

**PROPOSAL :**  
**JASA KONSULTASI**  
**MARKET INTELLIGENCE**  
**DIGITAL PRODUCTS**  
**2023**

---

Juni 2023

Prepared by:

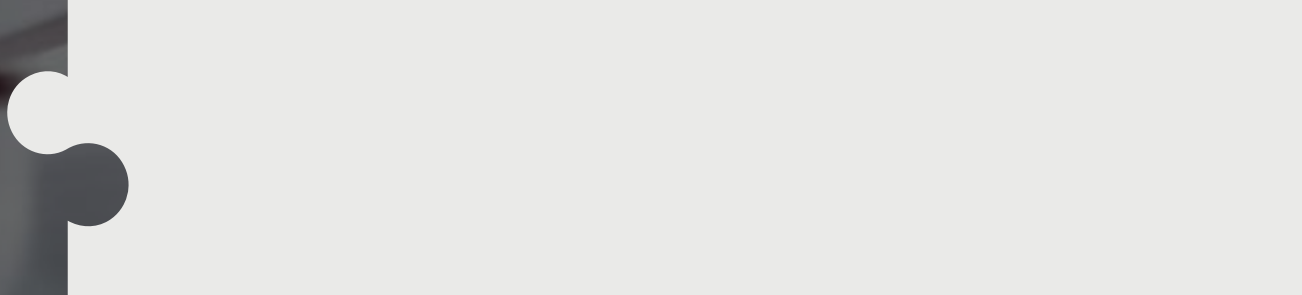
**Spire Research and Consulting**

Prepared for:

**PT. Telekomunikasi Indonesia**



# SPIRE'S INTRODUCTION





**We were founded in the year 2000.**



**We have 100 employees in eleven full-service offices.**



**We serve Global Fortune 1000 firms, governments and other leading organizations.**



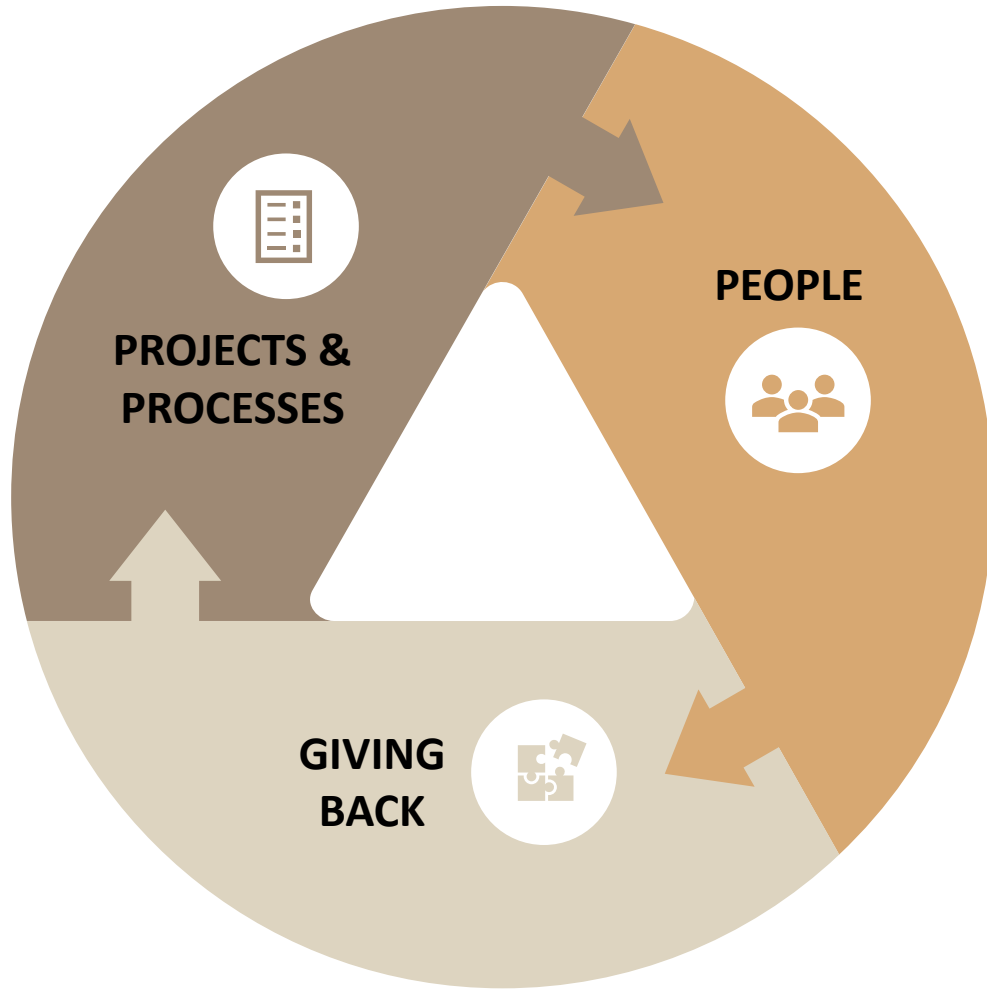
**Our opinions frequently appear in print, television and radio media.**



**We provide a broad spectrum of research and consulting solutions for market growth and entry.**

# SPIRE'S SUSTAINABILITY INITIATIVE

Our Sustainability Initiatives are based on 3 pillars



## PROJECTS & PROCESSES



Spire champions sustainability and social responsibilities through its projects. We are also publishing a white paper on ESG (Enterprise Sustainability Goals) performance of companies in Southeast Asia in 2022. Where possible, we choose to purchase sustainable stationery and recycle office supplies.

## PEOPLE



Spire is an equal opportunity employer and does not discriminate based on gender, race, age, religion, nationality, orientation or political beliefs. Our global team is multi-cultural and multi-racial.

## GIVING BACK



Every one of Spire's global offices is committed to a charity organisation in the local community and dedicates at least 100 hours annually.



In 2016, Spire announced its merger with YAMADA Consulting Group Co., Ltd. (YCG), a leading independent consulting group in Japan and a company listed on the First Section of the Tokyo Stock Exchange.

With the merger, Spire is able to leverage the consulting know-how and tools developed by YCG such as Business Expansion Strategy, Corporate Restructuring, M&A and Business Succession Planning Consulting. Spire also gains enhanced access to the Japanese market through YCG's network of offices across Japan.

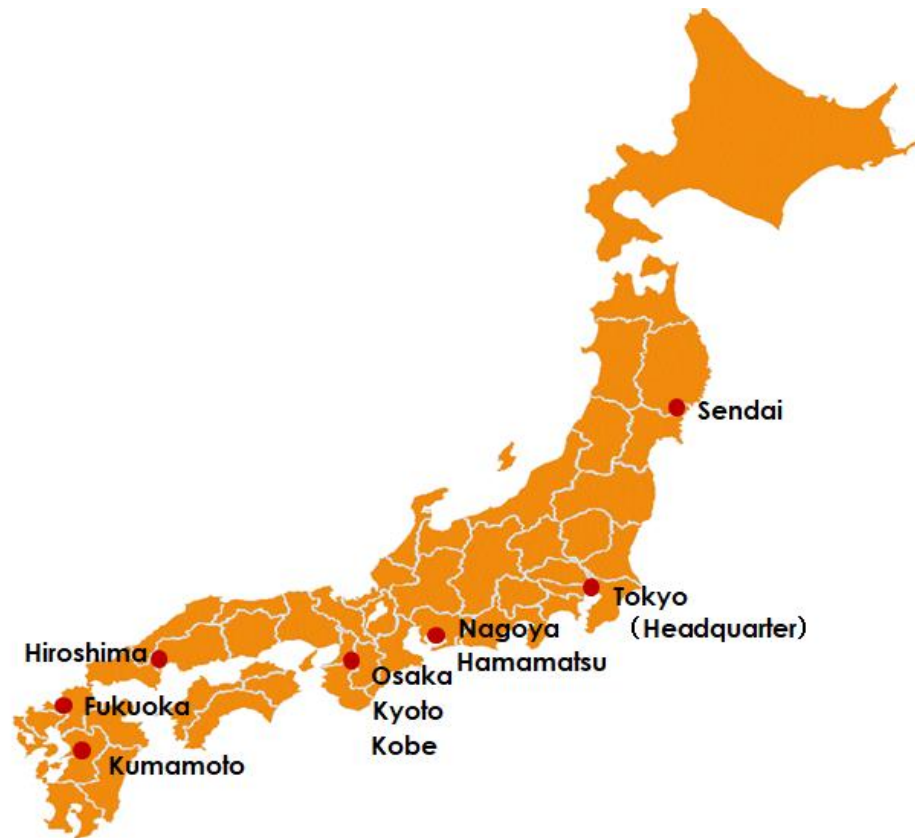
The merger makes Spire part of a much larger and publicly listed corporate group, which is expected to create better access to new consulting solutions, economies of scale, investment resources and synergistic business development possibilities.

The Spire Research and Consulting brand will become the global brand for YCG outside of Japan.



# Yamada Consulting Group (YCG) network

YCG's network is currently spread over 10 prefectures in Japan including Sendai, Nagoya, Osaka, Kyoto, Kobe, Fukuoka, Hamamatsu, Kumamoto, Hiroshima with its headquarters in Tokyo. YCG also has branches and subsidiary offices providing consulting services in Singapore, China, Thailand and Vietnam.



- Sustainable growth consulting
- Business revitalization consulting
- M&A consulting
- Business succession consulting
- Business overseas consulting
- Medical & healthcare institute consulting
- Human resources consulting
- Group company reorganization
- Other Consulting Solutions

# SPIRE AND YCG'S NETWORK AND COVERAGE



**51**

Countries with locally-based  
Spire research associates

**11**

Spire full service offices

**10**

Yamada Consulting Group  
offices



# RESEARCH AND CONSULTING SOLUTIONS

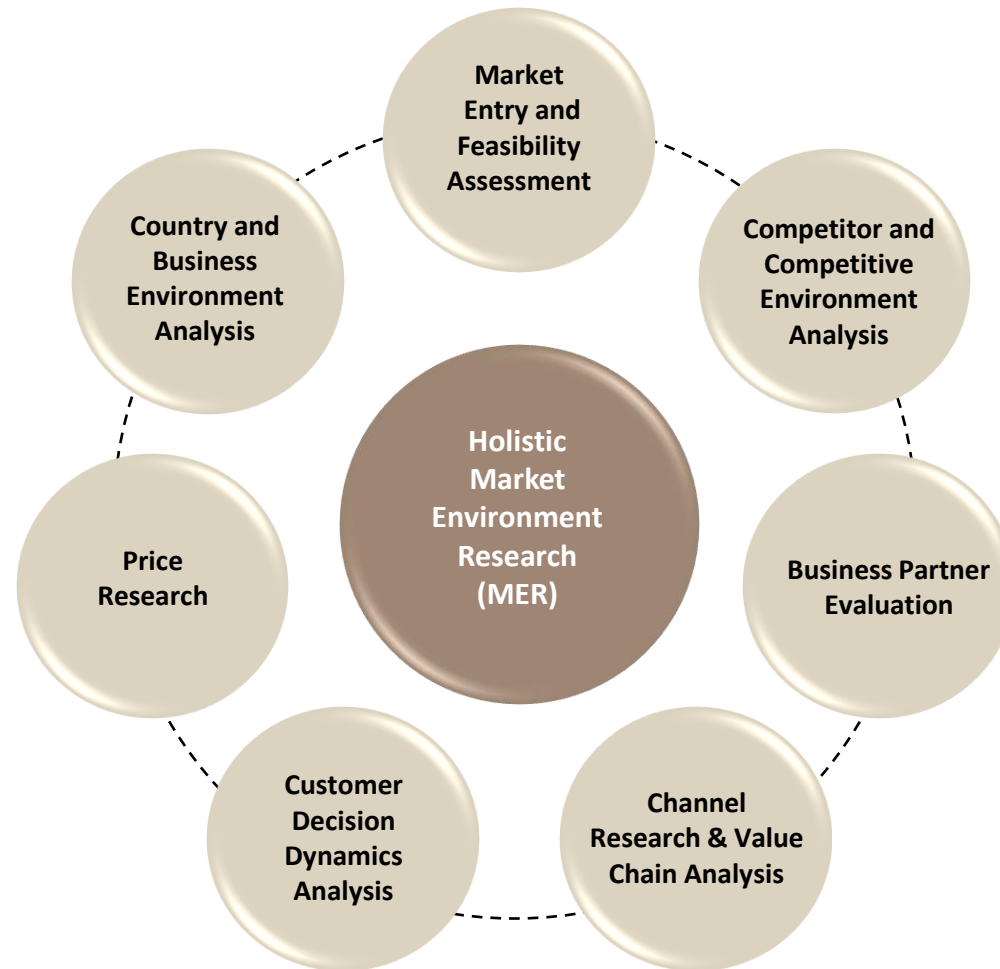




# RESEARCH AND CONSULTING SOLUTIONS

## Market Environment Research

With MER, Spire can better recommend the best-suited strategies to propel clients from their starting points to their goals. Not only does MER focus on our clients' customers, it also analyzes the entire eco-system of their business, including channels, competitors and macro-environmental factors.



# RESEARCH AND CONSULTING SOLUTIONS

## Market Sizing and Feasibility



Market sizing and forecasting



Market segmentation by geographic region, by channel type, by price band and customer segment



Market trend analysis, future price inflexion points

### Market Feasibility Model



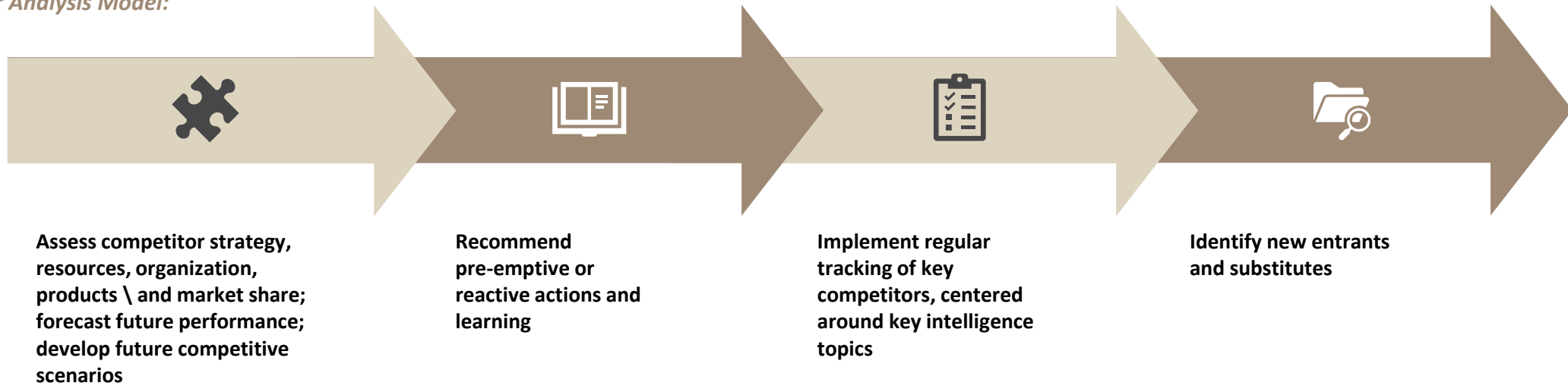
# RESEARCH AND CONSULTING SOLUTIONS

## Competitor Analysis

### Competitive environment:

- Competitor strategy, targets and tactical plans
- Competitor infrastructure
- Competitor operations
- Analysis and estimation of competitor financials
- Recommendations on competitor threat response
- Benchmarking from competitor best practices

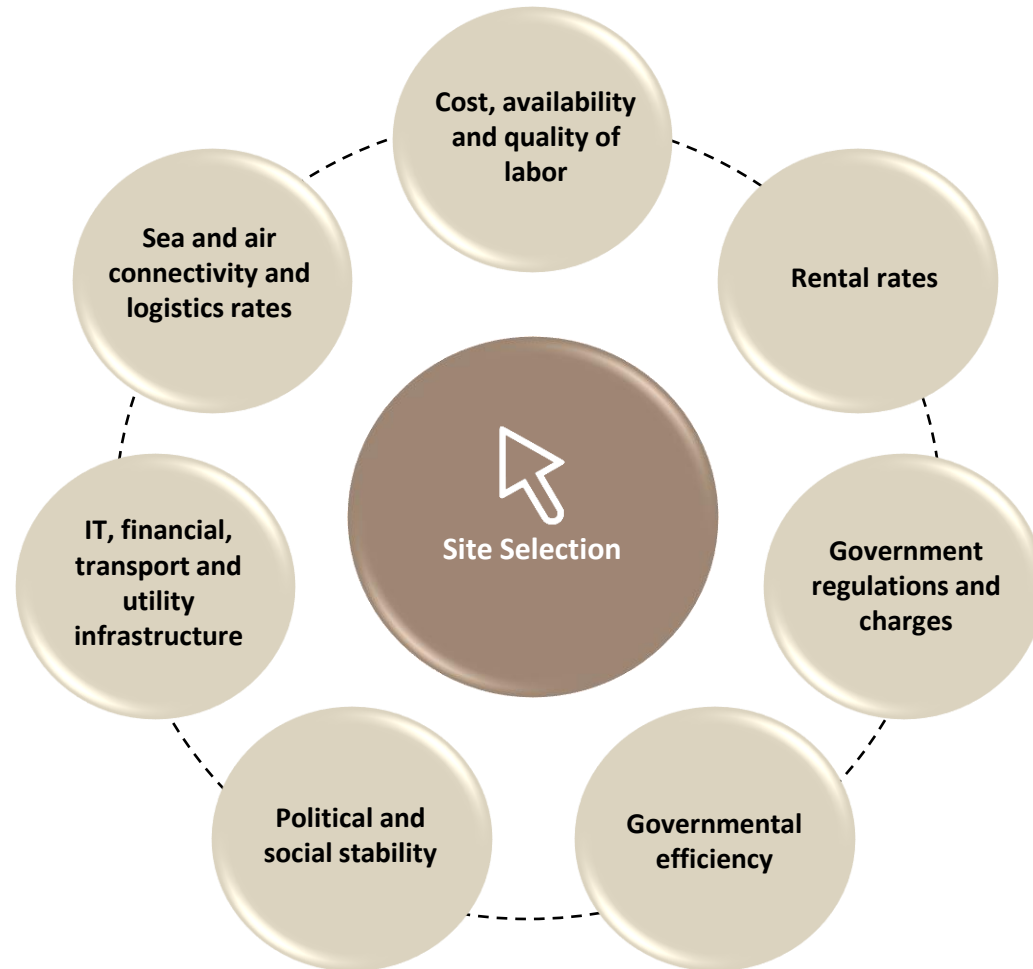
### Competitor Analysis Model:



## Country economic, political and social analysis

Development of country plans, including site selection, addressing legal / regulatory requirements, Government relations strategy formulation and scenario forecasting

## Site Selection Model



# RESEARCH AND CONSULTING SOLUTIONS

## Price Research

### Price Analysis:



Price trend analysis



Product price gap analysis



Product price positioning



Product price and specification database

### Price Research Model:







# SPIRE'S RESEARCH EXPERIENCE

---

# RESEARCH EXPERIENCE

## SPIRE's Research Methodologies



Overall Methodology



### Flow of getting data related with numbers :

Get info from Primary Source → validate source of data → validate to available portfolio / supporting data → compared to official publications / announcements → check & discuss to Spire Advisors → Logic check comparison to others' data source / insight

Direct Interview to Players



- Direct visit & discussion to get information from the source, to reveal strategies and information related to the targeted player / competitor.
- Interviews can be conducted **face to face or by telephone/email to sources** related to the portfolio to be observed.

Mystery Shopping



- Mystery shopping can be performed through **direct visits, direct telephone calls, online, via email communication, inquiry boxes**, or comment boxes available on the website (secondary alternative)

Sharing info from Local CI Channel



- Spire will ask for **Competitive Intelligence info from dedicated channels** to get more sensitive info or get deeper engagement with competitors.
- Spire will do **brainstorm & observe** more findings from **broader perspective (business players / partners)**.

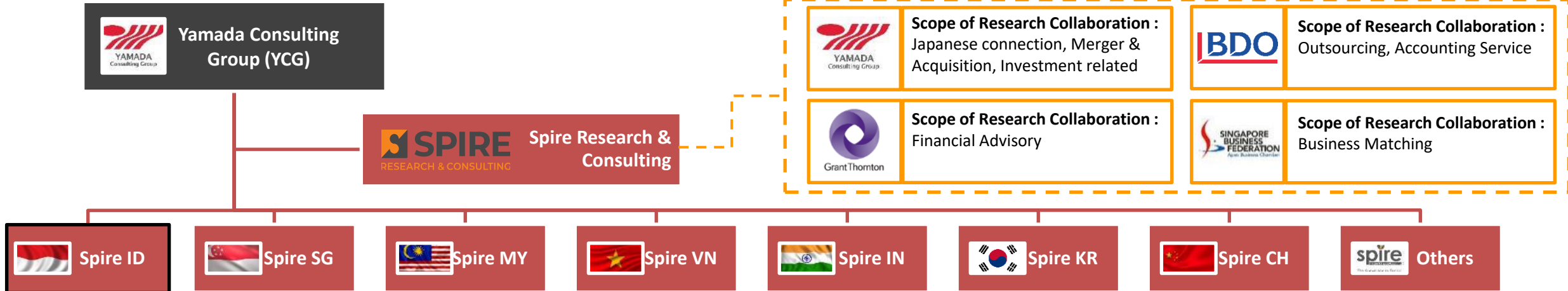
Collect Spire's Existing Data



- Spire will **compare the most recent info**; from **previous projects / database / reports / intelligent information** (related to company products) and combine them with the **latest info/insights** that can support new findings.

