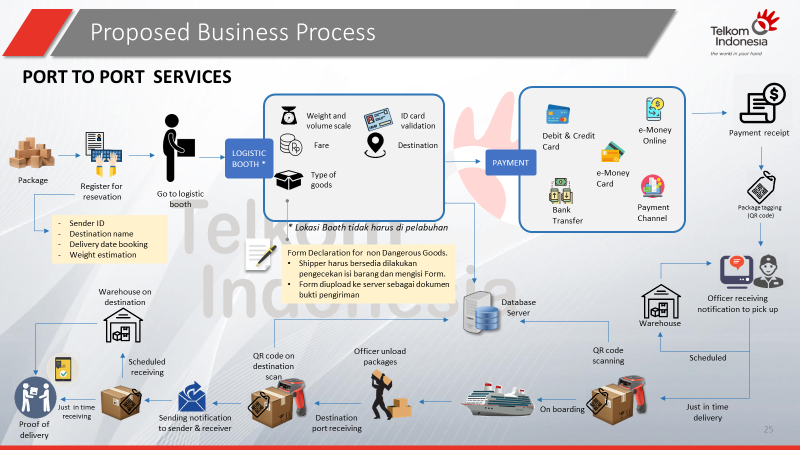
# BAB IV

# PEMBAHASAN

Port To Port Service adalah jasa pengiriman barang melalui kapal yang ke depannya dapat menjadi pengembangan bisnis baru bagi perusahaan kapal.

1. Kerja Sistem Secara Keseluruhan

Berikut adalah gambaran umum sistem layanan jasa pengiriman barang yang akan diterapkan pada PT. ASDP.



Gambar Flowchart Pengiriman Barang

Penjelasan konsep dari diagram diatas adalah sebagai berikut :

1. Registrasi Pengiriman Barang

* Pelanggan dapat mengirimkan barangnya melalui loket-loket yang tersedia di pelabuhan maupun di kantor kantor cabang terdekat.
* Petugas loket mengisikan data-data pengiriman barang dengan menggunakan sistem yang sudah disediakan dengan memasukkan nama, no identitas, alamat tujuan, dan tanggal pengiriman, tipe barang, nomer hp. Pengirim barang diharuskan mengisi dan menandatangani form declaration non dangerous goods.
* Selain datang langsung ke loket terdekat, registrasi dapat dilakukan secara oline melalui aplikasi atau web yang tersedia. Dengan fitur ini pelanggan dapat mengetahui estimasi biaya pengirimanya.

1. Validasi Data Registrasi

* Setelah registrasi pelanggan menyerahkan barang yang akan dikirim ke petugas di loket untuk dilakukan validasi apakah sesuai dengan data registrasi.

1. Pembayaran

* Setelah petugas memastikan data sudah sesuai, dan aman untuk dikirim pelanggan dapat melakukan pembayaran di loket pembayaran
* Pembayaran dapat dilakukan secara cashless dengan debit card, credit card, e-money, payment channel, bank transfer. Setelah selesai melakukan pembayaran, pelanggan akan menerima bukti pembayaran.

1. Tagging pada barang

* Barang dari pelanggan akan diberi tagging dengan QR code. Lalu petugas akan memilah barang berdasarkan jenis layanan yang dipilih pelanggan. Apabila barang berjenis “scheduled” maka akan ditampung di warehouse sedangkan barang berjenis “just in time” maka barang langsung dinaikkan ke kapal.

1. Proses Boarding Cargo

* Sebelum barang naik ke kapal, akan dilakukan proses scanning QR code untuk mengupdate posisi atau tracking barang ke database bahwa barang sedang dalam proses pengiriman ke pelabuhan tujuan.

1. Barang on Journey

* Setelah semua barang selesai dimuat dalam kapal, barang akan diangkut ke pelabuhan tujuan.

1. Barang Sampai di Pelabuhan Tujuan

* Ketika kapal telah sampai di pelabuhan tujuan, petugas akan menurunkan barang dan kembali melakukan scanning QR code pada barang untuk mengupdate lokasi terbaru ke database sekalogus sistem mengirimkan notifikasi berupa sms ke penerima dan pengirim barang.

1. Pengambilan Barang

* Pihak yang bersangkutan dapat langsung mengambil barang setelah menerima notifikasi bahwa barang sudah sampai pelabuhan dengan menujukkan SMS notifikasi yang sudah diterimanya serta KTP penerima.
* Apabila barang tidak langsung diambil oleh yang bersangkutan pada hari itu, maka barang akan disimpan di warehouse.

1. Perangkat dan aplikasi pendukung sistem :

* Sistem Informasi Angkutan Barang (SIAB)

SIAB (Sistem Informasi Angkutan Barang) adalah Sistem Informasi yang terdiri dari aplikasi dan database pengusaha, SIAB terbentuk atas kerjasama Telkom dengan APTRINDO pada tanggal 22 Januari 2015 dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan angkutan barang serta memperbaiki sistem logistik nasional.