# RESEARCH EXPERIENCE

Spire has some divisions focus in different segment and industry advisors / specialist to support and directly involved in any Spire's project



## Spire Group Practice Business Advisors & Specialist :

**B2B TEAM**

**TELCO TEAM**

**B2C TEAM**

**PUBLIC POLICY TEAM**



**Brand Specialist**



**Media / Broadcasting Specialist**



**Public Policy Specialist**



**Economy Specialist**



**Financial Specialist**



**Merger & Acquisition Specialist**



**Healthcare Specialist**



**Logistic Specialist**



**ICT Specialist**

(Cellular, B2B Solution, Data Center, Call Center, IoT, FO)



**Digital Industry Specialist**

(Ride hailing, digital payment, e-wallet, e-commerce)



**Data Science Specialist**



**Consumer Research Specialist**

# SPIRE TEAM

Management Team  and Group Practice Leaders 



**Ryosuke (Rio)**

**Funayama**

CEO of Spire; Executive Officer, Head of Global Business, YCG



**Leon Perera**

Chairman of Board, Spire; Executive Director, Global Network Capabilities, YCG



**Jeffrey Bahar**

COO of Spire; heads Spire Indonesia



**Japnit Singh**

COO of Spire; served in Spire Singapore since 2004



**Go Sakano**

CFO of Spire; MD for YCG Singapore



**Indah Muliana**

Country Director Spire Indonesia



**Dr Justin Hanse Lee**

Managing Director of Spire Korea since 2002



**Ingrid Rix**

Country Manager (Head of Operations) Spire Singapore



**Saurabh Sharma**

Country Director Spire India



**John Yam**

Country Manager Spire Malaysia



**Dwi L. Priyantoro**

Project Technical Advisor for Spire Indonesia



**Yogi T. Giovanni**

Project Technical Advisor for Spire Indonesia



**Chi Nguyen**

Senior Manager Spire Vietnam

# SPIRE TEAM

Management Team  and Group Practice Leaders 



**Adnan M Kaddoura**  
Chairman, Spire Research  
& Consulting MENA LLC



**Tarek Elhousseiny**  
Managing Partner & CEO, Spire  
Research & Consulting MENA LLC



**Aditya Sapru**  
Managing Partner, Spire Research  
& Consulting MENA LLC



**Daniel Faricy**  
Director at YCG



**David Llamas**  
Director, Business  
Development, Spire USA



**Eiji Asano**  
Head of YCG Vietnam



**Sayaka Iwasaki**  
Marketing Manager



**Bambang Tobing**  
Project Technical Advisor  
For Spire Indonesia



# RESEARCH EXPERIENCE

Pengalaman Riset dengan Telkom Group (5 – 8 tahun terakhir)

## Enterprise ICT Solution

- Scope : Weekly **Competitor Monitoring** (ICT Players) & Opportunity monitoring
- Type of Output : Weekly, Monthly, and Quarterly report.
- **2015 - now**

## Enterprise Connectivity Services

- Scope : **Competitive Intelligence & Market Trend** Update
- Type of Output : Adhoc & Half Yearly report
- **2017 – now**

## Internet of Things / M2M solutions

- Scope : M2M **Business Landscape & Competitor Analysis** ; New Logistic Trend
- Type of Output : Weekly, Monthly, & Adhoc report.
- **2016 – now**

## Wholesale ICT Service & Solution

- Scope : **Competitive Tracking Study** on Competitors' Retail Voice & SMS Usage & Revenue (Domestic & International)
- Type of Output : Monthly, Quarterly, & Adhoc report.
- **2014 - now**

## Managed Service Solutions

- Scope : **Competitive intelligence** Study on Managed Service ; **Product Portfolio Development** Assistance
- Type of Output : One time report (Adhoc), divided by 3 batches.
- **2017 - 2018**

## Enterprise & SME Digital Services

- Scope : **Market Competitiveness** study for 24 Digital products (new Developed)
- Type of Output : One time report (Adhoc), divided by 2 batches.
- **2015 - 2016**

## ICT Solution for Tourism & Hospitality

- Scope : Enterprise **Customer Demand & behavior Analysis** (Tourism & Hospitality); **Value chain analysis**
- Type of Output : One time report (Adhoc)
- **2018**

## Digital Transportation Service

- Scope : **Market Intelligence & Blue-Print Development** for Transportation Services
- Type of Output : One time report (Adhoc)
- **2016 - 2017**

## Cloud Computing Service

- Scope : **Competitor Analysis** on Cloud Computing
- Type of Output : Monthly & Quarterly report.
- **2017 - 2018**

## ICT Solution for Logistic

- Scope : **Competitive intelligence** Study on ICT Logistic Solution Provider
- Type of Output : One time report (Adhoc)
- **2016**

## Infrastructure & Telco Tower Business

- Scope : Infrastructure / Telco tower **Business Competitiveness study** ; Dark Fiber **Market Study**
- Type of Output : One time report (Adhoc)
- **2013 & 2021**

## System Integration Service

- Scope : **Development / Business Transformation** to System Integration business
- Type of Output : One time report (Adhoc)
- **2016 - 2017**

 **B2B ICT Research with *multi-portfolio* coverage**

 **B2B ICT Research with *specified / targeted* solutions**

 **Consumer / SME ICT Research**

## Digital Game Business (Payment)

- Scope : **Market Intelligence** Digital Game Payment Business
- Type of Output : One time report (Adhoc),
- **2017 - 2018**

## Telco / Cellular Market

- Scope : Mobile Cellular Operator Market and **Competitive Tracking & Analysis**
- Type of Output : Weekly, Monthly, Quarterly, & Incidental report.
- **2011 – now**

## Digital Payment Services

- Scope : Digital Payment service (**Market and Competitive Tracking & Analysis**)
- Type of Output : Weekly, Monthly, & Half-Yearly report.
- **2016 - now**

## Consumer Digital Services

- Scope : **Competitive Tracking** Study on Digital Lifestyle Business (Video, Music, games, and Application Store)
- Type of Output : Weekly, Monthly, & Half-Yearly report.
- **2015 - now**

## Mobile-based SME Solutions

- Scope : **Customer Acceptance & Market Competitiveness** on New SME digital solutions
- Type of Output : Monthly, Quarterly, & Incidental report
- **2016 – 2019**

## Home / Fixed Broadband Service & Add-ons

- Scope : Fixed BB **Market Tracking & Analysis** ; **Brand Equity** ; **Geo marketing**
- Type of Output : Weekly, Monthly, Quarterly, & Incidental report.
- **2012 - now**

# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

Market Research Enterprise

Spire has conducted similar combination of Market Research on several industries, including :

## FinTech Business

- Market Landscape Study
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Banking Business

- Market Landscape Study
- Product Test & Price Sensitivity
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Finance non-Banking Business

- Product Test & Price Sensitivity
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Logistic Business

- Market Landscape Study
- Product Test & Price Sensitivity
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Manufacturing Business

- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Healthcare Business

- Product Test
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Hospitality Business

- Market Landscape Study
- Product Test & Price Sensitivity
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Resources Business

- Product Test
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Government

- Product Test
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Telco Business

- Market Landscape Study
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Digital / Startup / OTT Business

- Market Landscape Study
- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

## Media

- Competitive Intelligence
- ICT Demand Analysis

# PENGALAMAN SPIRE DALAM COMPETITIVE INTELLIGENCE



## KRITERIA SPIRE SEBAGAI PELAKSANA SURVEY :

- Spire merupakan Perusahaan riset yang bergerak dan fokus dalam bidang Market Research & Consulting.
- Spire mengalokasikan team khusus yang merupakan Divisi ICT / Telco yang memiliki pengalaman dalam melakukan beberapa assignment dari Telkom dan perusahaan ICT lainnya perihal :
  - Competitor Strategy & Deep Dive Study
  - Competitor Benchmark Study (Pricing, Package)
  - Competitor Movement Tracking
  - Competitor Performance Analysis
  - Competitor Go To Market Analysis
- Jumlah project Competitor Intelligence / Market Intelligence yang dikerjakan Spire dalam 5 tahun terakhir :
  - **Xxxxx project**

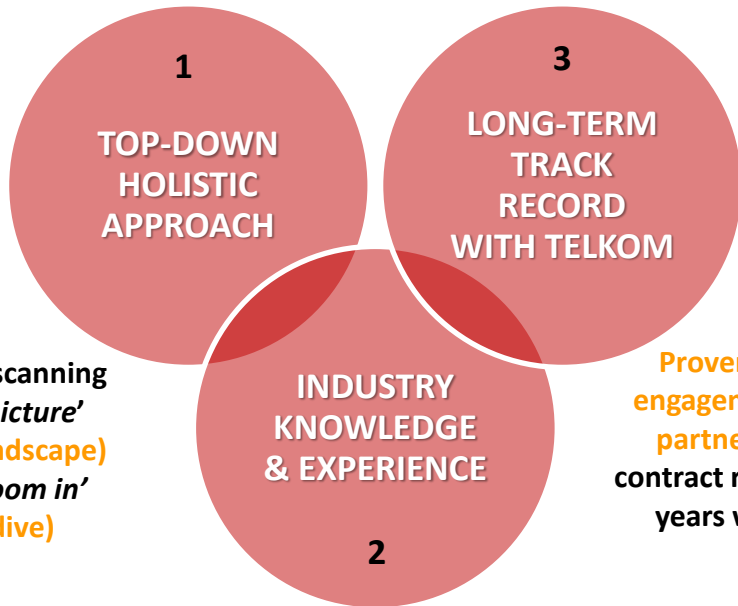
### Digital Companies



### IT and Communications



# PENGALAMAN SPIRE DALAM COMPETITIVE INTELLIGENCE



Start with scanning 'the big picture' (market landscape) before 'zoom in' (deep dive)

**Spire has done it !**  
Whether for client's existing or new categories, current or future products in Indonesia

Proven long-term engagement & client partnering. Yearly contract running for 12+ years with Telkom

More than 22 years of existence (Spire Group)

More than 20 years of existence (Spire Indonesia)



More than 12 years of partnership with Telkom

More than 14 years of support for clients in ICT Industry

STRONG SUPPORT FROM THE GROUP OF YAMADA BUSINESS CONSULTING JAPAN SINCE 2016

Scope of Research Experiences

- Mobile handsets and Mobile after-sales service
- Consumer telecommunication services (GSM & CDMA)
- Broadband and dial-up internet (fixed and wireless)
- ICT Corporate solutions such as IP VPN, Metro Ethernet, cloud computing
- Pay TV, downloadable content such as music
- Data centre, DRC
- Wholesale telco services
- Transmission tower, infrastructure and network
- Telco equipment
- Value Added Services
- Internet Of Things

Partners from Telkom Group

- Telkom EBIS, DES, & DBS
- Telkom Consumer
- Telkom WINS (WIB, DWS)
- Telkom DSS
- Telkom Internasional
- Telkom Metra
- Telkom Infra & Mitratel
- Telkom Property
- Telkom Digital Business
- Infomedia
- PINS
- Finnet

Spire didukung oleh Competitive Intelligence channels, Practitioners, Advisors, dan Experienced & Dedicated sources



Local and regional industry expert (Telco, ICT, supply chain business, and other B2B businesses)



Dedicated Competitive Intelligence channel from several telco competitors and ICT players



Dedicated Local Associates based in Indonesia and other countries in Spire's service coverage



Spire's experienced advisor and dedicated team members for telco & ICT projects

# RESEARCH EXPERIENCE

SPIRE's Research Experience in ICT Enterprise



2019

**Mobile Digital Service Provider**

**Purpose of Study :**  
**Competition Analysis and Customer Behavior Study on Games, Video, and Music**



2019

**E-Commerce**

**Purpose of Study :**  
**Understanding market potential** and landscape of B2B marketplace business, and **learning customers' behavior** and benchmark to the other B2B marketplace



2020

**Fintech Business Provider**

**Purpose of Study :**  
**Checking the feasibility** to compete in Indonesia Data Center market, especially in serving the growing needs of hyperscalers (OTT, Cloud Providers, Media players, etc.)



2020

**Internet Of Things**

**Purpose of Study :**  
**Learning the potential** of Internet of Things based on industry segment and anticipating the latest **product development and technology collaboration**



2021

**Cloud Computing**

**Purpose of Study :**  
Tracking the **market movement and product development** related with Cloud services (IaaS, SaaS, and PaaS)



2021

**Digital Entertainment Provider**

**Purpose of Study :**  
Market Environment Study on Homeshopping business



2021

**Fixed Broadband Internet**

**Purpose of Study :**  
**Assess the local market opportunity**, market competition, and acceptance to deliver fixed broadband business in new cities / provinces.



2021

**E-Payment**

**Purpose of Study :**  
**Measuring the market size** of e-payment businesses, tracking and comparing competitors' business strategy, performance, and development activities.



2022

**Connectivity Services**

**Purpose of Study :**  
**Market and Competitor Analysis on Fintech Product Development**



2022

**Ride Hailing**

**Purpose of Study :**  
**Analyzing the Market Condition** and Performance of Ride Hailing and its additional portfolio, as well as **tracking the monthly trend** and issues.



2022

**5G / Private Network**

**Purpose of Study :**  
**Validating the latest adoption** of 5G and deployment area, while **checking the potential use case** of 5G expansion for Private Network implementation.



2022

**Smart Platform / Dashboard**

**Purpose of Study :**  
Exploring the **latest development of Smart platform / dashboard** that is purposively provided to address client's pain points and digital transformation plan.



# RESEARCH EXPERIENCE

SPIRE's Self-Assessment on Capabilities in the Research area & process :

Aspect	Score (1 – 10)	Remarks
Team <b>Experience on Digital Business Service</b> Research	9	Long term partnership with <b>Telkom WINS / WIB division for Market Intelligence &amp; Monitoring</b>
Team <b>Experience on ICT Service &amp; Digital Business Service</b> Research	9	Existing studies with <b>Telkom Metra, DBT, Consumer, Telkomsel</b> , and some Telkom subsidiaries related with <b>Telkom's Digital Business Tribes</b>
Understanding on <b>Telkom's products (Digital Business)</b>	9	Long Term partnership with <b>Telkom DES, Consumer, WINS, EBIS, dll.</b>
Understanding on <b>Competitors' products (Digital Business-related)</b>	8	Existing studies to monitor <b>competitors' movement, competitive intelligence, and deep dive to competitors' strategy, pricing, &amp; business model</b>
Team <b>Experience on Competitor Movement / Update Monitoring Study</b>	9	Existing studies related with <b>NPS &amp; Satisfaction study</b>
Team <b>Availability (internal) for F2F survey</b>	8	Data <b>Processing</b> , Data <b>Analyst</b> , Advisors, <b>Qualitative Specialist</b> , <b>Quantitative Specialist</b>
Team <b>Availability (external) for F2F survey</b>	8	Existing team whose experience to conduct <b>B2B customer profiling and ICT demand insight</b>



**RESEARCH BACKGROUND,  
COVERAGE, SCOPE &  
METHODOLOGIES**

---



# RESEARCH OBJECTIVE



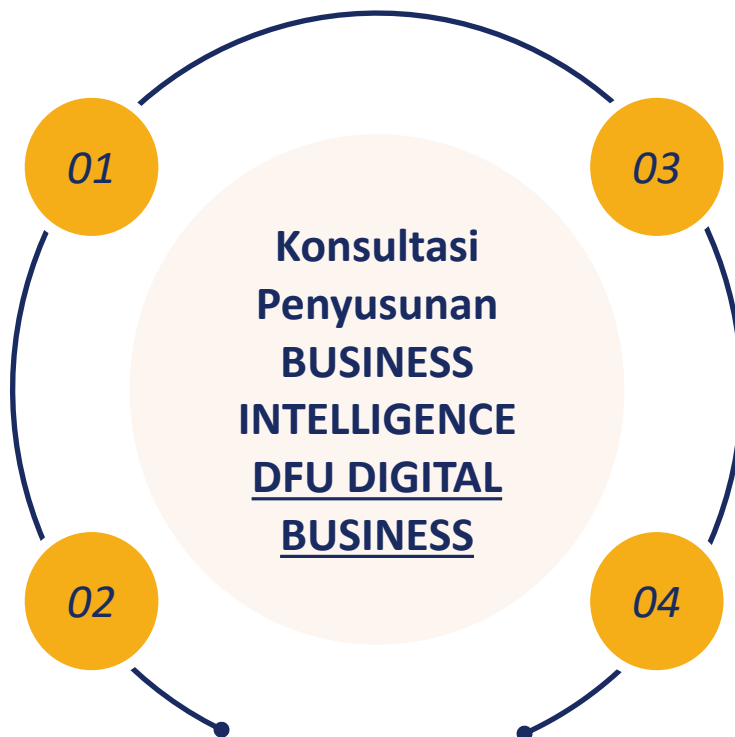
## Business Model Learning / Benchmark

Mendapatkan referensi, data, dan analisa yang relevan, tepat, terbaru dan spesifik terkait **perbandingan business model** produk-produk digital Telkom terhadap produk-produk kompetitor beserta advantage-disadvantage



## Competitor Performance Insight

Mendapatkan referensi, data, dan analisa yang relevan, tepat, terbaru dan spesifik, baik **finansial maupun operasional**, tentang product key metrics dari produk-produk digital Telkom beserta kompetitor.



## Competitor Positioning Strategy

Mendapatkan referensi, data, dan analisa yang relevan, tepat, terbaru dan spesifik mengenai **product positioning to market** segment produk-produk digital Telkom di pasar beserta key players terkait.



## Startup & Angel Investor Insight

Mendapatkan referensi, data, dan analisa yang relevan, tepat, terbaru dan spesifik terkait **profile angel investor, persyaratan pendanaannya** (term and condition) dan **success story startup** yang berhasil mendapatkan funding (pendanaan investasi) dari angel investor terkait.

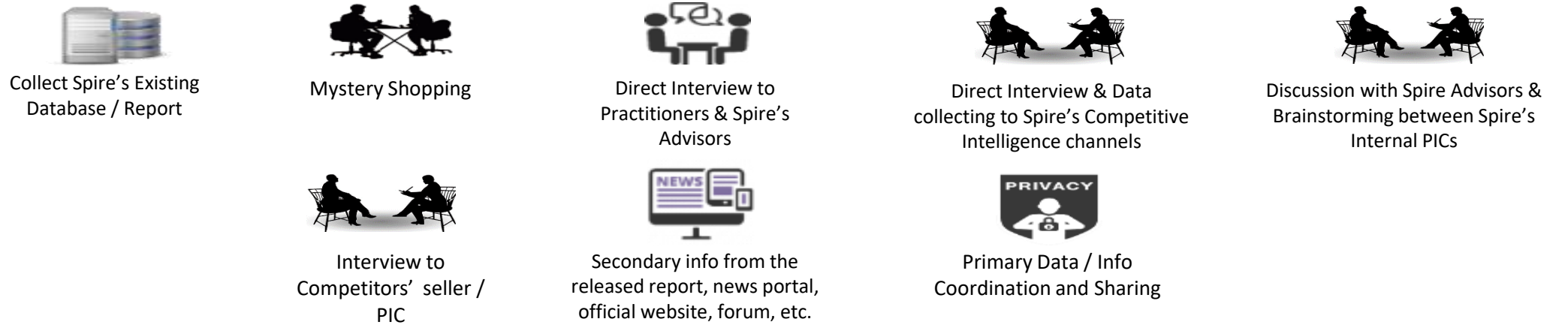
# RESEARCH SCOPE

Metodologi Riset Keseluruhan

Research Flow



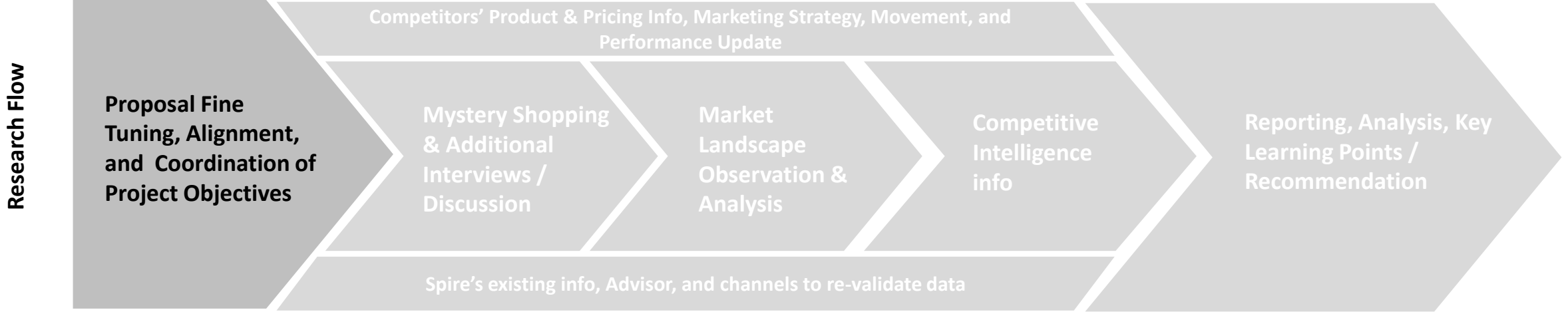
Overall Methodology



**Flow of getting revenue / date related with numbers :**  
 Get revenue from Primary Source → validate source of revenue (region from Indonesia only) → validate to available portfolio / assets / supporting infrastructure → compare to official publications / announcements → check & discuss to Spire Advisors → Logic check comparison to others' revenue

# RESEARCH SCOPE

Proses Persiapan Riset / Alignment



## Proses Fine Tuning Spire & Telkom team



### Product Alignment

Penyampaian Product Info dan Knowledge dari Telkom kepada Spire, terutama terkait adanya penyesuaian positioning / product update per tahun 2023



### Key Concerns to be Addressed

Penyampaian Key Concern & Metrics yang perlu diakomodir dalam study, terutama agar laporan dapat sesuai dengan kebutuhan data dan insight per produk



### Competitor Defining

Penentuan cakupan competitor yang akan dijadikan sebagai pembanding dan sesuai dengan experience dan persetujuan dari product Team terkait.



### Final Report Sharing

Laporan akhir akan disampaikan sesuai dengan scope of study yang disetujui pada awal persiapan.



### Interim Data / Report Confirmation

Spire akan melibatkan Telkom untuk memberikan feedback selama pengumpulan data, termasuk untuk menyampaikan informasi terkait dengan performance Telkom sebagai pembanding



### Direct Findings & Adjustment during Execution

Koordinasi langsung antara Spire dengan Telkom team untuk memvalidasi data dan informasi unik / menarik yang diperoleh dari proses pengumpulan insight

# RESEARCH COVERAGE & SCOPE

Study ini difokuskan sebagai kegiatan Market Update dan Competitor Study yang disediakan dalam regular updates Mingguan, Kuartalan, dan Semesteran, dengan tujuan untuk mengetahui Positioning product Digital Telkom di market.

## Coverage Industry

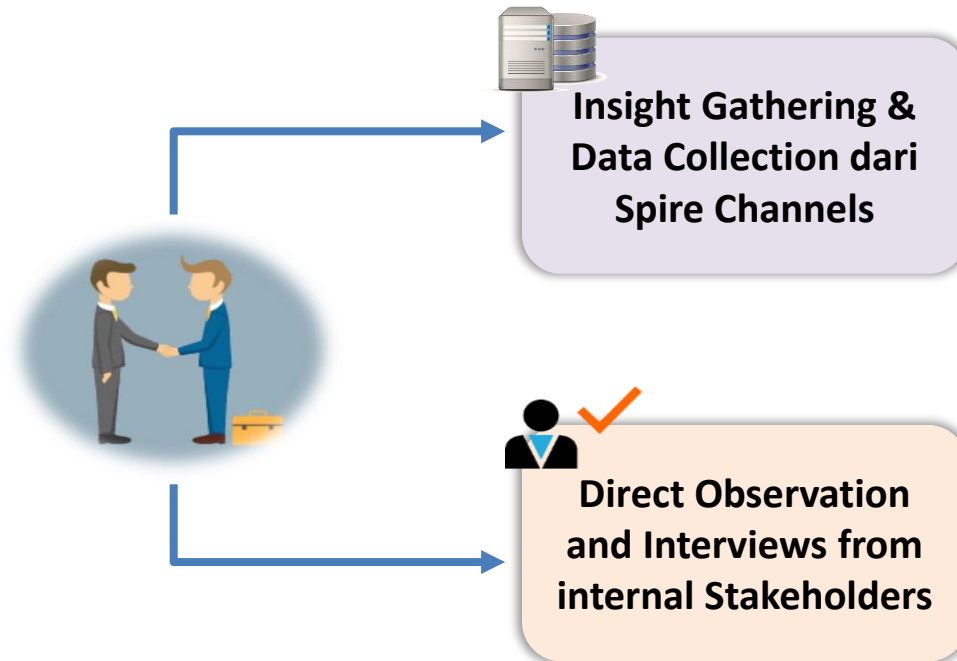
- ICT Service (Digital Business)

## Coverage Area

- National Point of View untuk memperoleh data performansi dan competitiveness dari key competitor.
- Global Point of View untuk capture market movement dan trend dari pesaing terhadap portfolio digital sejenis

## Coverage Insight

- Laporan Market Analysis dan Update Competitor
- Laporan Business Model & OMTM (One Metric That Matters) Comparison dan Product Lifecycle
- Laporan Tariff Comparison & Investor Analysis / Success Story



### Target & Method :

- Pengumpulan data eksisting dan relevan yang dimiliki oleh Spire.
- Data collection lanjutan melalui open sources & subscribed platforms.
- Existing sources & database dan internal knowledge dari Spire's Advisor.

### Target & Method :

- Direct Approach kepada Primary sources (marketing, business development, corporate communication, dll.)
- Snowballing method / referral sesuai arahan dari previous sources.

***Spire memiliki pengalaman sejenis** dalam Melakukan Analisa Market Landscape dan Competitor Analysis melalui kombinasi **secondary dan primary research**, dilakukan dengan mempertimbangkan penggabungan informasi dan insight yang unik dari business owners dan external information yang dikumpulkan dari berbagai sumber.*



# RESEARCH FRAMEWORK & DELIVERABLES



- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
  - Informasi berupa Main Highlights mingguan
  - Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
  - Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

**LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR**

WEEKLY



- Berisi laporan Competitor Strategic Info, termasuk :
  - Product Lifecycle Management
  - Business Model Comparison
  - OMTM : terkait comparison dari beberapa metric utama seperti financial dan operational metric

**LAPORAN BUSINESS MODEL & OMTM COMPARISON DAN PRODUCT LIFECYCLE**

QUARTERLY



- Berisi update laporan yang diupdate dua kali dalam setahun :
  - Perbandingan tarif produk digital yang dimiliki Kompetitor terhadap produk Telkom.
  - Insight terkait investor analysis & success story dari startup dan angel investor yang terlibat dalam pendanaan dan inkubasi.

**LAPORAN TARIFF COMPARISON & INVESTOR ANALYSIS / SUCCESS STORY**

HALF YEARLY



- Diskusi Laporan, Brainstorming, dan Transfer Knowledge yang dijadwalkan berdasarkan request / permintaan dari Telkom.
- Dapat dilakukan dalam bentuk diskusi, forum, maupun diseminasi terhadap audience / PIC yang menggunakan data laporan.

**DISEMINASI LAPORAN / TRANSFER KNOWLEDGE**



## RESEARCH COVERAGE & SCOPE

Pijar Sekolah	Big Box	Netmonk	OCA	Antares	Simpeldesa	SooltanPay / IndibizPay
1. Ruangkelas	1. Cloudera	1. Solarwinds	1. Infobip	1. Alita	1. Digidesa	1. Faspay
2. Edmodo	2. Paques	2. Zabbix	2. Messagebird	2. Miota	2. EasyDes	2. Doku
3. Google classroom	3. Volantis	3. Paessler	3. Qontak	3. Elnusa (Electronica Nusantara)	3. Smart Desa Digital (INTI)	3. Paydia
4. Backup : Zenius	4. Backup : Ida (IOH)	4. Backup : Auvik	4. Backup: Ivosight	4. Backup : Blynk	4. Backup : Digidesa	4. Backup : Olsera

Padi UMKM	Logee	Agree	Metnesia	SIM RS / NHIE	Haioo
1. Buka Pengadaan	1. Logee Truck: TransTrack.id, Logisly, Ritase, Waresix, Mostrans	1. Tani Hub	1. Nusameta	1. Trustmedis	1. TripAdvisor
2. Monotaro	2. Logee Fulfillment : Odoo, Jubelio, Salesforce, Keppack	2. Angkit Agro	2. Jagat Nusantara	2. Teramedik	2. Trivago
3. MBiz	3. Logee Visibility: KargoTech, Radardarad, Andalin, Envio, McEasy	3. Eratani	3. NVIDIA Omniverse	3. Jasamedika	3. Traveloka
4. Backup : Ralali		4. Backup : e-Fishery	4. Backup : RansVerse	4. Backup : Medify	4. Backup : Klook

*Logee memiliki 3 (tiga) sub business yaitu Logee Truck, Fulfillment, dan Visibility, yang berhadapan dengan cakupan competitor yang berbeda*

# RESEARCH COVERAGE & SCOPE

Cakupan OMTM	Pijar Sekolah	Big Box	Netmonk	OCA	Antares	Simpeldesa	SooltanPay / IndibizPay
<b>Business Performance Metric</b>	Metric berkaitan dengan <b>Performansi Kompetitor</b> , terutama terkait Finansial, seperti : <u>GMV, Traffic, Revenue, Revenue Growth, Profit Margin. dll</u> (detail metric bersifat fleksibel dan dapat kembali ditentukan pada saat alignment Telkom dengan Spire)						
<b>Subscription / Customer-Related Metric</b>	Metric berkaitan dengan <b>Customer Subscription</b> , seperti : <u>Jumlah pelanggan, Biaya Langganan / Pricing, Fitur, Customer Relationship Sales Channel Online / Offline, dll</u> (detail metric bersifat fleksibel dan dapat kembali ditentukan pada saat alignment Telkom dengan Spire)						
<b>Business Operational Metric</b>	Metric berkaitan dengan <b>Business Operational</b> , seperti : <u>Biaya Langganan, Strategi Marketing / Key Marketing Activity, Unique Selling Point, After Sales Area, dll</u> (detail metric bersifat fleksibel dan dapat kembali ditentukan pada saat alignment Telkom dengan Spire)						

Cakupan OMTM	Padi UMKM	Logee	Agree	Metnesia	SIM RS / NHIE	Haioo
<b>Business Performance Metric</b>	Metric berkaitan dengan <b>Performansi Kompetitor</b> , terutama terkait Finansial, seperti : <u>GMV, Traffic, Revenue, Revenue Growth, Profit Margin. dll</u> (detail metric bersifat fleksibel dan dapat kembali ditentukan pada saat alignment Telkom dengan Spire)					
<b>Subscription / Customer-Related Metric</b>	Metric berkaitan dengan <b>Customer Subscription</b> , seperti : <u>Jumlah pelanggan, Biaya Langganan / Pricing, Fitur, Customer Relationship Sales Channel Online / Offline, dll</u> (detail metric bersifat fleksibel dan dapat kembali ditentukan pada saat alignment Telkom dengan Spire)					
<b>Business Operational Metric</b>	Metric berkaitan dengan <b>Business Operational</b> , seperti : <u>Biaya Langganan, Strategi Marketing / Key Marketing Activity, Unique Selling Point, After Sales Area, dll</u> (detail metric bersifat fleksibel dan dapat kembali ditentukan pada saat alignment Telkom dengan Spire)					



- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
- Informasi berupa Main Highlights mingguan
- Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
- Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

## LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR

### MARKET ANALYSIS

#### TUJUAN :

Menemukenali dinamika pasar dan peta persaingan terhadap market, serta berdasarkan segmen yang menjadi target dari produk Digital Telkom.

#### KONTEN LAPORAN :

- Proyeksi perkembangan *market* berdasarkan demografi di Indonesia.
- Tren dan Prediksi Pengembangan Produk di Market.
- *Market Sizing* dari produk Digital Telkom
- *Opportunity* dan use case pengembangan atau *improvement* dari Market
- *Market analysis* produk digital di Indonesia.

### UPDATE COMPETITOR

#### TUJUAN :

Menemukenali pergerakan kompetitor produk-produk Telkom pada suatu market segment dan positioning produk Telkom terkait hal tersebut.

#### KONTEN LAPORAN :

- Market positioning produk digital Telkom
- Competitor Movement dari kompetitor produk digital Telkom
- Kompetitor-kompetitor yang berada pada segment market yang sama.
- Insight tentang Competition, Regulation & Market Readiness.
- Rekomendasi Strategi GTM dan Pengembangan Fitur based on Market Analysis

#### Key Methods :

*Mystery Shopping, Competitive Intelligence Approach, Existing Data analysis, data revalidation*



#### Key Methods :

*In Depth Interview, Competitive Intelligence Approach, data revalidation*

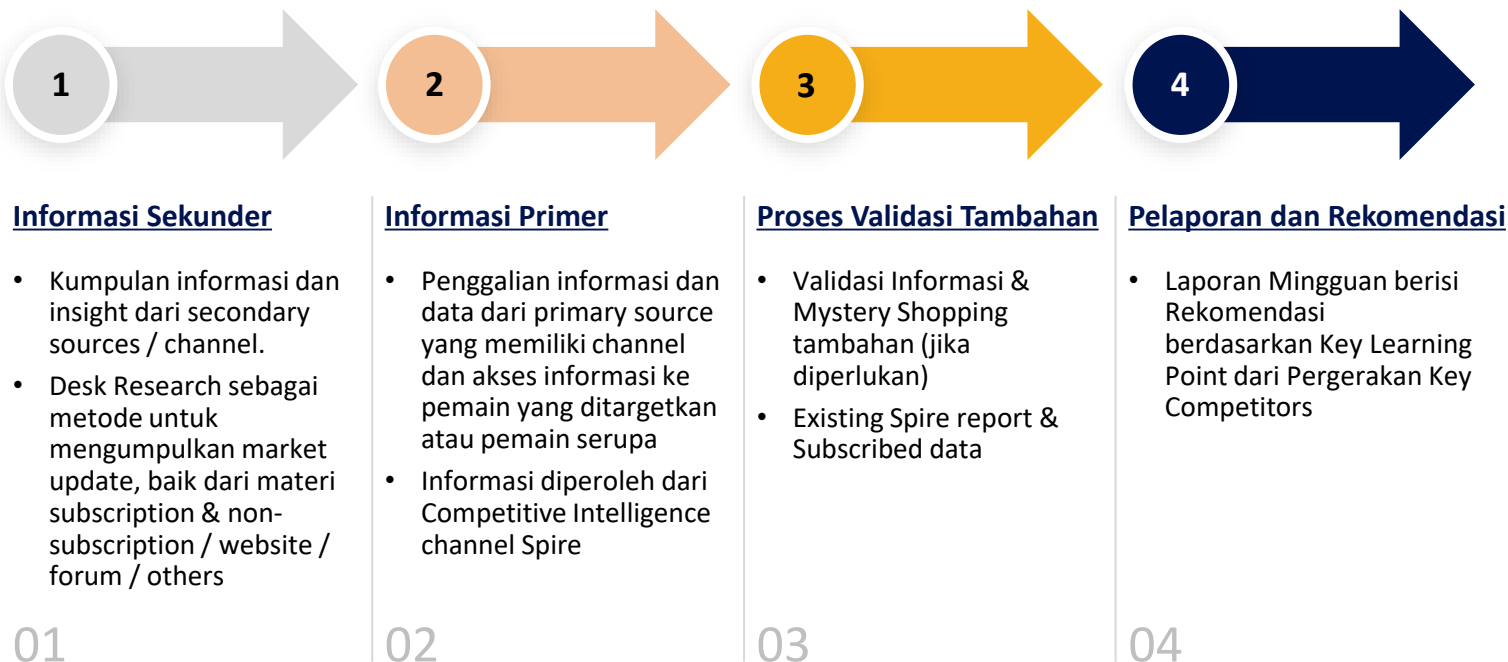




- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
- Informasi berupa Main Highlights mingguan
- Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
- Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

## LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR

Cakupan laporan ini antara lain business development, business movement (ekspansi, pendanaan, dll), marketing activity (kegiatan ATL, BTL, dll), partnership, maupun update product yang akan dioptimalkan untuk mencakup 5 – 7 produk digital yang dikelola Telkom, dijadwalkan dengan cycle delivery setiap minggu.



*Tidak ada batasan tertentu dalam hal jenis pesaing (lokal, nasional, regional, global), namun diprioritaskan pemain yang menasar market Indonesia dan masih head-to-head dengan produk digital yang dikelola Telkom*



## UPDATE COMPETITOR



- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
- Informasi berupa Main Highlights mingguan
- Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
- Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

### LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR

#### SECONDARY DATA / INFO

- Informasi yang diperoleh melalui routine monitoring melalui desk research, info subscription, data monitoring, dan Spire's database screening.

#### FOLLOW UP

- Data / Information Collection
- Key Info Gathering (new references checking)
- Internal Discussion
- Data Compiling, Analysis & Report Writing



*Informasi Tipe I : digali melalui monitoring rutin*

#### PRIMARY DATA / INFO

- Data / Informasi yang diperoleh melalui additional approach terhadap primary source / responden tambahan dan diperlukan untuk memperoleh validasi data dan additional insight terkait issue yang ditemukan sebelumnya

#### FOLLOW UP

- Issue Validation
- Competitive Intelligence Channel Contacts / Verification
- Short Advisory & Update dari Competitive Intelligence Channel
- Data Compiling, Analysis & Report Writing



*Informasi Tipe II : diperoleh dari current / immediate issues*

#### KONTEKS REPORT :

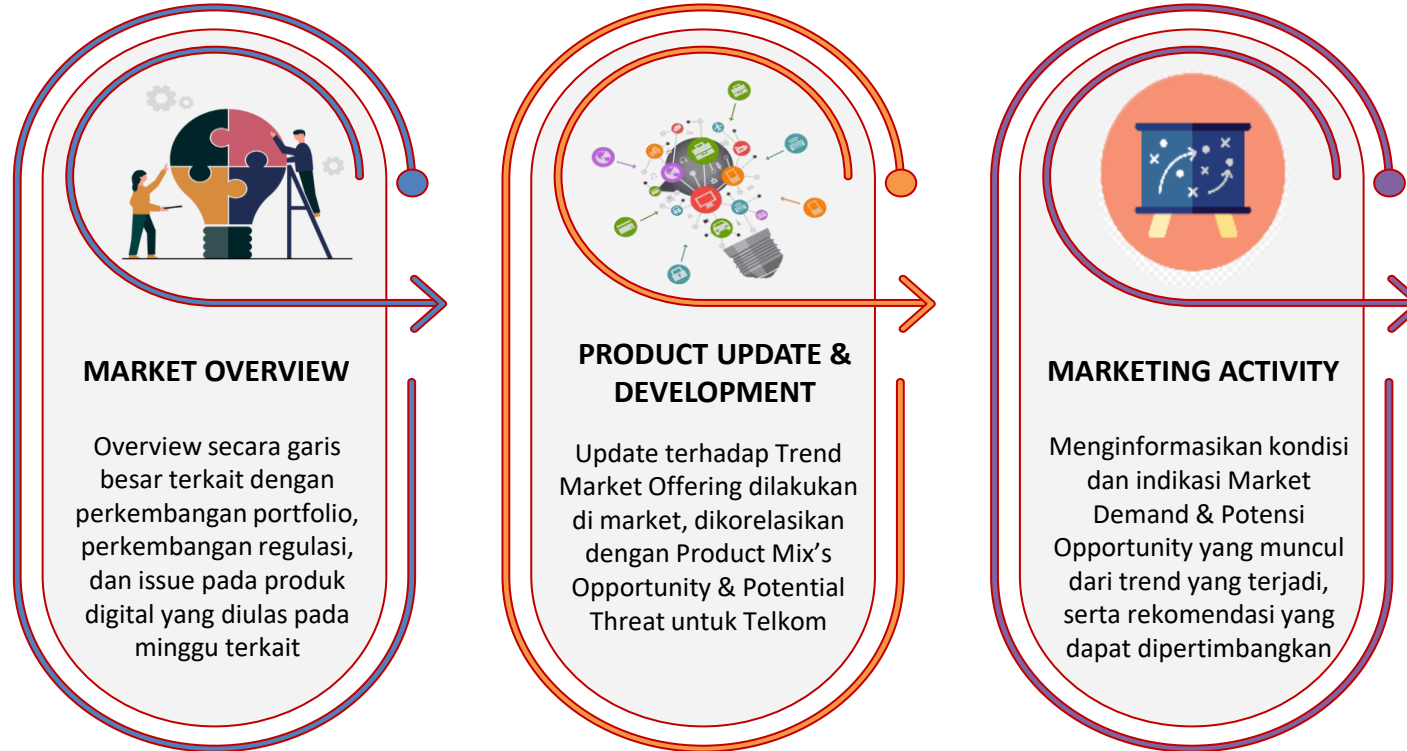
- Berupa informasi pergerakan market, terutama aktivitas dan update dari competitor yang akan dikategorikan menjadi beberapa jenis / tipe movement antara lain :
  - **Promosi**
  - **Partnership**
  - **Portoflio development**
  - **Ekspansi**
  - **ATL / BTL Event**
  - **Business initiatives / update, dll.**
- Cakupan National / Regional Competitor Movement Update menyesuaikan dengan cycle yang diperlukan :
  - **Weekly : 18 - 20 slides per minggu**
- Masing-masing informasi akan dipetakan berdasarkan portofolio yang perlu memperhatikan dan mengantisipasi, termasuk impact dan rekomendasi untuk Telkom.



- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
- Informasi berupa Main Highlights mingguan
- Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
- Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

**LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR**

## MARKET ANALYSIS



**KONTEKS REPORT :**

- Berupa informasi Analisa market dan supplement yang diberikan secara berkala untuk 13 produk digital yang dikelola oleh Telkom
- Analisa market akan disampaikan untuk 1 produk pada setiap minggunya, dengan rotasi / cycle product yang fleksibel, dianalisa dan disesuaikan dengan tingkat prioritas dan concern dari tim Telkom.
- Cycle of delivery akan Kembali ke product awal setelah melewati minggu ke -13.

### Simulasi :

<b>Week 1</b>
Product A
Product B
Product C
Product D
<b>Week 2</b>
Product E
Product F
Product G
Product H
<b>Week 3</b>
Product I
Product J
Product K
Product L
<b>Week 4</b>
Product M
<b>Product A</b>
<b>Product B</b>
<b>Product C</b>



# RESEARCH METHODOLOGY



- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
- Informasi berupa Main Highlights mingguan
- Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
- Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

## LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR

### Report Sample (Update Competitor)

**Competitor Movement "Multipolar Technology"**

Nasional TREG 1 TREG 2 TREG 3 TREG 4 TREG 5

**Multipolar Technology Membekali Perusahaan dengan Solusi Security**

**BACKGROUND**

- Multipolar Technology menegaskan pentingnya membekali perusahaan dengan solusi security Cisco Umbrella dan Cisco Secure Email Threat Defense.

**OVERVIEW**

- Cisco Umbrella sesuai untuk perusahaan-perusahaan yang memiliki banyak kantor cabang dan karyawan dengan mobilitas tinggi, termasuk yang menerapkan pola kerja dari mana saja. Sebab, solusi tersebut mampu mengontrol trafik domain name server (DNS) sehingga memudahkan tim TI dalam mengatur akses internet dari setiap karyawan secara terpusat.
- Sedangkan Cisco Secure Email Threat Defense mampu memblokir lebih banyak ancaman berkat teknologi Threat Intelligence dari TalosTM; mendeteksi dan menigitasi ransomware yang tersembunyi dalam attachment; memblokir e-mail dengan tautan berisiko secara otomatis; dan memblokir akses ke situs yang baru teridentifikasi dengan URL Analysis secara real-time.
- Kehadiran Cisco Secure Email Threat Defense semakin memperkuat fungsi dari Cisco Umbrella dalam mencegah terjadinya serangan siber pada system kerja hybrid.

**TARGETED SEGMENT**

Enterprise

**IMPACTED PORTFOLIO**

Cyber security

**THREAT LEVEL**

LOW

**ALERT & OPPORTUNITIES FOR TELKOM**

- Penjelasan mengenai pentingan solusi security dari Cisco Umbrella dan Cisco Secure Email Threat Defense bisa menjadi opportunity bagi Telkom untuk meningkatkan solusi cyber security nya dengan menerapkan solusi yang serupa.

**RECOMMENDATION**

- Menguji dan memvalidasi solusi integrasi siber untuk memastikan bahwa solusi keamanan siber yang diintegrasikan bekerja dengan baik dan dapat menyediakan perlindungan keamanan yang efektif dan terintegrasi.
- Memberikan pelatihan dan dukungan kepada pelanggan untuk memastikan bahwa pelanggan dapat memanfaatkan solusi keamanan tersebut secara maksimal dan memaksimalkan perlindungan keamanan siber yang tersedia.
- Melakukan benchmark terhadap solusi Breach Detection System untuk meminimalisasi terjadinya serangan siber.
- Mengadopsi solusi yang dimiliki Cisco Umbrella dan Cisco Secure Email Threat Defense pada ekosistem digital Telkom.

19/06/2023

Report Sample

**Competitor Movement "Pos Indonesia"**

Nasional TREG 1 TREG 2 TREG 3 TREG 4 TREG 5

**Pos Indonesia Merilis Super App Pospay**

**BACKGROUND**

- Pos Indonesia resmi merilis super app Pospay di Surabaya, Jawa Timur, pada akhir Mei 2023. Pospay super app merupakan platform ekosistem yang dibangun oleh Pos Indonesia sebagai digital etalase Pos Indonesia.

**OVERVIEW**

- Pospay memiliki dua merchant, yaitu produk layanan jasa keuangan Pospay dan PosAja untuk kurir. Ke depannya, aplikasi super app ini tidak hanya menampung produk-produk yang dimiliki Pos Indonesia, tapi juga akan menampung produk dari anak perusahaan dan afiliasi.
- Dengan adanya enterprise service base, internal integration menghubungkan antara fronting yang dimiliki Pos Indonesia, baik yang sifatnya digital maupun physical dengan core yang dimiliki Pos Indonesia, yakni core kurir, sistem logistik.
- Pos Indonesia juga akan memiliki EPI, manajemen dengan semua aplikasi pihak ketiga. Dalam mengembangkan platform super app ini, Pos Indonesia mengikuti framework dari people, process, and technology.

**TARGETED SEGMENT**

Logistics

**IMPACTED PORTFOLIO**

Logistic Integrated Solution

**THREAT LEVEL**

LOW

**ALERT & OPPORTUNITIES FOR TELKOM**

- Super app Pospay bisa menjadi opportunity bagi Telkom untuk turut mengintegrasikan layanan pos ke dalam solusi eksisting milik Telkom seperti logistic integrated solution.

**RECOMMENDATION**

- Melihat perkembangan industry logistik di Indonesia dan melakukan pendekatan untuk memantau system yang diadopsi dari dashboard fleet management.
- Mengembangkan portfolio logistic integrated solution agar bisa dipantau melalui smartphone secara real time sehingga bisa digunakan oleh berbagai industry dengan mudah.
- Menggunakan dukungan dari bisnis unit lainnya untuk memperluas layanan logistic integrated solution seperti cloud dan security services.
- Menjalin kerja sama untuk mengintegrasikan layanan Pospay dan PosAja pada solusi yang dimiliki Telkom sebagai sesama BUMN.