SIAB memastikan akurasi identitas kendaraan, pengusaha dan pengemudi untuk digunakan secara elektronis pada rantai nilai logistik. Sehingga dapat membantu semua pelaku logistik yang melibatkan jasa pengangkutan barang, contohnya depo, warehouse, freight forwarding untuk mendukung visibility.

Fitur dari SIAB diantaranya Cloud Based yang mana akses data kendaraan dan pengemudi di aplikasi SIAB secara online di <http://www.siab.web.id> . Truck ID yang bisa mengidentifikasi kendaraan angkutan barang secara otomatis menggunakan teknologi RFID.

* Barcode Reader With Wrist Strap And Hand Written Pen



Barcode reader ini bersifat multifungsi yang dapat digunakan untuk scan barcode, proof of delivery baik dengan tanda tangan secara digital atau dengan fingerprint. Berikut adalah fitur yang ditawarkan perangkat ini :

* 1. Windows CE or Android OS optional combined with free SDK simplify your secondary development;
  2. High level CPU 1.2G Hz ARM Cortex A7;
  3. High-capacity RAM 256MB or 512MB, ROM 512MB, MSD 32GB max;
  4. 3.5” big screen with TFT 320\*240 QVGA ;
  5. Obligate space highly expandable for Barcode, RFID, SAM, OCR etc;
  6. Long life Build-in Li-battery (4000mAh) makes it easy to use anytime anywhere;
  7. IP65 approved.
     + - Colocation - Data Center

Layanan colocation Telkom menawarkan kepada pelanggan peluang untuk menempatkan server dan peralatan mereka di ruang data center kami yang aman. Melalui layanan colocation ini, perusahaan dapat memastikan kontinuitas bisnis, skalabilitas dan ketersediaan jaringan. Pelanggan dapat menggunakan ruang data center siap pakai untuk tempat Produksi atau Disaster Recovery, sambil tetap memegang kendali atas server fisik, peralatan, sistem operasi dan aplikasi.

Fitur :

- Data Center Tier II, lokasi diseluruh Indonesia (bertahap)

- Data Center Space & Rack

- Infrastruktur Data Center sarana pendukung

- Pilihan Communication Link

Benefit :

Memiliki konektivitas enterprise class dan inovasi teknologi dengan biaya minimal Klien masih memegang kendali sepenuhnya atas server fisik, peralatan, sistem operasi dan aplikasi mereka

Ruang data center yang sangat aman, yang dilengkapi dengan dukungan tenaga listrik, jaringan, pendingin udara, keamanan dan sistem pemadaman api. Keamanan yang tinggi tersedia dengan menggunakan area jeruji khusus (dedicated caged area)

1. Timeline Manajemen Proyek

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No | Kegiatan | Durasi | Bulan 1 | | | | Bulan 2 | | | | Bulan 3 | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Initiating | 14 hari |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 2 | Planning | 14 hari |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 3 | Execution | 30 hari |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 4 | Monitoring and Controlling | 14 hari |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| 5 | Closing | 14 hari |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

1. Implementor

* Indonesia Logistic Community Service

ILCS akan mengelola pekerjaan di bagian sistem jaringan seperti penerapan SIAB pada sistem. Layanan yang dapat didukung oleh ILCS adalah sebagai berikut :

* **IT Infra Managed Service**: layanan penyediaan dan pengelolaan IT Infrastruktur seperti Server, DRC/DC, perangkat wireless/wifi, Handheld, VMT, dan device IT logistik lainnya.
* **Managed Network**: layanan penyediaan dan pengelolaan jaringan IT seperti Wireless/Wifi, cable/fiber network, Virtual Private Network (VPN), & VPN Anywhere.
* **Engineer on Site**: layanan penyediaan tenaga IT untuk membantu implementasi atau pendampingan terhadapi implementasi sistem maupun pengelolaan IT Infra dan Network.
* **System Implementor**: layanan implementasi terhadap aplikasi atau sistem baru sesuai dengan kebutuhan customer. Layanan ini termasuk pendampingan implementasi, project management, dan change management.
* Finnet

Finnet akan membantu pengerjaan bagian sistem pembayaran baik itu platform pembayaranan elektronik atau pembayaran online

* PT. NewTech

PT.Newtech Machinery akan menyediakan segala perangkat yang dibutuhkan dalam membangun sistem pengiriman barang ini, termasuk barcode scanner.

1. Benefit Port to Port Solution

Solusi port to port tidak hanya melihat peluang jangka pendek, namun juga untuk peluang bisnis jangka panjang. Beberapa manfaat dari penerapan solusi ini adalah sebagai berikut:

* + Pengembangan bisnis PT.ASDP ke ranah jasa pengiriman barang akan meningkatkan pendapatan PT ASDP.
  + Penggunaan armada laut dan sungai akan menjadi lebih optimal.
  + Penerapan sistem port to port dapat lebih berkembang lagi menjadi door to door, atau barang dapat sampai langsung ke penerima yang dituju. Sistem door to door dapat dikembangan dengan sistem port to port yang bekerja sama dengan instansi pengiriman darat.

ODP