19/06/2023

Report Sample

**Competitor Movement "Lazada"**

Nasional TREG 1 TREG 2 TREG 3 TREG 4 TREG 5 TREG 6 TREG 7

**Lazada Meluncurkan Chatbot eCommerce Berbasis AI**

**BACKGROUND**

- Lazada Group meluncurkan LazieChat, chatbot eCommerce berbasis kecerdasan buatan (artificial intelligence - AI) untuk memberikan pengalaman belanja yang menyenangkan, seru, dan personal kepada para pengunanya. LazieChat mendapat dukungan dari ChatGPT OpenAI dalam Azure OpenAI Service.

**OVERVIEW**

- Dengan menggabungkan skala dan kekuatan Microsoft Azure OpenAI Service dengan jangkauan pengguna Lazada, kolaborasi ini akan mengubah perjalanan belanja bagi pelanggan, penjual, dan brand di Lazada.
- LazieChat memanfaatkan kemampuan AI dan platform eCommerce milik Lazada, yang didukung oleh kemampuan bahasa alami dari Azure OpenAI Service. Teknologi ini dapat memahami dan menanggapi pertanyaan dengan cara yang natural, serta menyarankan produk atau topik yang relevan yang mungkin menarik bagi pengguna.
- LazieChat tersedia dalam Bahasa Inggris di Singapura, Filipina, serta dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris untuk Indonesia. Nantinya LazieChat akan tersedia dalam lebih banyak bahasa.

**TARGETED SEGMENT**

E-commerce

**IMPACTED PORTFOLIO**

CRM

**THREAT LEVEL**

LOW

**ALERT & OPPORTUNITIES FOR TELKOM**

- Kehadiran chatbot eCommerce berbasis AI ini bisa menjadi opportunity bagi Telkom untuk menjajaki kerja sama untuk mengintegrasikan layanan CRM maupun mengembangkan secara in-house layanan chatbot e-commerce.

**RECOMMENDATION**

- Mengadakan workshop dalam menggunakan layanan CRM ke perusahaan-perusahaan potensial ataupun ke startup ataupun fintech sehingga bisa memperluas potensi pasar.
- Menawarkan paket dan juga free trial untuk perusahaan yang ingin menggunakan layanan CRM sehingga jika ada hambatan bisa segera diperbaiki dan meningkatkan kepercayaan dari pelanggannya.
- Menjalin kerja sama dengan Lazada untuk mengintegrasikan layanan CRM melalui Infomedia dan juga mengembangkan system secara in-house.

19/06/2023

Report Sample

**Competitor Movement "Olsera"**

Nasional TREG 1 TREG 2 TREG 3 TREG 4 TREG 5 TREG 6 TREG 7

**Olsera Mendukung Solusi Operasional Martha Tilar**

**BACKGROUND**

- Martha Tilar Group sebagai perusahaan kecantikan ternama di Indonesia yang sudah berdiri 52 tahun dan memiliki 34 cabang di seluruh Indonesia mempercayakan Olsera sebagai mitra bisnisnya.
- Kemitraan ini bertujuan untuk memperkuat operasional Martha Tilar Group dalam memberikan layanan kecantikan terbaik untuk pelanggan.

**OVERVIEW**

- Dalam kemitraan ini, Olsera akan menyediakan solusi operasional untuk mempermudah Martha Tilar dalam melakukan reservasi appointment, pengaturan jadwal dan berbagai fitur lainnya, seperti mempermudah pencatatan transaksi, inventori, manajemen karyawan, hingga merekap laporan laba rugi yang akan memberikan kemudahan pengelolaan sistem bisnis dan memberikan pengalaman yang lebih baik untuk pelanggan Martha Tilar.
- Kemitraan ini membuktikan bahwa keunggulan fitur Olsera dapat membantu kemudahan bagi para pebisnis mengelola usahanya serta bisa memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan Martha Tilar.

**TARGETED SEGMENT**

Information & Business

**IMPACTED PORTFOLIO**

ERP, CRM, SCM

**THREAT LEVEL**

LOW

**ALERT & OPPORTUNITIES FOR TELKOM**

- Solusi yang diberikan oleh Olsera dapat menjadi alert untuk Telkom, terutama bagi Infomedia yang juga memiliki portfolio CRM yang sama seperti Olsera.

**RECOMMENDATION**

- Infomedia dapat melakukan analisis mendalam tentang Olsera, termasuk memahami model bisnis, layanan yang ditawarkan, dan keunggulan kompetitif.
- Selanjutnya, Infomedia dapat mempertimbangkan diversifikasi layanan mereka dengan mengeksplorasi pasar yang berbeda atau menyediakan layanan tambahan yang saling melengkapi dengan kontak center, seperti manajemen informasi, pelatihan, atau solusi pengelolaan bisnis.
- Selain itu, Infomedia dapat memprioritaskan pengalaman pelanggan yang unggul sebagai keunggulan kompetitif.

19/06/2023

Report Sample

# RESEARCH METHODOLOGY



- Competitor movement tiap 1 minggu berisi 13 produk :
- Informasi berupa Main Highlights mingguan
- Pergerakan / Update yang bersifat National-wide maupun Global-wide
- Prioritas pantauan terhadap 5 - 7 produk

## LAPORAN MARKET ANALYSIS DAN UPDATE COMPETITOR

### Report Sample (Market Analysis)

#### HYPERSCALE DATA CENTER OVERVIEW & TREND

##### Hyperscale DC's Brand Strength & Pull marketing strategy

**Showcasing Multi-Countries DC**

- Menarik minat pelanggan Multinational melalui experience dan footprint Data center di banyak negara.
- Memberikan customer trust melalui portfolio global existing customers dari major industry (banking, digital companies, dll.)
- Sample : NTT Nexcenter, DCI Equinix, Indokeppel, Space DC

**Showcasing Large DC Area (Available Raw Space)**

- Memberikan impresi kepada calon pelanggan dan client existing mengenai luas area Data Center yang disiapkan untuk pengembangan area dan infrastruktur jangka Panjang.
- Sample : NTT Nexcenter, DCI Equinix, Space DC, Indokeppel, Area 31

**Showcasing Multi-Location DC**

- Memberikan opsi yang luas dan fleksibel bagi customer nasional yang berada di berbagai regional berbeda untuk memilih lokasi terdekat dengan Headquarter.
- Menyesuaikan Tier berdasarkan kebutuhan market dan tipikal customer segment.
- Sample : Moratelindo NDC, Biznet Technovillage

**Large DC Roadmap**

- Memperkenalkan rencana perluasan infrastruktur Data center di Indonesia
- Edukasi kepada pelanggan terkait dengan fasilitas Data Center, kompetensi, dan penunjang lainnya.
- Sample : Surge DC, NTT Nexcenter, Area 31, BDx & Indosat

**Multi Entities DC**

- Menyelenggarakan bisnis Data center tidak hanya melalui 1 brand, tapi juga melakukan dual branding untuk menargetkan segmen yang berbeda.
- Menyediakan fasilitas Data center yang terintegrasi dengan pihak player lokal.
- Sample : DCI Equinix

**Wide Digital Ecosystem**

- Mengunggulkan ketersediaan ekosistem digital yang dimiliki oleh mitra ataupun group perusahaan.
- Memperkuat Kerjasama melalui ketersediaan peering yang dihuni oleh stakeholder di bisnis digital
- Sample : DCI Equinix, NTT Nexcenter, OTT players



#### VOICE

**Voice as Additional Benefit with rational Tariff**

Revenue Voice dievaluasi untuk lebih rasional, dengan focus sebagai additional benefit mendukung layanan data

- Penyesuaian harga / tariff voice menjadi akan lebih rasional karena dikarenakan preferensi pelanggan terhadap layanan voice yang semakin berkurang
- Gimmiick free calls yang telah sering dipergunakan cenderung diposisikan sebagai strategi untuk menjaga loyalty pelanggan.

**Voice to Support Fixed Broadband Internet offers**

Menjajaki benefit voice sebagai additional offer untuk produk Home Internet maupun Internet for SME (dalam bentuk voice quota ataupun SLI quota)

- Layanan ISP membidik kalangan pelanggan segmen kelas menengah keatas untuk meningkatkan ARPJ.
- Pelanggan medium-high ARPJ dinilai memiliki demand terhadap layanan voice yang masih cukup tinggi.
- Beberapa lokasi dengan typical penggunaan voice yang masih cukup besar (luar Jawa) menjadi target voice benefit for ISP subs.

**Voice service as facility of Collaboration solution**

Layanan Voice diposisikan sebagai additional feature / benefit dalam penawaran collaboration solution dan layanan sejenis yang dikembangkan

- Layanan voice terpaksa masih akan menjadi gimmiick tambahan bagi penawaran solusi communication maupun solusi IoT.
- Menjajaki Penawaran Collaboration solution kepada startup yang memerlukan adanya fasilitas voice call sebagai call center dan validasi OTP serta outbound call dengan masking numbers yang dapat dicustomize

#### Market Landscape Satellite

##### Trend of Market Offering / Product Mix & Threat for Satellite

Trend of Market Offering		
<p><b>Multi Lane Free Flow for Touchless Toll</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Multi Lane Free Flow (MLFF) merupakan sistem tol tanpa sentuh dengan menggunakan teknologi Global Navigation Satellite System (GNSS) dan Electronic on Board Unit (E-OBUE).</li> <li>• GNSS merupakan teknologi yang digunakan untuk menentukan posisi atau lokasi (lintang, bujur, dan ketinggian) serta waktu dalam satuan linah di bumi.</li> <li>• Satelit akan mentransmisikan sinyal radio dengan frekuensi tinggi yang berisi data waktu dan posisi yang dapat diambil oleh penerima yang memungkinkan pengguna untuk mengetahui lokasi tepat mereka dimanapun di permukaan bumi, sehingga kendaraan yang melintas dapat terdeteksi oleh satelit dan akan otomatis dapat melakukan pembayaran melalui aplikasi tanpa perlu berhenti untuk top-in kartu.</li> </ul>	<p><b>Airborne Intelligence, Surveillance, Reconnaissance (AISR)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Airborne Intelligence, Surveillance, Reconnaissance (AISR) merupakan teknologi yang membantu sistem pertahanan militer yang memberikan informasi mengenai pergerakan musuh, ruang pertempuran misi yang direncanakan, dan operasional penting lainnya.</li> <li>• Kondisi geopolitik yang mempengaruhi negara adidaya pasca invasi Rusia terhadap Ukraina semakin meningkatkan perhatian pemerintah terhadap sistem pertahanannya. Penggunaan AISR oleh Tentara Nasional Indonesia (TNI) dengan teknologi satelit Low Earth Orbit (LEO) merupakan komitmen negara untuk melindungi warga negaranya.</li> </ul>	<p><b>VSAT In Telemedicine</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Market Size telemedicine bernilai USD 70,4 miliar pada tahun 2021 dan diperkirakan CAGR sebesar 15,5% dari 2022 hingga 2030. Pertumbuhan tersebut disebabkan oleh meningkatnya kebutuhan untuk mengurangi biaya perawatan.</li> <li>• Penggunaan satelit VSAT dapat membantu mempercepat transmisi data medis hingga 99,95% laju transmisi data sangat penting dalam telemedicine dan dapat menentukan kelangsungan hidup pasien yang sakit terutama dalam kasus darurat.</li> <li>• VSAT menyediakan semua konektivitas yang diperlukan termasuk konferensi video, streaming media dan real-time monitoring.</li> </ul>
Product Mix's Opportunity & Threat for Telemedicine		
<p><b>Opportunity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Diperkirakan CAGR pasar satelit akan berkembang sebesar 9,5% dari tahun 2022 hingga 2030, hal tersebut disebabkan adanya peningkatan kebutuhan akan layanan satelit seluler dan satelit kecil.</li> <li>• Ketidakpastian kondisi geopolitik dunia menjadi perhatian Negara untuk meningkatkan sistem pertahanannya menggunakan satelit.</li> <li>• Kondisi pandemic covid-19 dan semakin bermutasi penyakit yang membutuhkan pengobatan jarak jauh akan menjadi demand yang besar untuk pasar satelit.</li> </ul>	<p><b>Threat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancaman keamanan siber menjadi prioritas dalam penggunaan satelit karena transmisi data yang cepat dan menyediakan data personal pengguna.</li> <li>• Kondisi geografis menjadi ancaman dalam penggunaan satelit untuk masyarakat dalam berkomunikasi, khususnya pada daerah 3T (Tertinggal, terdapat dan terluar)</li> </ul>	



#### Market Landscape Cloud Brokerage Service

**Kolaborasi Dengan Industri BFSI**

Telkomsigma dapat mempertimbangkan pengembangan Flou Cloud melalui kerja sama dengan industri perbankan, keuangan dan asuransi untuk memperluas layanan keuangan. Saat ini, masih belum meratanya layanan keuangan di Indonesia menjadi peluang yang baik untuk Flou Cloud dalam industri BFSI.

**Kolaborasi CBS dengan Layanan Cloud Lokal**

Telkomsigma melalui Flou Cloud dapat dikembangkan untuk kerjasama dengan Awanpintar.id yang memiliki solusi cloud server lokal. Telkomsigma yang sudah memenuhi kebutuhan industri CBS secara makro dapat menjadi pertimbangan Awanpintar.id untuk menjadi sumberdaya utama.

**Consideration Pemanfaatan Flou Cloud untuk Industri Retail**

Telkomsigma melalui Flou Cloud dapat dikembangkan melalui kerjasama dengan e-commerce yang semakin meningkat penggunaannya dan membutuhkan optimisasi cloud untuk meningkatkan keuntungan dan ketepatan strategi pemasaran. Penggunaan CBS yang diawali dengan mengidentifikasi dan menyatakan profil pelanggan, analisis perilaku konsumen saat belanja, penggunaan smart fraud protection menjadikan CBS solusi yang tepat bagi industri retail dalam meningkatkan keuntungan dan melakukan strategi pemasaran yang tepat.

**Kolaborasi Dengan Perusahaan Global**

Telkomsigma melalui Flou Cloud dapat dikembangkan untuk kerjasama dengan Oracle yang memiliki lower entry point untuk OCI Dedicated Regions dan layanan Compute Cloud Customer di Indonesia. Telkomsigma yang sudah memenuhi kebutuhan industri CBS secara makro dapat menjadi pertimbangan Oracle untuk menjadi sumberdaya utama dalam melakukan ekspansi bisnis di Indonesia.



# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi laporan Competitor Strategic Info, termasuk :
  - Product Lifecycle Management
  - Business Model Comparison
  - OMTM : terkait comparison dari beberapa metric utama seperti financial dan operational metric

## LAPORAN BUSINESS MODEL & OMTM COMPARISON DAN PRODUCT LIFECYCLE

### BUSINESS MODEL COMPARISON & OMTM COMPARISON

#### TUJUAN :

Membandingkan business model produk-produk digital Telkom terhadap produk competitor

#### KONTEN LAPORAN :

- Perbandingan Business model produk digital Telkom dan Key Competitors.
- Key highlights: Advantages, Disadvantages, dan Revenue model
- Perbandingan Financial metric (contoh : Total Funding, Revenue, Benefit, Valuation, GMV/GTV, CTV, CAC/CLV)
- Operational metric (contoh : jumlah user, jumlah active user, jumlah transaksi, jumlah download, jumlah churn, dll)

### PRODUCT LIFECYCLE ANALYSIS

#### TUJUAN :

Menemukanali product lifecycle management produk-produk Telkom berdasarkan kerangka kerjadari Product Lifecycle Management.

#### KONTEN LAPORAN :

- Mendefinisikan Lifecycle Stage untuk setiap produk/subproduk (Launch/Growth/Maturity /Decline).
- Mendetailkan karakteristik setiap Lifecycle Stage berdasarkan Sales/Growth and Profit, Competition, dan Product and Prices
- Mereview Portofolio dan Positioning (Market Attractiveness/Market Share atau Market Size/Right to Win) setiap produk.
- Mereview produk after GTM (postlaunch) berdasarkan 13 Post-Launch Product Lifecycle Management Checklist sebagai standar pengelolaan produk
- Memformulasikan Product Strategy dalam format Dokumen Product Strategy dan Dokumen Performance Review.

#### Key Methods :

*Mystery Shopping, Competitive Intelligence Approach, Existing Data analysis, data revalidation*



#### Key Methods :

*In Depth Interview, Competitive Intelligence Approach, data revalidation*

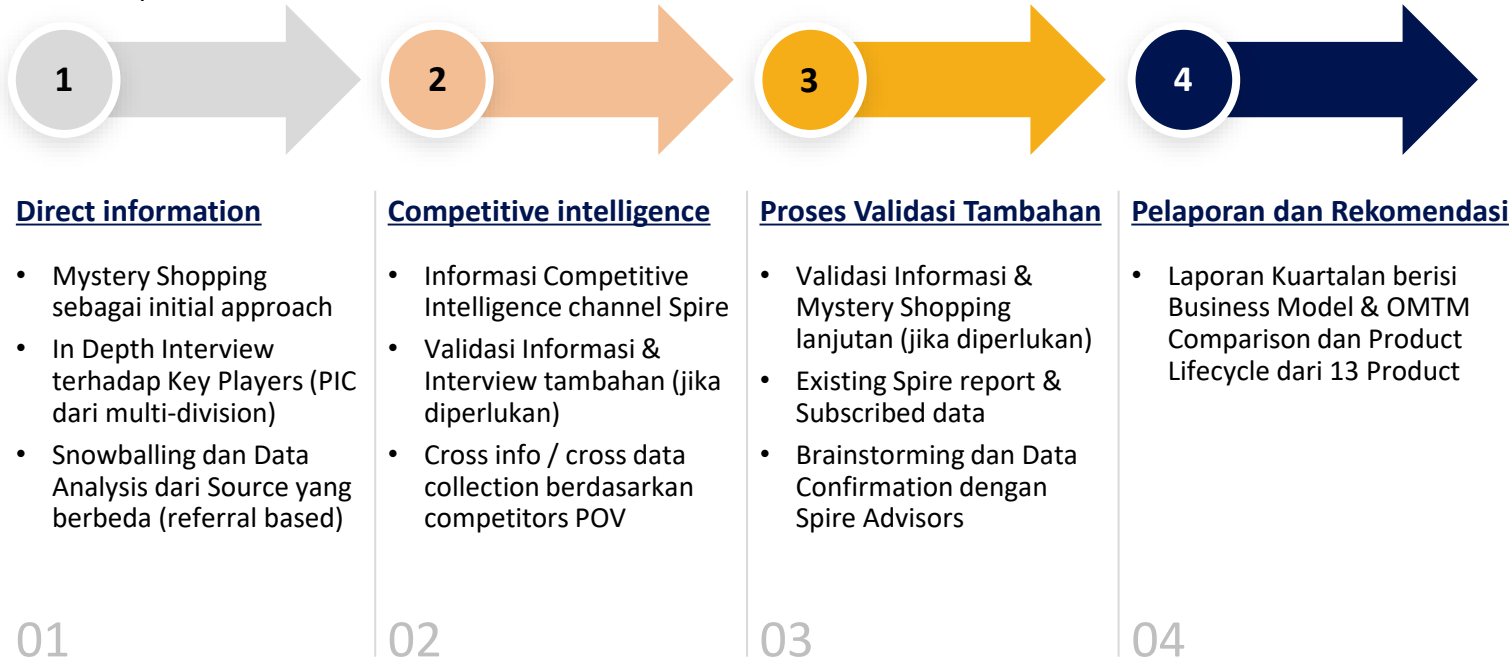




- Berisi laporan Competitor Strategic Info, termasuk :
  - Product Lifecycle Management
  - Business Model Comparison
  - OMTM : terkait comparison dari beberapa metric utama seperti financial dan operational metric

## LAPORAN BUSINESS MODEL & OMTM COMPARISON DAN PRODUCT LIFECYCLE

Cakupan laporan ini berupa informasi dan insight strategis yang diperoleh melalui beberapa metode dengan menargetkan primary sources dan difokuskan kepada competitor utama dari setiap produk digital Telkom, untuk mengetahui positioning Telkom di market dan mempelajari kelebihan, kekurangan, dan diferensiasi yang dimiliki oleh Kompetitor.



*Beberapa informasi umumnya diperoleh secara indikatif, namun Spire akan melakukan beberapa snowballing yang diperlukan, tahapan Cross-checking antar pemain, serta validasi melalui internal brainstorming untuk melakukan data screening dan pemeriksaan (logic check)*

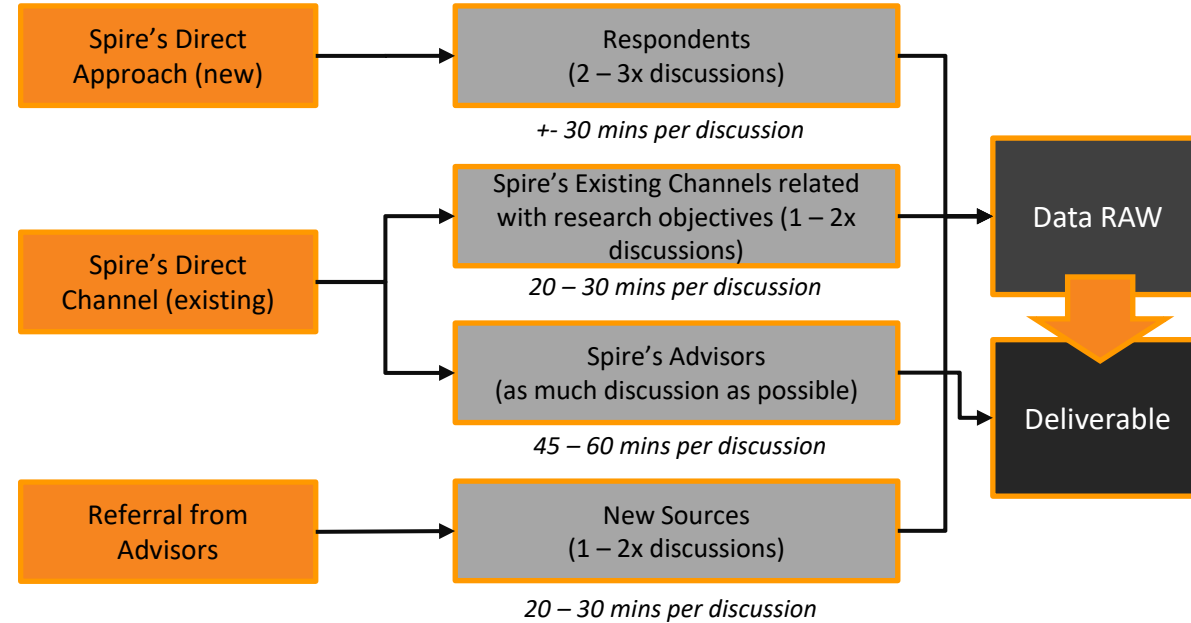


# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi laporan Competitor Strategic Info, termasuk :
  - Product Lifecycle Management
  - Business Model Comparison
  - OMTM : terkait comparison dari beberapa metric utama seperti financial dan operational metric

## LAPORAN BUSINESS MODEL & OMTM COMPARISON DAN PRODUCT LIFECYCLE



### APPROACHABLE RESPONDENTS :

#### Possible Targeted Informants :

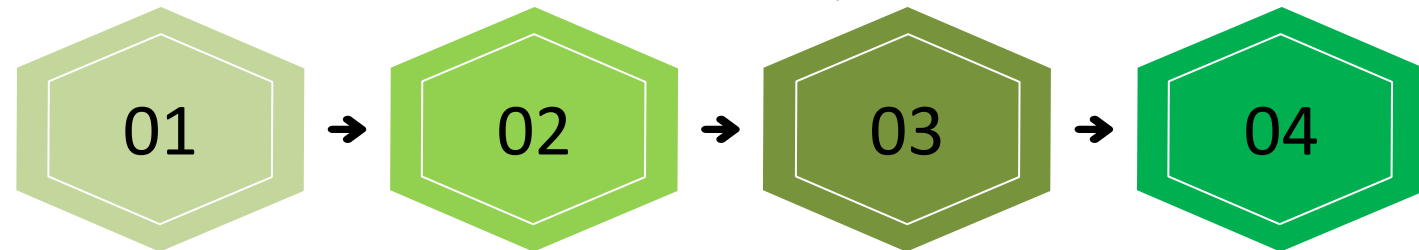
- Business Development team of Competitor
- Partnership team of Competitor
- Operations team of Competitor
- Business Intelligence Team of Competitor
- Marketing Team of Competitor
- Spire Competitive Intelligence Channel
- Spire Advisors

### EXISTING APPROACH

Spire will coordinate with several existing sources who are involved in some Spire projects and maintained by Spire

### NEW APPROACH

Spire will take a new approach to additional sources from competitors or references from previous sources / Spire's advisor



### SNOWBALLING

Approach additional sources (or referred sources) to gain insight which cannot be obtained from existing sources

### VALIDATION & BRAINSTORMING

Brainstorm and Validation to correct or check statements and points of view obtained from multi-sources



# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi laporan Competitor Strategic Info, termasuk :
  - Product Lifecycle Management
  - Business Model Comparison
  - OMTM : terkait comparison dari beberapa metric utama seperti financial dan operational metric

## LAPORAN BUSINESS MODEL & OMTM COMPARISON DAN PRODUCT LIFECYCLE

### Report Sample

#### DIGITAL PRODUCT BENCHMARK

Competitor Landscape

Players

**Business Model & Strategy Go to Market**

- Menyediakan end-to-end digital solutions & services, specialist in ICT & Broadcastings.
- Melakukan berbagai marketing strategy untuk menggaet customer dengan mengadakan webinar, kompetisi, dan juga kolaborasi dengan sejumlah perusahaan dan pemerintah.

**Business Model & Strategy Go to Market**

- Mempunyai beragam portfolio produk yang dapat dikustomisasi sesuai kebutuhan bisnis customer

**Business Model & Strategy Go to Market**

- Elnusa melakukan Sinegi dan Penvelaran Bisnis Anak Usaha Pertamina, Elnusa melakukan perluasan pasar ke pangsa pasar luar negeri, kemudian Memperkuat Kemampuan dan Kapasitas yang Ada. Elnusa juga memperdulikan tentang peningkatan Kemampuan Sumber Daya Manusia untuk dapat terus mengembangkan usahanya.

**Development Plan**

- Menjadi salah satu pemimpin layanan bisnis teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia.
- Berkomitmen untuk menghadirkan layanan internet yang lebih baik lagi untuk lebih dari 10 juta orang di Indonesia

**Development Plan**

- Miotu terus mengembangkan produknya yang bergerak pada bidang IoT Smart Metering. Miotu telah berhasil memonitor penggunaan listrik secara terbuka dengan layanannya dengan melakukan kerja sama dengan PLN dan BUMD

**Development Plan**

- Fokus pada pengembangan layanan/teknologi yang telah tersedia
- Meningkatkan kemampuan IoT yang saat ini telah digunakan di setiap perangkat milik elnusa, yang bernama LORA.

Main

- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas
- Kementerian Keuangan
- Lintasarta
- Bank Mandiri
- MNC Group
- PT NET Mediatama Indonesia
- Pemprov DKI
- Penda Jawa Barat

Main Customer

- PT. Omteaco Arya Samanta
- United Tractors
- MDS
- Volantis
- Adaro
- Dinas Lingkungan Hidup DKI Jakarta
- Djarum

Main Customer

- Tirta Pakuan
- Pertamina Hulu Kalimantan Timur
- PHE OSES
- Pertamina International Shipping
- Elnusa Petrofin
- PHE WMO
- Pertamina Patra Niaga
- Prima Armada Raya

6/19/2023 5



#### MARKET OVERVIEW

Product Lifecycle Travel Digital Platform

Number of partnership as key in increasing brand image

Low market awareness of Corporate Travel Solution

Covid-19 as main inhibitor in promoting corporate travel solution

Number of partnership as key in increasing brand image

- Jumlah kerjasama dengan mitra menjadi kunci dalam meningkatkan brand image dari platform Corporate Travel Management
- Jumlah penerbangan dan akomodasi ke daerah yang sulit untuk dijangkau menjadi salah satu pertimbangan utama saat pertama pemerintahan dan BUMN untuk dapat memilih sebuah platform Travel untuk kebutuhan perjalanan dinas.
- Sebagian besar perusahaan masih menggunakan aplikasi travel personal untuk kebutuhan perjalan dinas perusahaan.
- Adanya pandemi Covid-19 menjadi halangan utama berkembangnya platform Corporate Travel Management, hal ini dikarenakan berkurangnya jumlah perjalanan dinas terutama pada sector diluar pemerintahan.
- Namun, adanya pelonggaran PPKM dan mulai berjalannya vaksinasi oleh pemerintah dapat menjadi potensi utama untuk dapat memenangkan pasar yang tergolong masih berstatus blue ocean.

Product Lifecycle Graph: INTRODUCTION, GROWTH, MATURITY, DECLINE, PRODUCT EXTENSION

Source : Spire Research & Consulting analysis, from many sources

Bisnis Corporate Travel Management Platform di Indonesia masih dalam introduction dan diprediksi akan mulai berkembang seiring dengan kebijakan pelonggaran Social Distancing, serta mulai optimalnya aktivitas WFO.

6/19/2023 9



#### MARKET OVERVIEW

Market Size Travel Digital Platform Indonesia

- Platform digital pariwisata Indonesia diestimasikan bernilai sekitar 198,8 Milyar pada tahun 2021 dengan CAGR sebesar 15,27% dari tahun 2019 hingga 2025
- Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar jika dilihat dari keanekaragaman budaya dan keindahan panorama yang ada hampir di seluruh pulau. Potensi ini dapat menunjang ekonomi masyarakat setempat pada khususnya dan negara Indonesia pada umumnya.
- Pandemi Covid-19 yang ada saat ini menghambat pertumbuhan ekonomi pariwisata Indonesia dan melakukan digitalisasi pariwisata adalah salah satu upaya yang dapat dilakukan baik dari swasta maupun pemerintah untuk mengembalikan ekonomi menjadi stabil.
- Provider layanan app pariwisata di Indonesia menawarkan kemudahan dalam melakukan pemesanan dan dari segi pengembangan layanan sudah tidak hanya untuk booking hotel / flight tapi juga menawarkan layanan add on lainnya (corporate service, car rental, asuransi dll)

Travel App Market size Worldwide, forecasted (2019 – 2025) – dalam satuan USD Miliar

2019: 285, 2020: 214, 2021: 295, 2022: 365, 2023: 421, 2024: 467, 2025: 502

CAGR: 12.89%

Travel App Market size Indonesia\*, forecasted (2019 – 2025) – dalam satuan IDR Milyar

2019: 187.8, 2020: 140.7, 2021: 178.8, 2022: 209.0, 2023: 274.8, 2024: 333.7, 2025: 347.8

CAGR: 15.27%

Which of these travel products have you booked online (website or app) in the past 12 months? In Indonesia (2020)

Cruiases: 2%, Vacation apartment: 9%, Bus Tickets: 10%, Car rentals: 14%, Package Holidays: 16%, Train Tickets: 30%, Hotels: 48%, Flight Tickets: 49%

N = 1050

1 USD = Rp 14,290

Source : Spire analysis and external reports (Statista)

6/19/2023 8



#### DIGITAL PRODUCT BENCHMARK

Battle map Business Differentiation & Strategy

Parameter	ANTARES Indonesia	alita Indonesia	1995 Indonesia
Established & Head Quarter	2016 Indonesia	1995 Indonesia	2018 (Bernama Magnar Berubah nama menjadi Miotu)
Market Positioning	Produk platform IoT dari Telkom yang fleksibel dengan tarif yang terjangkau untuk memenuhi kebutuhan pelanggan	Provide end-to-end digital solutions and services	Miotu memberikan solusi IoT "Smart Metering"
Unique Value Proposition	Seamless Interconnectivity with Telkom LoRaWAN, OneN2M-certified, Flexible deployment model	Penyedia layanan EZE IoT, Spesialisasi di bidang ICT dan Broadcast	Device : Monitoring, Reduce Cost, Data : Data Solution, Revenue
Business Model	Free Trial, Pre-paid, Post-paid bulanan, One Time Charge	Pre-paid, Post-paid bulanan, One Time Charge	Pre-paid, Post-paid tahunan, One Time Charge
Subsidiaries	Telkom Indonesia	AIBAS, Nutech	PT Miotu Agung Mobilitas, RentalIQ, Dtech
Partners	Altek, Everynet, Evomo, Fusi Global Teknologi, Kerincitama, Neysner Electronics, Penta Digital Nusantara, PINS, Sinegi Teknologi Utama, Scada Prima Cipta, Tel-U, Universitas Andalas, Widya Imerisif Teknologi	ABB, axxon, Ericson, Facebook, Huawei, Itron, Gemu, Juniper, Keyax, ME, Nokia, nodeffix, powerTel, Qfree, Ryma, Schneiderberger, Schneider Electric, ZTE, dll.	PT.Ometraco Arya samanta, United Tractors, Volantis, Adaro, Mratelindo, Dinas Lingkup DKI, Djarum, Baitower, Mep, & RAK

6/19/2023 3







# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi laporan Competitor Strategic Info, termasuk :
  - Product Lifecycle Management
  - Business Model Comparison
  - OMTM : terkait comparison dari beberapa metric utama seperti financial dan operational metric

## LAPORAN BUSINESS MODEL & OMTM COMPARISON DAN PRODUCT LIFECYCLE

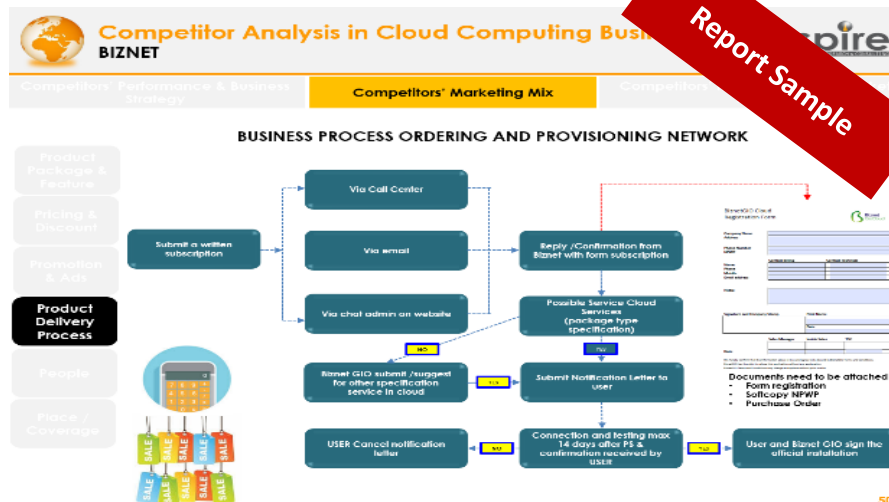
### Report Sample



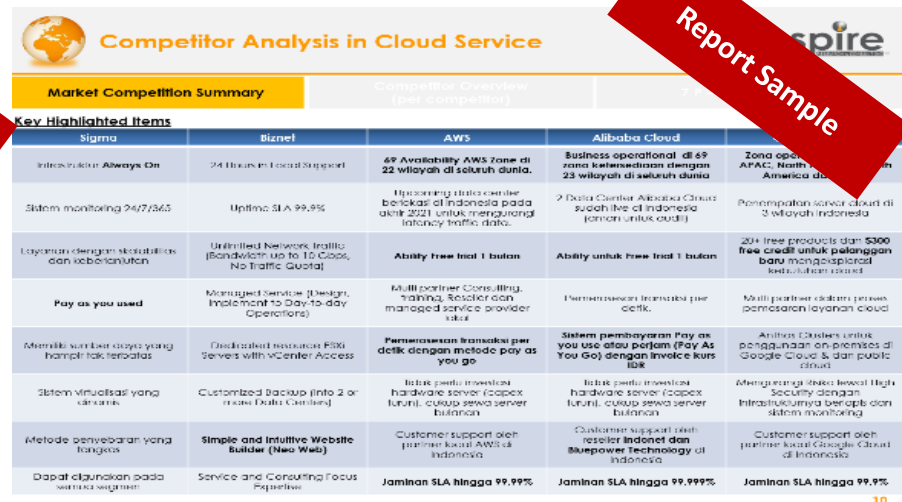
Report Sample



Report Sample



Report Sample



Report Sample

# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi update laporan yang diupdate dua kali dalam setahun :
- Perbandingan tarif produk digital yang dimiliki Kompetitor terhadap produk Telkom.
- Insight terkait investor analysis & success story dari startup dan angel investor yang terlibat dalam pendanaan dan inkubasi.

## LAPORAN TARIFF COMPARISON & INVESTOR ANALYSIS / SUCCESS STORY

### TARIFF COMPARISON

#### TUJUAN :

Membandingkan tarif produk digital Telkom terhadap tarif produk kompetitor.

#### KONTEN LAPORAN :

- Perbandingan tarif produk kompetitor dengan produk digital Telkom
- Tariff positioning produk digital Telkom (tariff atau pricing competitiveness di segment market).

### INVESTOR ANALYSIS & SUCCESS STORY

#### TUJUAN :

Memberikan informasi angel investor yang sesuai dengan ekosistem produk digital, persyaratan funding, dan cerita sukses startup yang berhasil mendapat pendanaan.

#### KONTEN LAPORAN :

- Profile Angle Investor dan persyaratan investasi (term and condition).
- Cerita sukses startup yang mendapatkan funding (pendanaan seri A,B,C) dari inverstor terkait

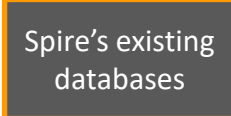

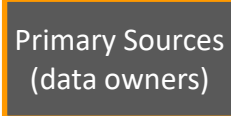

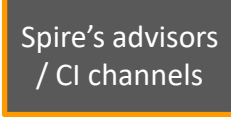

#### Key Methods :

*Mystery Shopping, Competitive Intelligence Approach, Existing Data analysis, data revalidation*

	Direct Interview to Players		Collect Spire's Existing Data
	Mystery Shopping to Players		Sharing Private Data / Insight

#### Key Methods :

*In Depth Interview, Competitive Intelligence Approach, data revalidation*

	Spire's existing databases	<ul style="list-style-type: none"><li>• Drilling information from existing data / report / subscribed platforms</li></ul>	
	Primary Sources (data owners)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conduct new Approach and Request to Primary / data sources</li></ul>	
	Spire's advisors / CI channels	<ul style="list-style-type: none"><li>• Validate the latest information and ask for snowballing to related stakeholders.</li></ul>	

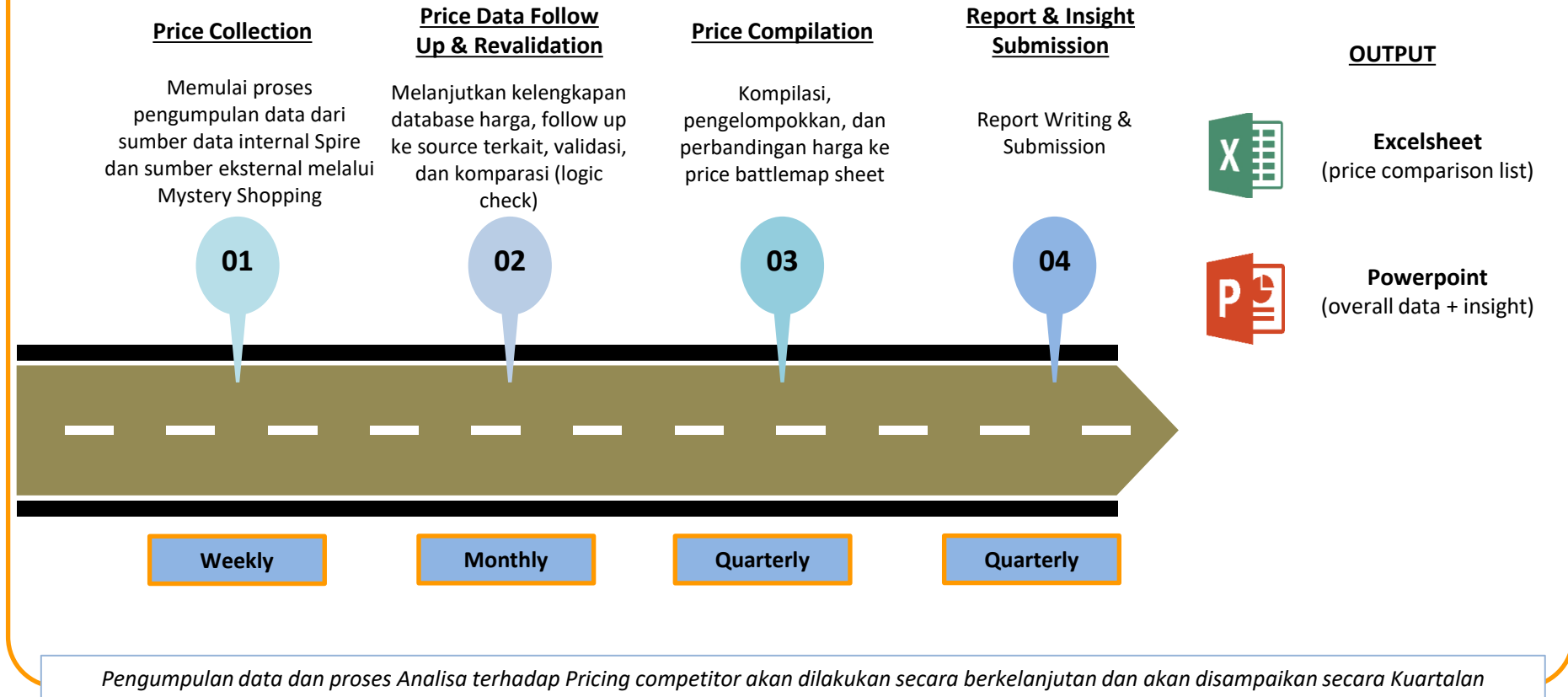


- Berisi update laporan yang diupdate dua kali dalam setahun :
  - Perbandingan tarif produk digital yang dimiliki Kompetitor terhadap produk Telkom.
  - Insight terkait investor analysis & success story dari startup dan angel investor yang terlibat dalam pendanaan dan inkubasi.

## LAPORAN TARIFF COMPARISON & INVESTOR ANALYSIS / SUCCESS STORY

### Laporan Tariff Comparison

#### PROSES PENGUMPULAN DAN UPDATE DATA



## Investor Analysis / Success Story



- Berisi update laporan yang diupdate dua kali dalam setahun :
- Perbandingan tarif produk digital yang dimiliki Kompetitor terhadap produk Telkom.
- Insight terkait investor analysis & success story dari startup dan angel investor yang terlibat dalam pendanaan dan inkubasi.

### LAPORAN TARIFF COMPARISON & INVESTOR ANALYSIS / SUCCESS STORY

#### Cakupan insight :

- Kajian market landscape yang terkait dengan ekosistem startup
  - Landscape Startup by category / portfolio bisnis
  - Kondisi pertumbuhan Startup Lokal dan nasional
  - Available Incubators dan informasi strategisnya
  - Latest Use Case pendanaan dari Angel Investor terhadap Startup
  - Angel Investors dan experience terkait dengan pendanaan
- Success Story dari Startup / Angel Investor yang terlibat dalam pendanaan
- Key success factor serta pro dan kontra yang terjadi dalam kerjasama
- Startup Community / incubation lain yang dapat diapproach oleh Telkom untuk Kerjasama support co-creation

#### In Depth Interview terhadap :

- 2 Asosiasi Digital industry, dengan opsi :
  - Asosiasi Digital Kreatif (ADITIF)
  - Asosiasi Media Digital Indonesia (AMDI)
  - Asosiasi Modal Ventura dan Startup Indonesia (Amvesindo)
  - Asosiasi Startup Teknologi Indonesia (ATSINDO)
- 2 – 3 Perusahaan Konglomerasi (PIC bidang investasi)
- 5 – 6 Komunitas Startup / Digital di 7 TREG

#### OUTPUT



**Powerpoint**  
(overall data + insight)



# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi update laporan yang diupdate dua kali dalam setahun :
- Perbandingan tarif produk digital yang dimiliki Kompetitor terhadap produk Telkom.
- Insight terkait investor analysis & success story dari startup dan angel investor yang terlibat dalam pendanaan dan inkubasi.

## LAPORAN TARIFF COMPARISON & INVESTOR ANALYSIS / SUCCESS STORY

### Report Sample (Tariff Comparison)

#### Market Competition - SMOOA

Kemampuan share kuota hanya dimiliki oleh Smooa dan Kuota keluarga Telkom. sedangkan provider lain untuk harga Smooa lebih tinggi dibandingkan paket lainnya. termasuk apabila dibandingkan dengan kuota keluarga.

Metric	ZONA1* - Kuota Keluarga				ZONA2** - Kuota Keluarga				Freedom Postpaid						
	Silver	Gold	Platinum	Diamond	Lite	Advance	Ultimate	Lite	Advance	Ultimate	L	XL	XXL	XXXL	
Jenis Kuota	Kuota Bersama (bisa digunakan oleh beberapa No. Hp)								Kuota Sendiri						
Harga (Rp)	75,000	155,000	280,000	625,000	150,000	250,000	400,000	170,000	280,000	450,000	330,000	495,000	660,000	990,000	1,170,000
Kuota Regular	10GB	20GB	40GB	100GB	20GB	40GB	80GB	20GB	40GB	80GB	6GB	10GB	16GB	30GB	17GB
Kuota - Entertainment	-	-	-	-	-	5GB	10GB	-	5GB	10GB	10GB	10GB	10GB	10GB	-
Telepon CuG* - prabayar	Unlimited				Unlimited				Unlimited						
Telepon CuG* - pascabayar	500				Unlimited				Unlimited						
Jumlah Member (orang)	3-6				2-6 Orang				5 Orang						
Validity	30days				30days				30days						
Type	Subscribe				Purchase				Subscribe						

\* Zona 1 : Java, Bali, and Nusa Tenggara \*\* Zona 2 : Sumatera, Kalimantan, Sulawesi, Papua, and Maluku.

Report Sample

#### Product & Package :

##### XL SATU FIBER – UNLIMITED INTERNET WITH FUP

XL SATU FIBER	Package Price (Include VAT 11%)		Device (Modem) (one time charge)		Benefit			Validity	Minimum Contract
	Normal	Promo	Normal	Promo	Unlimited Internet	Mobile Quota	Number Usage		
Value	IDR 159,000	IDR 129,000	IDR 640,000	IDR 470,000	FUP 30GB	15GB	2 Numbers	30 Days	
<b>BEST SELLER</b> Smart	<b>IDR 244,000</b>	<b>IDR 199,000</b>	<b>IDR 625,000</b>	<b>IDR 450,000</b>	<b>FUP 60GB</b>	<b>25GB</b>	<b>2 Numbers</b>	<b>30 Days</b>	
Family	IDR 359,000	IDR 299,000	IDR 580,000	IDR 400,000	FUP 120GB	50GB	3 Numbers	30 Days	12 Months
Super User	IDR 479,000	IDR 399,000	IDR 620,000	IDR 350,000	FUP 200GB	100GB	4 Numbers	30 Days	
Ultimate	IDR 579,000	IDR 499,000	IDR 690,000	IDR 300,000	FUP 320GB	100GB	4 Numbers	30 Days	

Terms & Conditions :

- Buy Device / Modem (one time charge).
- The modem price is different for each package, the higher the package selected, the cheaper the modem price (confirm to CS, this is XL's strategy so that customers choose a bigger package).
- However, for the specifications of each modem are the same, there is no difference.
- Minimum 12 months contract.
- Penalty IDR. 1,000,000 if the customer unsubscribes before 12 months.
- The price is included VAT 11%.
- XL SATU package is a postpaid user, but the XL number from the package is as the prepaid user.

Sales Channel :

- Website E-Store XL Home
- MyXL Apps
- WhatsApp Agent
- Call Center
- XL Center (Gallery)
- Telesales Team

Bundling & Benefit :

- Vidio.com
- FTTH, Dual Play

Report Sample

#### INTERNET PACKAGE PRICING – DUAL PLAY (1/2)

The lowest package from dual play is First Media 30 Mbps with IDR 275,000 meanwhile the highest is First Media 500 Mbps with IDR 739,000.

Package	Bandwidth	Price								
		IndiHome	FIRST	MJRRepublic	Biznet	MNCplay	CBN fiber	HOME	oxygen	First Media
Installation		Free	Rp 200,000	Free	Rp 750,000	Free	Rp 500,000	Free	Free	Free
Device : Modem, ONT, STB		Free rental	Free rental	Free rental	Rp 900,000	Free rental	Rp 45,000	Free rental	Free rental	Free rental
Dual Play Package	20 Mbps	Rp 345,000	-	-	-	-	Rp 299,000	-	-	-
	25 Mbps	-	-	-	-	-	-	-	ZOOM 25 Rp 324,000*	-
	30 Mbps	Rp 370,000	STREAM VALUE Rp 275,000**	VALUE Rp 389,000	-	Rp 339,000	-	-	-	-
	50 Mbps	Rp 595,000	JOY VALUE Rp 340,000**	FAST Rp 509,000	-	Rp 459,000	FIBER 50 Rp 399,000	-	ZOOM 50 Rp 432,000*	-
	60 Mbps	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	70 Mbps	-	-	-	-	Rp 629,000	-	-	-	-
	75 Mbps	-	-	HYPE Rp 589,000	-	-	-	-	-	-
100 Mbps	Rp 945,000	JOY PRO Rp 415,000**	NOVA Rp 739,000	HOME 1C Rp 575,000	Rp 709,000	FIBER 100 Rp 799,000	FAMILY Rp 349,000	ZOOM 100 Rp 595,000*	-	

IndiHome and First Media use Fair Usage Policy (FUP). IndiHome applies 75% to 20% speed limit for all their packages (75% for the highest and 20% for the lowest), while First Media doesn't provide details on their Fair Usage Policy but assessed internally.

\* The price listed includes VAT  
\*\* The new First Media packages includes cloud storage

PT. Spire Research Indonesia | February 2023

Updated price Lowest price Highest price  
No update price Upgrade Bandwidth New package

Source : Providers Official Website 20



# RESEARCH METHODOLOGY



- Berisi update laporan yang diupdate dua kali dalam setahun :
- Perbandingan tarif produk digital yang dimiliki Kompetitor terhadap produk Telkom.
- Insight terkait investor analysis & success story dari startup dan angel investor yang terlibat dalam pendanaan dan inkubasi.

## LAPORAN TARIFF COMPARISON & INVESTOR ANALYSIS / SUCCESS STORY

### Report Sample (Investor Analysis)

**TELCO & STARTUP CREATION**  
Startup Use Case - Mindtera  
DYCODEX

3 of 3

**Before VS After**

**Profitable Views**

- ± 12 karyawan
- DycodeX berada dalam tahap awal pengembangan dengan sumber daya yang terbatas. Mereka menghadapi persaingan di industri IoT dan AI, dengan tantangan akses ke pasar dan pelanggan potensial.

**Model Kerja Sama & Ventura Capital**

- ± 50 - 75 karyawan
- Estimasi annual revenue \$5 juta / tahun (Rp82,5 Miliar)
- Pengembangan Smart Factory melalui Riset bersama Peruri untuk Pengembangan Smart Waste Management.
- Bekerja sama dengan Telkom University mengembangkan Tech Care Lansia.
- Menjadi salah satu perwakilan Indonesia di Dubai Expo 2020.
- Heatrax Deployment di beberapa kantor BUMN.

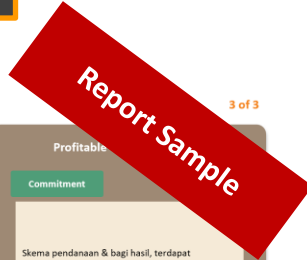
**Profitable Commitment**

Skema pendanaan & bagi hasil, terdapat Monitoring & Evaluasi oleh Investor. Investor melakukan mentorship di awal untuk product/market fit. Investor memiliki hak untuk memperoleh laporan keuangan & informasi operasional terkait, untuk memastikan bahwa investasi mereka berjalan sesuai rencana dan tujuan.

DycodeX Client Portfolio

MOOSA, PERUMPERINDUSTRIAN, BUMI, INOVASI

SPIRE RESEARCH & CONSULTING The Knowledge to Decide 6/20/2023 29



**TELCO & STARTUP CREATION**  
Incubator & Accelerator Startup by Conglomeration Use-Case

Merah Putih Incubator memiliki GDP Venture Djrum memfokuskan program inkubasi pada startup lokal berbasis teknologi, terutama yang berfokus pada GDP Venture menempatkan dirinya sebagai **Low risk investor: failure ratio + 20%** (VS Silicon valley high risk: failure ratio + 50%)

Startup Incubator / Accelerator	Conglomeration / Group	Year Established	Focus Segment	Key Role	Comments
merah putih inc.	DJARUM	2011. Portfolio inkubasi: 9 Startup.	Startups di sektor: Media & Entertainment, Fintech, SaaS	1. Incubator Program 2. Early-stage investor	Menyediakan permodalan awal untuk support operational Startup.

**Program Offered**

**Empowers Indonesian tech ecosystem**

- Capital & Fundraising**: Mendukung entrepreneurs dengan memberikan modal untuk mendukung startup digital.
- Network**: Memanfaatkan jaringan Djrum, untuk membuat startup dengan sumber daya yang bermanfaat dan panduan praktis.
- Mentorship**: Bekerja sama dengan entrepreneurs untuk mencapai target bisnis.
- Managed Service**: Membawa pengalaman industri, operasi, & investasi yang luas ke dalam proses inkubasi.

**The Incubator Program**

Tidak ada program khusus dalam suatu periode tertentu seperti inkubator pada umumnya. Merah Putih Inc akan membantu pada pendanaan tahap awal. >> Ketika bisnis telah menjadi lebih stabil, startup akan dilepaskan hingga bisa mengelola mandiri. >> Untuk startup yang berpotensi, akan menerima investasi dana dari jaringannya termasuk GDP Ventures.

**Startups Sample**

**DailySocial**  
DailySocial, Join 2011. Bidang : Tech Media. Produk : Startup Media & Research

**TINKERLUST**  
UNLOCK YOUR ENERGY ETHAS  
Tinkerlust, Join 2017. Bidang : Ecommerce marketplace. Produk : Prelove Fashion.

qlue, Join 2016. Bidang : AI & IoT. Produk : Smartcity Provider

SPIRE RESEARCH & CONSULTING The Knowledge to Decide 6/20/2023 10



### Digital Business Ecosystem (MyRepublic)

2017	2018	2019	2020
<b>NEW PRODUCT LAUNCHING</b> MyRepublic App (Google Play)	Berencana untuk meluncurkan layanan mobile service in Indonesia	<b>PARTNERSHIP</b> KRY DIGITAL Platform cloud gaming	<b>NEW PRODUCT LAUNCHING</b> QRIS
<b>PARTNERSHIP</b> BCA Online	<b>PARTNERSHIP</b> ayopop	<b>PARTNERSHIP</b> Indoneerlife	
<b>PARTNERSHIP</b> GO PAY			
<b>PARTNERSHIP</b> UANGKU			

Uangku yang merupakan sama-sama sister company dari Sinarmas

- Secara bisnis, perkembangan bisnis platform digital dan platform payment yang dikembangkan MyRepublic cenderung masih tertinggal dibandingkan ISP lain seperti First Media dan Indihome.
- Meskipun secara internal terafiliasi dengan group dari Sinarmas (Smartfren dll), MyRepublic masih berfokus dalam melakukan akuisisi pelanggan yang berasal dari kalangan Gamers, dengan memberikan aksesibilitas dan konektivitas internet dengan speed yang tinggi, sebagai diferensiasi dan positioning bisnis mereka.

MyRepublic GAMER



# RESEARCH METHODOLOGY



- Diskusi Laporan, Brainstorming, dan Transfer Knowledge yang dijadwalkan berdasarkan request / permintaan dari Telkom.
- Dapat dilakukan dalam bentuk diskusi, forum, maupun diseminasi terhadap audience / PIC yang menggunakan data laporan.

## DISEMINASI LAPORAN / TRANSFER KNOWLEDGE

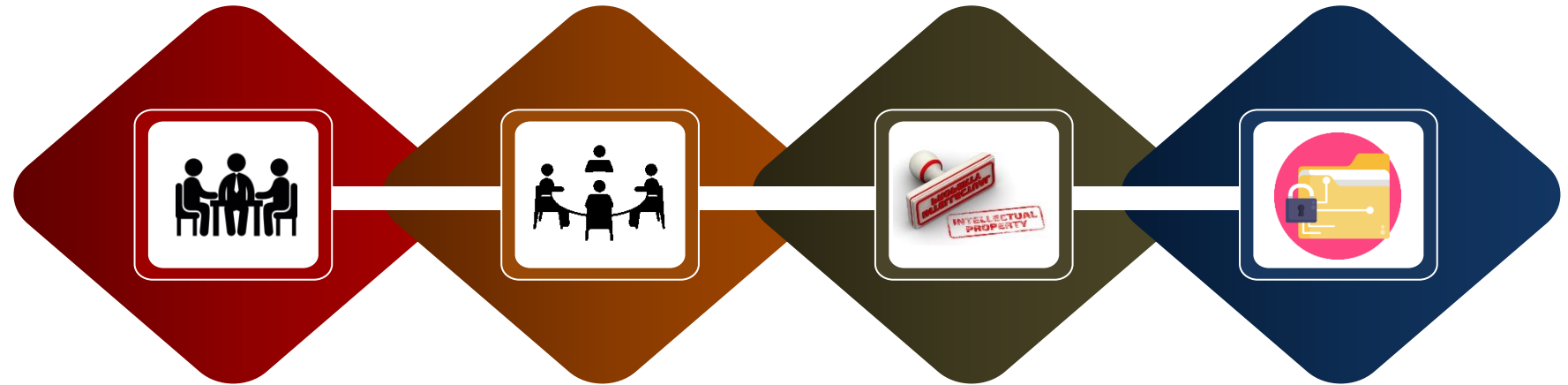
Tipe / Jenis Laporan	Konten Laporan	Frekuensi Laporan	Cakupan Laporan
Mingguan	Laporan Mingguan (Competitor Movement)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1x per minggu atau 53x per tahun, disampaikan via Email tanpa presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cakupan 5 – 7 Portfolio per Minggu</li> </ul>
	Laporan Supplement (Market Analysis)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 1x per minggu atau 53x per tahun, disampaikan via Email tanpa presentasi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cakupan 1 Portfolio per Minggu</li> </ul>
Kuartalan	Laporan Business Model Comparison & OMTM Comparison	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cakupan 6 – 7 Portfolio per Kuartal, disampaikan bertahap setiap bulan (2 – 3 product per bulan)</li> <li>• Cycle of Product / Portfolio akan berulang setelah melewati periode Half Year, dengan mengupdate beberapa Key Information dari Kompetitor yang sama</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <u>Periode Quarter 1 dan Quarter 3</u> mencakup :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pijar Sekolah, Big Box, OCA, Antares, Simpeldesa, SooltanPay, PadiUMKM</li> </ul> </li> <li>• <u>Periode Quarter 2 dan Quarter 4</u> mencakup :                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Netmonk, Logee, Agree, Metanesia, SIM RS, Haioo</li> </ul> </li> </ul>
	Laporan Product Lifecycle Management		
Semesteran	Laporan Tariff Comparison	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2x per tahun (pada timing yang sama dengan Laporan Quarter genap)</li> </ul>	Cakupan 13 Portfolio per Semester, diwakili oleh 3 kompetitor per product
	Laporan Investor Analysis & Success Story	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2x per tahun (pada timing yang sama dengan Laporan Quarter genap)</li> </ul>	Cakupan informasi dapat mengacu kepada 13 Portfolio Digital yang dikelola Telkom dan masuk ke dalam lingkup study

# RESEARCH METHODOLOGY



- Diskusi Laporan, Brainstorming, dan Transfer Knowledge yang dijadwalkan berdasarkan request / permintaan dari Telkom.
- Dapat dilakukan dalam bentuk diskusi, forum, maupun diseminasi terhadap audience / PIC yang menggunakan data laporan.

## DISEMINASI LAPORAN / TRANSFER KNOWLEDGE



### Diskusi Laporan

*Diskusi progress laporan, submission, maupun brainstorming dapat dilakukan untuk Menyusun hasil laporan yang actionable untuk Telkom, disesuaikan dengan alignment yang dilakukan pada awal study*

### Presentasi / Diseminasi

*Presentasi laporan Quarter / Half Yearly untuk disampaikan kepada Board of Directors maupun User serta pimpinan Unit terkait, dengan possibility untuk menampung feedback yang masih berkorelasi dengan cakupan study dan objektif riset yang disetujui.*

### Intellectual Property Rights

*Laporan dari konsultan (sebagai Partner) sepenuhnya merupakan milik Telkom Group dan Telkom Group mempunyai hak untuk menggunakan hasil penelitian serta mendiseminasikannya untuk keperluan internal TelkomGroup*

### Exclusive Data Consumption

*Konsultan (sebagai Partner) tidak diperkenankan menggunakan dan/atau mempublikasikan sebagian atau seluruh hasil pekerjaan Konsultasi Penyusunan Analisis Business Intelligence DFU Digital Business tahun 2023 tanpa seizin dari Telkom Group*

# PROJECT TIMELINE (1 of 2)

	Juni 2023				Juli 2023				Agustus 2023					September 2023				Oktober 2023				November 2023				Desember 2023				
Aktivitas	# 1	# 2	# 3	# 4	# 1	# 2	# 3	# 4	# 1	# 2	# 3	# 4	# 5	# 1	# 2	# 3	# 4	# 1	# 2	# 3	# 4	# 1	# 2	# 3	# 4	# 1	# 2	# 3	# 4	
<b>1 Final Requirement</b>																														
<i>Proposal Fine Tuning, Methodology Adjustment, Final Preparation</i>																														
<b>2 Concept Design</b>																														
<i>Competitor Defining, Mystery Shopping Design, Alignment with PIC, Key Objective Confirmation</i>																														
<b>3 Survey &amp; Analysis</b>																														
<i>Mystery Shopping execution, In Depth Interview, Data Validation, Data Snowballing</i>																														
<b>4 Update Report</b>																														
<i>Report Interim, Report Submission by batch</i>																														
<b>5 Report Presentation</b>																														
<i>Presentasi Laporan, Report Feedback</i>																														

# PROJECT TIMELINE (2 of 2)

		Jan 2024				Feb 2024				Mar 2024					Apr 2024				Mei 2024				Juni 2023			
	Aktivitas	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#	#
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	<b>Final Requirement</b>																									
	<i>Proposal Fine Tuning, Methodology Adjustment, Final Preparation</i>																									
2	<b>Concept Design</b>																									
	<i>Competitor Defining, Mystery Shopping Design, Alignment with PIC, Key Objective Confirmation</i>																									
3	<b>Survey &amp; Analysis</b>																									
	<i>Mystery Shopping execution, In Depth Interview, Data Validation, Data Snowballing</i>																									
4	<b>Update Report</b>																									
	<i>Report Interim, Report Submission by batch</i>																									
5	<b>Report Presentation</b>																									
	<i>Presentasi Laporan, Report Feedback</i>																									

# PROJECT TIMELINE

## Project (report) Submission Plan

### 01 Weekly Reports



#### Weekly Reports

- **Weekly Report Submission** dijadwalkan untuk disampaikan pada setiap hari Rabu sore (weekly deliverable cycle)
- Apabila hari Rabu jatuh pada tanggal merah, maka deliverable akan maju menjadi hari Selasa.
- **Weekly Supplement Report** akan dijadwalkan dikirimkan pada setiap hari Selasa.

### 02 Quarterly Reports



#### Quarterly Reports

- **Quarterly Report** akan dijadwalkan untuk dikirimkan pada bulan berikutnya setelah akhir periode kuartal, pada minggu kedua.
- **Quarterly Report submission** akan disediakan dalam format **monthly update (Excel dan PPT summary)**, dengan timeline

### 03 Half Yearly Reports



#### Half Yearly Reports

- Laporan Tariff Comparison & Investor Analysis / Success Story akan dikirimkan dengan **timing yang sama dengan Quarter report kedua dan keempat.**
- Pengiriman laporan Half Yearly akan berselang 1 (satu) minggu dari pengiriman Quarter report.

*Pelaksanaan Konsultasi Business Intelligence DFU Digital Business periode 2023 akan diselesaikan dalam periode 1 (satu) tahun setelah kontrak ditandatangani*





# INSIGHT & DATA COLLECTION PROCESS

---

# INSIGHT & DATA COLLECTION PROCESS

## Metodologi Competitive Intelligence

### Direct Interview to Players



- Kunjungan langsung akan dilakukan untuk mendapatkan info dari sumbernya, untuk mengungkap strategi dan informasi terkait target player / kompetitor
- Interview dapat akan dilaksanakan secara face to face, atau melalui telepon/ email kepada sumber terkait portofolio yang akan diobservasi

### Sharing info from Local CI Channel



- Spire juga akan bertanya info CI dari chanel khusus untuk mendapatkan info yang lebih sensitif atau mendapatkan keterikatan yang mendalam dengan competitor, atau melakukan brainstorming dan memperdalam report findings dari perspective yang lebih luas.

### Mystery Shopping



- Mystery shopping dapat dilaksanakan melalui direct visit, telepon secara langsung, secara online, melalui komunikasi email, kotak inquiri, atau kotak komentar yang tersedia di website (Alternatif sekunder)

### Interview & Discussion with Practitioners / Spire Advisor



- Spire memiliki beberapa advisor yang dapat dimintai keterangan untuk memverifikasi data yang didapat dari Mystery Shopping / direct interview
- Advisor juga akan mengungkap hal dan insight lain terkait dengan pergerakan pasar

### Collect Spire's Existing Data



- Spire akan membandingkan info teraktua; dengan project/report sebelumnya (terkait dengan produk perusahaan), dan menggabungkannya dengan info/insight terbaru yang dapat mendukung temuan baru.

### Secondary info from the released report, news portal, official website, forum, etc



- Info sekunder untuk merekam pergerakan dan kegiatan marketing competitor yang dimuat di websites/berita online, media social dan lainnya.
- Data lainnya akan dikumpulkan melalui internal data sharing, atau permintaan update khusus (dari Spire ke chanel CI)

# INSIGHT & DATA COLLECTION PROCESS



# INSIGHT & DATA COLLECTION PROCESS

## Metodologi :

PRIMARY RESEARCH

Mystery Shopping



Direct Interview to Players & Advisors



Sharing info from Regional LA (Local Associates)



Sharing info from Local CI Channel



SECONDARY RESEARCH

Collect Spire's Existing Data



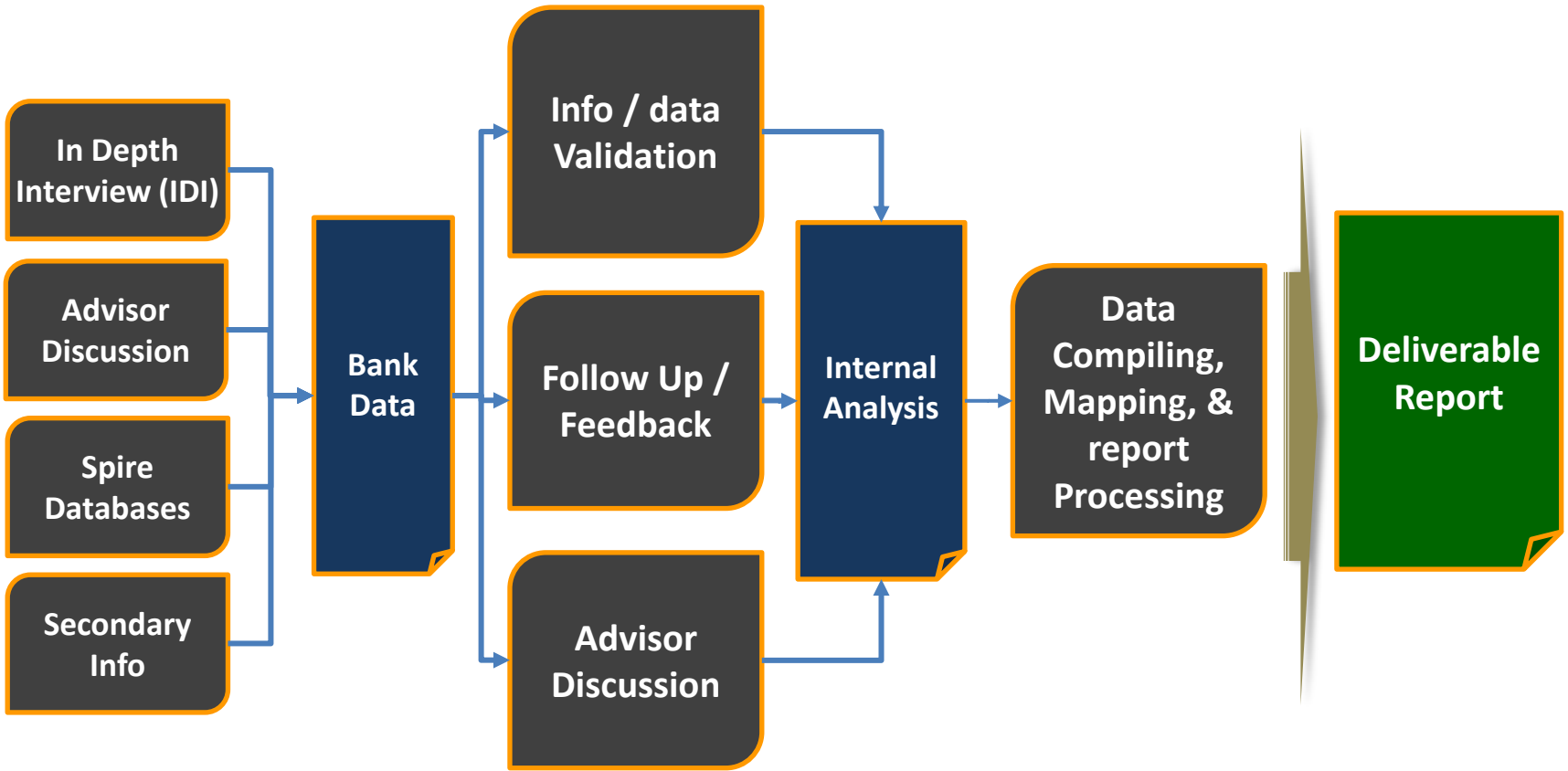
Secondary Data dari partner penyedia data lainnya



Secondary info from news portal, official website, forum, etc.



## Flow of Data gathering :





**REPORT SAMPLE**

---



# PROJECT FEE

Study	Scope of Product	Scope of Deliverable	Range of Cost / Fee for all products (IDR)
<b>Jasa Konsultasi Market Intelligence 2023</b> (one-year / annual partnership)	<b>13 Product Digital Telkom :</b> Pijar Sekolah, Big Box, OCA, Antares, Simpeldesa, SooltanPay, PadiUMKM, Netmonk, Logee, Agree, Metanesia, SIM RS, Haioo  <i>(dibandingkan dengan 39 competitor atau diasumsikan 3 competitor per product)</i>	<b>53x</b> Laporan Mingguan <u>Competitor Movement</u>  <b>53x</b> Laporan Supplement Mingguan <u>Market Analysis</u>  <b>4x</b> Laporan Kuartalan <u>Business Model Comparison, Product Lifecycle Management, OMTM Comparison, Proyeksi market, dan Market Size</u>  <b>2x</b> Laporan Semesteran <u>Tarif Comparison &amp; Investor analysis</u>	<b>1,178,775,000</b>



## All fees are inclusive.

This quotation subsumes all costs associated with completing the above deliverables; there are no "hidden costs".

### TERMS & CONDITIONS :

- Penawaran biaya sudah termasuk PPh, namun belum termasuk PPN 11%
- Penawaran Biaya berlaku untuk periode satu tahun dengan paket pengiriman data sesuai dengan konten di dalam proposal.
- Harga mengacu pada satuan Rupiah dan sudah termasuk semua biaya sampai dengan pengiriman Laporan Akhir, termasuk OPE, biaya perjalanan untuk Wawancara, insentif bagi responden / sumber yang diwawancarai, serta biaya tenaga kerja yang diperlukan untuk pelaksanaan study.
- Tidak termasuk Biaya tambahan untuk mengakomodasi permintaan tambahan yang membutuhkan kegiatan penelitian lebih lanjut atau sampel dan cakupan responden yang lebih luas.

### PAYMENT TERMS :

- 25% per periode Kuartal (ditandai dengan pengiriman report Kuartal)





**PROJECT /  
RESEARCH TEAM**

---

# RESEARCH & PROJECT TEAM



- Client Servicing
- Day-to-Day Coordination
- Spire internal Communication flow

Research design & planning,  
experienced project  
management, team guidance &  
supervising, report quality check

Project advisory, industry /  
business expert, report quality  
check, knowledge sharing

**TELKOM  
Team**

**Albertus Edy Rianto**  
Senior Manager  
PROJECT  
SUPERVISOR

**Jeffrey Bahar**  
Deputy CEO  
PROJECT  
ADVISOR

**Yogi Priyantoro**  
Advisor  
PROJECT  
ADVISOR

**Dionisius Alvian**  
Assistant Manager  
PROJECT  
COORDINATOR

**Dicky Kurnia D**  
Senior  
Consultant  
PROJECT  
MEMBER

**Rizky Rizano Bunai**  
Assistant Manager  
CO- PROJECT  
COORDINATOR

**Spire External  
Team**  
Fieldwork  
Team

**Roby Satriya**  
Consultant  
PROJECT  
MEMBER

**Ria Riska T.**  
Senior  
Consultant  
PROJECT  
MEMBER

**Sakti Aditama**  
Consultant  
PROJECT  
MEMBER



**Jeffrey Bahar**  
Industry Specialist,  
Chief Operating Officer  
 Indonesia

## Pendidikan dan Sertifikat



- Jeffrey lulus dari Universitas Wisconsin, Madison, USA dengan Sarjana dan Pascasarjana Teknik Industri

## Pengalaman Profesional



- Jeffrey memulai karirnya bersama Chartered Semiconductor Manufacturing (CSM) sebagai Production Control Engineer pada tahun 1996. Ia kemudian bergabung dengan Pacific Plywood pada 1997. Selanjutnya ia bergabung dengan Spire Oktober 2000 sebagai Research Manager di Spire Singapore, dan dipromosikan menjadi Senior Research Manager di 2002. Ia kemudian memulai Spire Indonesia pada 2003 sebagai Deputy CEO.

## Industri



- Telekomunikasi
- Teknik
- IT



## Kompetensi



- Berpengalaman dalam pemikiran strategis dan konseling pengembangan bisnis dalam berbagai riset pasar dan industri

## Proyek



- Lebih dari 20 tahun pengalaman, Jeffrey menjadi penasihat utama dalam berbagai industri, seperti: Keuangan, Gedung dan Konstruksi, Energi, Logistik, Sektor Publik, Telekomunikasi, Kimia dan Material, Produk Konsumen, Agri-Food. Juga dia terlibat dalam penasihat konsultasi terutama untuk infrastruktur, M & A, Bisnis Roadmap dan blue print.

# RESEARCH & PROJECT TEAM



**Yogi Priyantoro**  
**Advisor**  
**Research and Consulting**  
 **Indonesian**

## Education and Certification

- Bachelor, Faculty of Social and Politics, Gadjah Mada University, Yogyakarta, Indonesia and Master of International Business Administration, Alliant International University, San Diego, USA.

## Professional Experience

- 1996-1997. PT. Tri Tangguh Bawanacaka (joint venture with Korean company, General Trading, as Trade Marketing Manager.
- 1997-1998. PT. Arplan Geo Encon, Engineering Consultant, as Market Analyst Manager
- 1998-2003. PT. Acorn Indonesia, Marketing & Research Consultant, Sr. Marketing Research (Qualitative & Quantitative) & Operational Head.
- 2003-2006. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk & PT . Medifarma, Pharmaceutical Company, Sr. Marketing Research Manager.
- 2006-2008 . PT. Darya Varia Laboratoria Tbk & PT . Medifarma, Pharmaceutical Company, Marketing Service & Intelligent Group Head.
- 2008-2011. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk & PT . Medifarma, Pharmaceutical Company, OTC Division Manager.
- 2011-2013. PT. Darya Varia Laboratoria Tbk & PT . Medifarma, Pharmaceutical Company, OTC & Naturals Marketing Head.
- 2013-Now, Stratos (PT. Meynov Komunika), Founder/CEO, Strategic Branding & Marketing Consultant and Commercial Production



2016-Now, The Water (PT. Asia Central Prisma International), Executive Director, Media Planning and Buying, PRing and Brand Activation

2019-Now, Spire Research and Consulting, Advisor.

## Industries

- Banking, Food and Beverages, Automotive, Pharmaceutical, Agriculture, Telecommunication, Electronic, Energy, Financial, Sanitary, Government & Cosmetics Telecommunication, Tourism, Building and Construction,

## Competencies

- He has plenty experience in marketing research, brand consulting, brand management, media & creative advertisement. He is a market researcher who has strong experience in brand management and has a comprehensive understanding in the advertising industry.

## Projects

- He is directly involved in many projects in various industries such as Long Range Planning, Supply Chain Management, Brand Tracking, New Product Development, Market Analysis, Feasibility Study, Market Segmentation, Strategic Branding, Media Plan and Creative Content Development



# RESEARCH & PROJECT TEAM



**Albertus Edy Rianto**  
Senior Manager  
Research and Consulting  
Indonesia



## Pendidikan dan Sertifikat



- Insititut Sains dan Teknologi Nasional (ISTN) Jakarta - Sarjana Teknik, bidang Elektro Telekomunikasi

## Pengalaman Profesional



- Mahasiswa Magang di Telkom divisi Terrestrial dan Satelit
- 7 tahun di Ericsson Indonesia : divisi Project Rollout, divisi Quality Assurance, divisi Managed Service
- 7 tahun di Spire Indonesia (divisi ICT) : project AdHoc, tracking, Analisa Lansekap Pasar, Asistensi Pengembangan Produk, Analisa Penerimaan Pasar, Analisa Harga, Analisa Kompetisi Bisnis, Strategi ekspansi Bisnis

## Industri



- Telekomunikasi & Internet (Wholesale & retail)
- E-business (e-Commerce, e-Logistic, e-Payment)
- Infrastruktur : Satelit, Data Center, Cloud
- Digital business, digital media

## Kompetensi



- Teknikal : Teknologi dan system transmisi, BTS, dan BSC ( Instalasi, Commissioning, Managed Service, Site Survey)
- Non Teknikal : Analisa Peluang Pasar & Strategi Konsultasi, Analisa Pengembangan Bisnis, Analisa Kompetisi, Manajemen Tim, External Speaker, Analisa Bisnis Lintas Negara

## Proyek



- Competitive Intelligence : Seluler, IP Transit, Cloud Computing, Wifi, Contact center, ISP, Satelit / VSAT, Data Center, IoT, IPLC, Corporate Internet, e-Commerce
- Market Entry / Assessment Study : Managed Service, Data Center, ISP, Biometric business, e-Document, Logistic, e-Payment
- Customer Decision Analytics : Customer Journey, Customer Demand Analysis, Customer Feedback Survey, Product Test, Social Media Analytics, Customer Behavior Analysis
- Cross Border Analysis : Cloud business, Internet business, Country Competitiveness index, Country Benchmark
- Customer Acquisition Support : Market Education and Acquisition, Merchant survey and acquisition, outlet / merchant listing

# RESEARCH & PROJECT TEAM



**Dionisius Alvian Ariwibowo**  
Assistant Manager  
Research and Consulting  
Indonesian

## Education and Certification



- Bachelor of Public Health, Faculty of Public Health Universitas Indonesia (2015-2019)

## Professional Experience



- Market Research Consultant – PT. Spire Indonesia (December 2020 - Present)
- Management Consultant – PT. Integrasi Tri Tama Cendekia (February 2020 – November 2020)
- Project Research Assistant – Faculty of Public Health Universitas Indonesia (August 2019 – January 2020)

## Industries



- Telecommunication
- Public Government
- Healthcare



## Competencies



- Research Methodologies (Qualitative: IDI, Focus Group Discussion; Quantitative: Structural Equation Modelling)
- Creating Government Roadmap and Grand Design

## Projects



- Information Communication Technologies (ICT) Competitive Intelligence on Digital Business (Methodology: IDI, Forecasting)
- Ride Hailing, Online Food Delivery, & Digital Logistics Industry Expert Study (Methodology: Mixed Method - Quantitative & Qualitative Analysis)
- Preparation of Government Roadmap and Grand Design (Methodologies: FGD, IDI, Target Forecasting)
- Preparation of Government Strategic Plan (Methodologies: FGD, IDI, Target Forecasting)
- Healthcare Services Optimization (Methodologies: FGD, Desk Research, Primary Data Analysis)





**Rizky Rizano Bunai**  
Assistant Manager  
Research and Consulting  
Indonesia



## Pendidikan dan Sertifikat



- Sarjana Teknik Telekomunikasi dari ISTN (Institut Sains dan Teknologi Nasional)

## Pengalaman Profesional



- 2023 – sekarang Assistant Manager di PT Spire Indonesia
- 2020 - 2022 Senior Consultant di PT Spire Indonesia
- 2017 - 2019 Consultant di PT Spire Indonesia
- 2016 - 2017 Project Supervisor di PT Bali Tower Sentra – FTTH Div
- 2015 - 2016 Senior Engineer di PT Huawei Services – NOC Backbone (MS XL Axiata)
- 2013 - 2014 Project Supervisor di PT INTI – FTTH Green Field
- 2008 & 2012 - Siswa Magang di Telkom Indonesia – Infratel Div & Network Access Div

## Industri



- Telekomunikasi

## Kompetensi



- Rizano telah menangani beberapa proyek Adhoc, FGD, dan tracking terkait dengan kompetitif intelijen pasar, serta studi Daya Saing pasar dan Peluang pada industri ICT / Telekomunikasi nasional, terutama berkaitan dengan sistem Serat Optik dan Mobile Broadband

## Proyek



- Riset Pasar studi untuk B2B ICT kompetitor analisis,
- Persaingan Pasar untuk pelanggan BUMN,
- Memonitor pergerakan kompetitor untuk Fixed dan Mobile Broadband,
- Pengembangan Peluang Bisnis untuk Implementasi TIK,
- Studi Riset Pasar pada Penyedia Telekomunikasi Internasional
- Melakukan studi Kelayakan di Indonesia untuk perusahaan Perbankan dengan penilaian bisnis hingga US \$ 150 Triliun,
- Studi Intelijen Kompetitif dan Pesaing Benchmark dari Layanan Telekomunikasi B2B,
- Melacak pergerakan pesaing Broadband Seluler dan industri Broadband Tetap di Indonesia, Studi Intelijen Kompetitif, dan Pesaing Benchmark Konstruksi, Energi Terbarukan, Layanan Terkelola



**Ria Riska Topurmera**  
Senior Consultant  
Research and Consulting  
Indonesia

## Pendidikan dan Sertifikat



- Magister Administrasi Bisnis, Institut Teknologi Bandung
- Sarjana Teknik Informatika, Universitas Sanata Dharma

## Pengalaman Profesional



- Konsultan Senior Riset Pasar untuk Divisi ICT di PT Spire Indonesia (Agustus 2022 - Sekarang)
- Konsultan Riset Pasar untuk Divisi ICT di PT Spire Indonesia (Feb 2021 - Jul 2022)
- Key Account Executive di PT Intrepid Ecommerce Services (2020)
- Magang sebagai Asisten Riset Ecommerce Blanja.com at PT Telkom Indonesia (2019)
- Staf Pemasaran Wisata Gua Jomblang (2016-2018)
- Konsultan Instalasi & Pemeliharaan IT di Proyek JHPIEGO SMS Bunda (2016-2017)

## Industri



- Telekomunikasi, E-commerce, Pariwisata



## Kompetensi



- Pengalaman Ria terdiri dari beberapa proyek penelitian merek terutama tentang perilaku konsumen, pesaing, dan analisis industri. Ria melakukan penelitian dan mengumpulkan data dengan beberapa metode seperti metode Angket, FGD, penelitian sekunder, dan analisis intelijen kompetitif untuk mendapatkan wawasan baru dan memberikan rekomendasi strategi bisnis.

## Proyek



- Riset Tingkah Laku pembelian konsumen untuk Ekspansi Target Market (2019)
- Drop shipper di E-commerce (2019)
- B2B Procurement in E-commerce Business Strategy (2019)
- Customer Decision Making Process to Increase Intention to Buy (2020)
- Tren Marketing Beauty Industry and Brand Competitor Analisa (2021)



**Dicky Kurnia Darmawan**  
Senior Consultant  
Research and Consulting  
Indonesia



## Pendidikan dan Sertifikat



- Sarjana Sosial, Universitas Brawijaya

## Pengalaman Profesional



- Senior Konsultan di divisi Telekomunikasi pada PT Spire Indonesia (2021)
- Konsultan di divisi Telekomunikasi pada PT Spire Indonesia (2019)
- Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Indonesia (BKKBN) (2018)
- Perkumpulan Keluarga Berencana Jakarta (PKBI) (2012)

## Industri



- Telekomunikasi
- E-commerce
- Broadband
- Logistik
- Kesehatan
- Pariwisata
- Keuangan & Perbankan
- Wholesale

## Kompetensi



- Tracking
- Marketing Strategy and Intelligence
- Competitive Intelligence
- Analisis Data

## Proyek



- Lanskap Nasional dan Telekomunikasi di Indonesia 2018
- Pelajari Penggunaan & Perilaku ICT Akun Perusahaan di Segmen Pariwisata & Perhotelan
- Gerakan Pesaing Industri IT di Indonesia
- Gerakan Pesaing Gaming, Layanan Keuangan Seluler, Segmen Streaming Musik & Video
- Konstruksi Intelijen Kompetitif, Energi, Layanan Kelola, dan Segmen Kapal Selam
- Bisnis Periklanan Digital di Saluran TV Berbayar
- Studi Lanskap Pasar dan Persaingan pada bisnis Platform SCM
- Pelacakan pergerakan pesaing pada pemutar broadband rumah: lokal dan regional
- Analisis Potensi Rumah Tangga di be
- Tolok Ukur 5 Pilar untuk Operator di Wilayah APAC
- UKM Intelijen Kompetitif di Indonesia
- Distribusi voucher game dan perilaku pembelian digital





**Sakti Aditama**  
Consultant  
Research and Consulting  
Indonesia

## Pendidikan dan Sertifikat



- Sarjana Bisnis dan Manajemen, Brigham Young University - Hawaii

## Pengalaman Profesional



- Business Development and Partnership  
PT Indo Internet
  - Bertanggung jawab untuk pengembangan dan akuisisi bisnis untuk area baru dan mengembangkan penjualan di area yang sudah ada
  - Bertanggung jawab kepada klien, berkolaborasi dengan tim teknis, pemasaran produk dan penjualan
- Quotation Executive  
PT Kuoni GTS Indonesia

## Industri



- Internet Service Provider (ISP)
- Travel



## Kompetensi



- Mystery shopper: Melakukan Mystery shopping untuk ISP pesaing untuk menciptakan produk yang akan dijual. Memahami topologi yang umumnya digunakan.
- Kompetensi Konten: Memahami proses bisnis di industri ISP dan Telco serta pengetahuan teknologi. Memahami dan memanfaatkan proses bisnis di industri ISP dan Telco serta pengetahuan teknologi, dan menemukan kekuatan dan kelemahan masing-masing pesaing.

## Proyek



- Proyek Internal Akuisisi Internet untuk perumahan dan apartemen di Bandung, menara perkantoran di Jakarta



**Roby Satriya**  
Consultant  
Research and Consulting  
Indonesia



## Pendidikan dan Sertifikat



- Sarjana S1 Jurusan Matematika dari Universitas Nasional Jakarta

## Pengalaman Profesional



- Mahasiswa magang di divisi B2B Spire Indonesia
- Tahun 2016, bekerja sebagai full staff di Spire Indonesia di divisi Telco dan mengelola proyek tracking yang mengamati persaingan industry telekomunikasi selular disemua segment.

## Industri



- Telekomunikasi

## Kompetensi



- Daily tracking
- Analysis data
- Desain kuesioner
- Mystery shopping (MS)

## Proyek



- Competitive Intelligence Telco Industry
- Riset awareness layanan dan produk 4G LTE
- Tracking dan analisa layanan Digital Lifestyle
- Retail outlet survey dan observasi
- Menganalisa sentiment social media
- Studi riset pasar mengenai tren konsumen elektronik (home appliance) di Indonesia
- Studi riset mengenai layanan cyber security



# OTHER REPORT SAMPLE

---



# OTHER REPORT SAMPLE

## Sample of Market Analysis

**DETAIL REPORT DAPAT MENYESUAIKAN DENGAN FINDINGS PADA SAAT PELAKSANAAN STUDY, JIKA DIPERLUKAN CAKUPAN INSIGHT DAN SCOPE OF INFORMATION SEPERTI CONTOH LAPORAN YANG TERTERA DI BAWAH**

### DIGITAL BUSINESS STUDY

#### Logistic Business Environment in Digital Adoption Era

##### Traditional to digital

- Situasi pasar tradisional menghadapi level persaingan yang ketat dan persaingan harga yang ketat.
- Situasi pasar tradisional menghadapi level persaingan yang ketat dan persaingan harga yang ketat.



Report Sample

##### Regional Corner

- Ekonomi tidak menjadi motor dalam industri logistik dan e-commerce.
- Membangun layanan berkualitas baik adalah kunci keberhasilan operasi dan reputasi sebagai penyedia layanan terbaik.

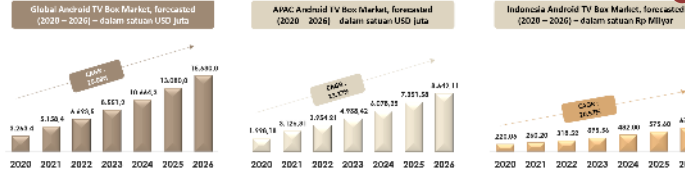
Key Insight

- Dengan adanya digitalisasi yang semakin pesat, bisnis logistik akan semakin berkembang pesat.
- Dengan adanya digitalisasi yang semakin pesat, bisnis logistik akan semakin berkembang pesat.

### DIGITAL BUSINESS STUDY

#### Market Size Android TV Box Indonesia

- Market Android TV Box sudah cukup dikenal di dunia, dimana regional Asia Pasifik menjadi potensi pasar terbesar secara umum.
- Secara global, Android TV Box market bernilai USD 3.263,4 di tahun 2020 dan akan terus bertumbuh hingga USD 15.630 di akhir tahun 2026.
- Adanya di Indonesia diperkirakan masih harus melewati potensi pasar yang dimiliki oleh regional Asia secara umum.
- Faktor perkembangan Teknologi Televisi (Smart TV / Android TV) dan persaingan langsung yang dihadapi dari ISP penyedia daya play akan berperan penting dalam pertumbuhan bisnis Android TV Box di Indonesia.



Report Sample

### DIGITAL BUSINESS STUDY

#### Market Drivers & Inhibitors Cloud Gaming

##### Market Drivers

- Meningkatnya penetrasi internet berkecepatan tinggi.
- Meningkatnya akses perangkat & sensor pada perangkat mobile.



Report Sample

##### Market Inhibitors

- Peningkatan adopsi smart devices.
- Transformasi digital di industri media dan hiburan.

### SPIRE

### SPIRE

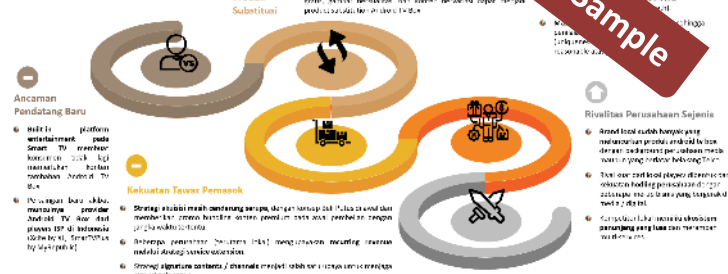
### SPIRE

### DIGITAL BUSINESS STUDY

#### Porter 5 Forces Bisnis Android TV Box di Indonesia

##### Legend

- High
- Moderate
- Low



Report Sample

### SPIRE

### MARKET OVERVIEW

#### Ekosistem Bisnis Cloud Gaming



- Persepsi konsumen yang positif di sektor ini akan sangat baik, dengan meningkatnya video game yang dimainkan melalui internet.
- Bisnisnya beroperasi secara berlangganan, contoh: pengguna membayar akses ke platform berbasis cloud untuk memainkan game yang mereka sukai.

- Game yang populer (Ubisoft, Microsoft, Activision, EA) di pasar ini memungkinkan kolaborasi antara penyedia layanan cloud gaming dengan memilih platform terbaik.
- Dengan menggunakan akun berbasis cloud, pengguna dapat memainkan game secara langsung dari browser yang tidak memerlukan game secara langsung. Jadi, akan lebih baik jika pengguna game developer dapat lebih banyak game di platform mereka.



Report Sample

### SPIRE

# OTHER REPORT SAMPLE

## Sample of Competitor Analysis

**DETAIL REPORT DAPAT MENYESUAIKAN DENGAN FINDINGS PADA SAAT PELAKSANAAN STUDY, JIKA DIPERLUKAN CAKUPAN INSIGHT DAN SCOPE OF INFORMATION SEPERTI CONTOH LAPORAN YANG TERTERA DI BAWAH**

### DIGITAL PRODUCT BENCHMARK

Battlmap Business Differentiation & Strategy (2/2)

Parameter	LOCEE	LOGISLY	Fritase	kargo	waresix	BLACKBUCK
	Logee Trans	Logisly	Ritase	Kargo Tech	Waresix	BlackBuck
<b>Infrastructure</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya eksternal Truk</li> <li>Pengiriman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya eksternal Truk</li> <li>Pengiriman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya eksternal Truk dan Gudang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya eksternal Truk dan Gudang</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya eksternal Truk &amp; Warehouse</li> <li>Pengiriman &amp; Komainer dan Grup ektoranal &amp; Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sumber daya eksternal Truk &amp; Warehouse</li> <li>Pengiriman &amp; Komainer dan Grup ektoranal &amp; Internet</li> </ul>
<b>Payment (SCF) &amp; Insurance</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>SD: Bank Hibana</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asuransi Tokyo Marine, Zurich</li> <li>SCF: Sinarmas Bank</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asuransi Tokyo Marine, AIG</li> <li>SCF: BINA, Permata, BCA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asuransi Tokyo Marine, CHUBI</li> <li>SCF: BINA, Permata, BCA</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asuransi: IGB, AIG, SCF: ICB, KBC, LigiLife</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Asuransi: AIG, SCF: ICB, KBC, LigiLife</li> </ul>
<b>Marketing Strategy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Direct selling</li> <li>Customer visit</li> <li>Promo discount</li> <li>Joint marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode direct selling ke shipper &amp; transporter (proposal dan presentasi).</li> <li>Metode direct selling ke shipper &amp; transporter (proposal dan presentasi).</li> <li>Free reference untuk broker &amp; associa</li> <li>Event, seminar, workshop dengan vendor dari global teknologi.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode direct selling ke shipper &amp; transporter (proposal dan presentasi).</li> <li>Promo melalui social media dan pameran dalam bentuk event.</li> <li>Memasarkan layanan khusus (Virtual Invoice perusahaan besar (Coca Cola)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode direct selling ke shipper &amp; transporter (proposal dan presentasi).</li> <li>Hadirkan layanan customer service via Instagram, E Mail, dan Website (JUCIChat).</li> <li>Government approach (See Culture Indonesia)</li> <li>Pendekatan pemasaran untuk Sistem Integrator Lokal (EDI Indonesia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode direct selling ke shipper &amp; transporter (proposal dan presentasi).</li> <li>Menyampaikan PSA internasional</li> <li>Government approach (See Culture Indonesia)</li> <li>Pendekatan pemasaran untuk Sistem Integrator Lokal (EDI Indonesia)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Metode direct selling ke shipper &amp; transporter (proposal dan presentasi).</li> <li>Memasarkan layanan khusus (Virtual Invoice perusahaan besar (Coca Cola, Unilever, TOTO Show, dll)</li> </ul>

### DIGITAL PRODUCT BENCHMARK

Metric Operational & Financial (Smoza & Kompetitor)

	smoza	Telkomsel	XL Axiata	Indosat
<b>Plan</b>	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
<b>Benefit</b>	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
<b>Channel to market</b>	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
<b>Jumlah Kartu SIM (Anggota)</b>	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
<b>Pricing &amp; Package Option</b>	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★
<b>Discount and Accessibility</b>	★★★★★	★★★★★	★★★★★	★★★★★

Legend: VERTIKAL (Blue), HORIZONTAL (Orange)

Report Sample

### DIGITAL PRODUCT BENCHMARK

Battlmap Business Differentiation & Strategy

Parameter	OCOC	infobip	YOS	qontak
Gross Revenue - H1 2021 (USD Bilion)	41.82	36.38	37.5	51.04
Gross Profit Margin - H1 2021	21%	21%	24%	24%
NPS Score (Indonesia)	51%	16%	34%	34%
Databank (Indonesia)	201.1	203%	203.2	203.3
<b>New Feature Development (in 2021)</b>		• Upgrade API the Integration	• Berfokus pada pengembangan fitur baru. Agre	• Berfokus pada pengembangan fitur baru. Agre
<b>Sales Channel Online</b>	• Online platform dan direct selling	• Sales melalui direct selling	• Ekam atau via agen dan	• Online platform dan direct selling
<b>Sales Channel Offline</b>	• Melalui kunjungan melalui website.	• Melalui kunjungan melalui website.	• Melalui kunjungan melalui website.	• Melalui kunjungan melalui website.
<b>Marketing Strategy</b>	• Promosi melalui social media dan event	• Melalui kunjungan melalui website	• Social media marketing	• Melalui kunjungan melalui website
<b>Pricing</b>	• Disesuaikan dengan kebutuhan	• Disesuaikan dengan kebutuhan	• Disesuaikan dengan kebutuhan	• Disesuaikan dengan kebutuhan

Report Sample

### DIGITAL BUSINESS STUDY

Supporting Ecosystem



Report Sample

### Top Persona of Cloud Computing Providers

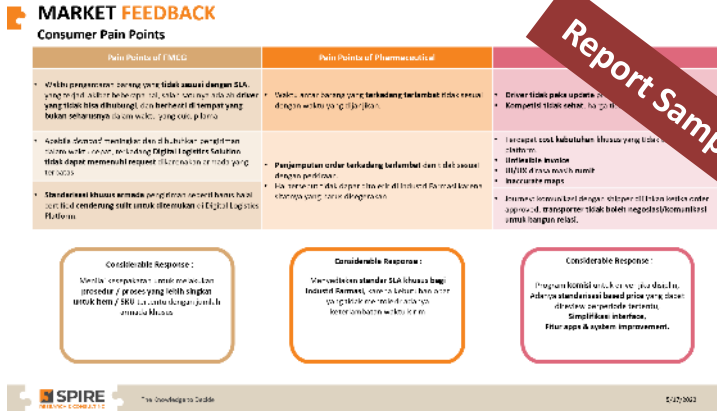
AWS	Alibaba Cloud	Google Cloud	Microsoft Azure
<ul style="list-style-type: none"> <li>Interesting Promo &amp; Event</li> <li>Smart &amp; Continuous Innovation</li> <li>Educating Brand</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wide Service Options</li> <li>Applicable Innovation</li> <li>Pricing Flexibility</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reliable Global Brand</li> <li>Interesting Innovation</li> <li>Experienced providers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wide User Segment</li> <li>Applicable Use Cases</li> <li>User-friendly</li> </ul>
Telkom Cloud	Biznet Cloud	CRN Cloud	Indosat Cloud
<ul style="list-style-type: none"> <li>Experienced Brand</li> <li>Reliable Infrastructure</li> <li>Wider Industry Experience</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Innovative Brand</li> <li>Self Infrastructure</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Local Brand</li> <li>Affordable Options</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wide business partners &amp; circle</li> <li>Reliable Network support</li> <li>National Brand</li> </ul>

Report Sample

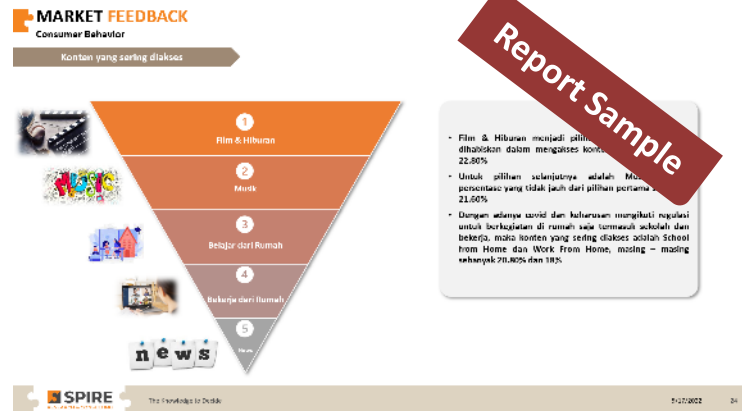
# OTHER REPORT SAMPLE

## Sample of Customer Analysis

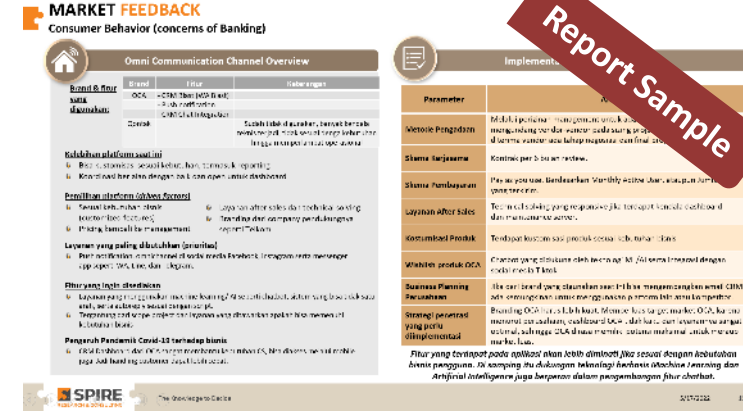
**DETAIL REPORT DAPAT MENYESUAIKAN DENGAN FINDINGS PADA SAAT PELAKSANAAN STUDY, JIKA DIPERLUKAN CAKUPAN INSIGHT DAN SCOPE OF INFORMATION SEPERTI CONTOH LAPORAN YANG TERTERA DI BAWAH**



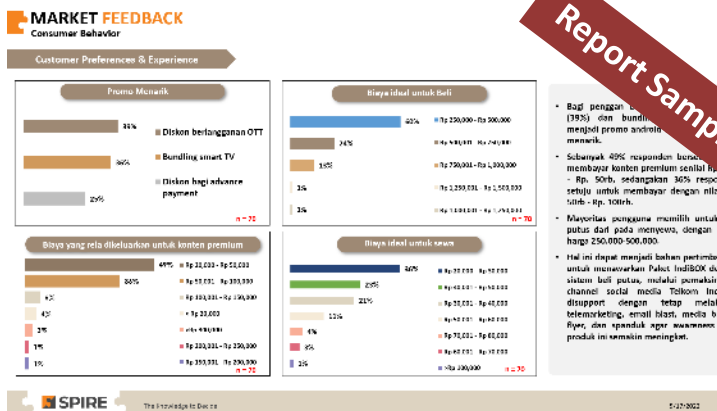
Report Sample



Report Sample



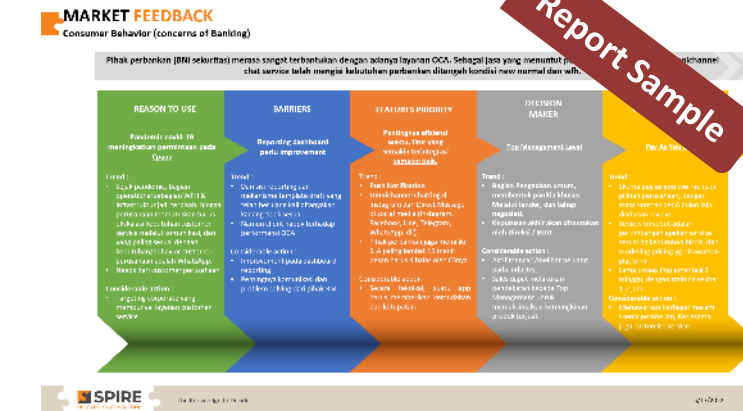
Report Sample



Report Sample



Report Sample



Report Sample

# OTHER REPORT SAMPLE

## Sample of Summary & Recommendation

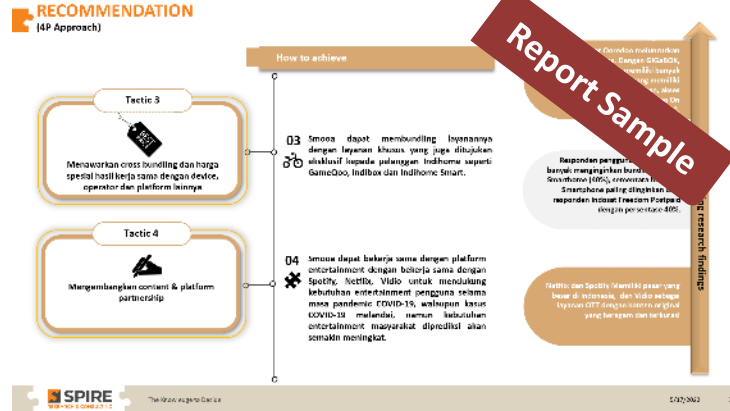
**DETAIL REPORT DAPAT MENYESUAIKAN DENGAN FINDINGS PADA SAAT PELAKSANAAN STUDY, JIKA DIPERLUKAN CAKUPAN INSIGHT DAN SCOPE OF INFORMATION SEPERTI CONTOH LAPORAN YANG TERTERA DI BAWAH**

**Key Learning Point 2:**

Flexibilitas dan availability yang operasional. Partnership untuk memperluas potential legal coverage aktivitas Engagement diporkut untuk memberikan insight bisnis relationship

SLA	Marketing	Shipper	Transporter	Operator
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identifikasi scope perusahaan menjadi 1 unit. Tidak ada unit lain.</li> <li>Mengetahui kemampuan perusahaan secara internal.</li> <li>Mengaplikasikan desain dan fitur aplikasi yang terintegrasi dengan sistem IT perusahaan.</li> <li>Melakukan koordinasi dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Perencanaan produk kepada customer &amp; pemasok merupakan prioritas utama.</li> <li>Keberhasilan 7 beresnya rencana ini adalah yang harus diperhatikan.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> <li>Adanya koordinasi yang baik dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.</li> </ul>

**Report Sample**



**Report Sample**

**SUMMARY OF DIGITAL PRODUCT BENCHMARK**

Indihome Games	MyRepublic	First
<p>Indihome Games</p> <p>Market Size 2021: Rp 6,04 Miliar</p> <p>CAGR 2020 - 2026: 12,81%</p>	<p>MyRepublic</p> <p>Market Size 2021: Rp 4,04 Miliar</p> <p>CAGR 2020 - 2026: 12,81%</p>	<p>First</p> <p>Market Size 2021: Rp 2,04 Miliar</p> <p>CAGR 2020 - 2026: 12,81%</p>

**Customer Insight of Indihome Gamers**

- Mengaplikasikan fitur Games yang ada ke dalam aplikasi khusus untuk promosi spesial: diskon harga, promo, dan hadiah untuk game.
- Melakukan kerja sama dengan pihak terkait untuk memastikan kelancaran proses.

**Top Awareness**

- Indihome: 81%
- MyRepublic: 48%
- First: 25%

**Report Sample**

**Recommendation (4P Approach)**

**Recommendation**

**Product**

- Indihome Games dengan memiliki content 7 adalah unit platform yang memiliki kemampuan yang baik dan aman untuk digunakan.
- Kemampuan kerjasama dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.
- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.
- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.

**Price**

- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.
- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.

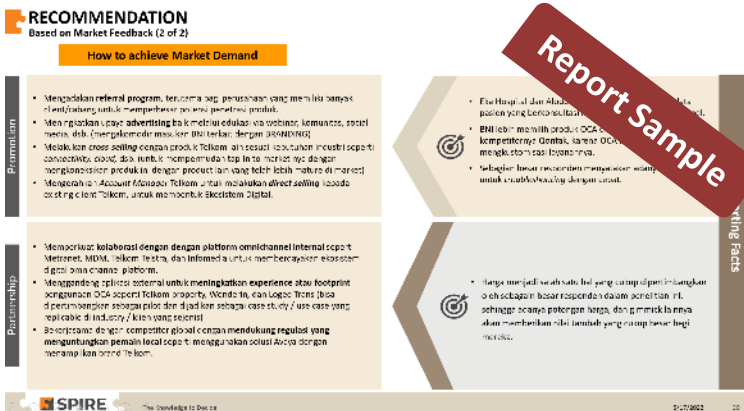
**Place**

- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.
- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.

**Promotion**

- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.
- Melakukan koordinasi dengan pemasok untuk memastikan kelancaran proses.

**Report Sample**



**Report Sample**





**CASE STUDY/ INDUSTRY**  
**EXPERIENCE**

---

# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

Market Research Enterprise



## Benchmarking Study OTT Development in Transportation business

### Objective :

- To understand / benchmark the regional and local players (especially OTTs), which consider transportation portfolio as the business development
- To know the journey, experience, and go-to-market strategy, including negative and positive impact while running the business
- To understand the regulation and other consideration to start the business, including budget and business scheme

### Research contents :

- Benchmark info related with transportation app, and startups for logistic service (regional scope)
- Insight related with business model, strategy, and market updates



### Client :

● Cellular Operator

### Business Type :

● ICT (Application)

### Scope of Region :

● Asia Pacific



# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Competitive Intelligence & Benchmark on B2B ICT Services (Digital Services)



### Competitive Intelligence & Benchmark on B2B ICT Services (Digital Services)

#### Objective :

- Measure the level of competitiveness and battlemap of Platform & Application service providers on a national and regional scale.
- Comparing package offers and prices for Platform & Application services.
- Conduct deep-dive analysis of services owned by competitors and partners involved in service delivery.
- Knowing customer segmentation and targeted customers as well as marketing activities carried out to acquire customers
- Get updates related to product development and other strategies.

#### Research Study :

- Mystery Shopping and Competitive Benchmarks for ICT service providers, including :
  - Digital Services (Games, Movie, Music)
  - Digital Services (e-Money)
  - Digital Services (Education apps)
  - Digital Devices (Smarthome, Android TV Box)



# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Geo Marketing Study on Home Internet Service Penetration in High Rise Buildings



### Geo Marketing Study on Internet Service (B2C)

#### Objective :

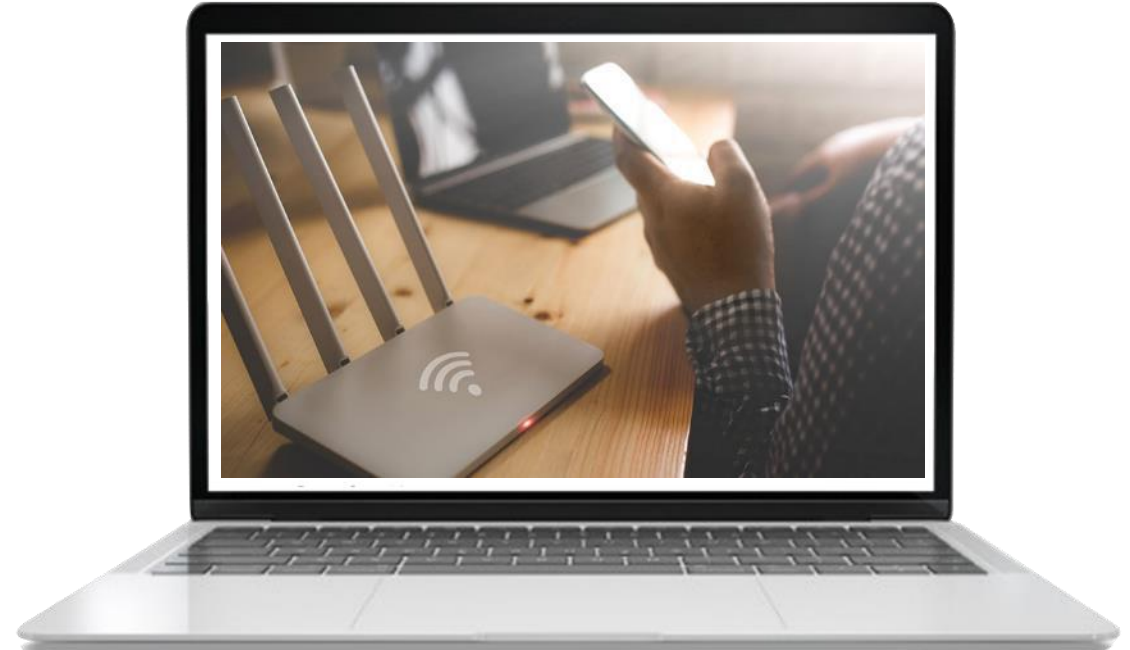
- Capturing the actual market share, market potential, customer experience, awareness, needs, and competition of ISP
- Observing customer usage behavior and competitor acquisition / marketing strategy based on sample in some chosen location (premium home clusters and High-Rise Building / apartment)
- Getting the competitor info and customers' preferences in using Home Internet & Entertainment Service

#### Research Study :

- Direct survey (Face to Face) to Internet Customers in High Rise Building and Premium Clusters
- Total Location was 300, divided into 3 (three) stages.
- Each location was represented by 40 customers.

#### Research contents :

- Market Overview, Market Trends, Market Awareness, usage, and experience,.
- Competitive Landscape, Market Behavior, Considerable strategy in each city & location (Competitors' SWOT Analysis, Competitors' Pricing Strategies, Competitor Development & Marketing Activities, etc.)



#### Client :

- Indonesia telco provider

#### Business Type :

- ICT (Home Internet, fixed and mobile)

#### Scope of Region :

- National (Indonesia)

# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Competitive Intelligence on B2B ICT Services (Connectivity, Infrastructure)



### Competitive Intelligence B2B ICT Service (Connectivity & Infrastructure Service)

#### Objective :

- Measure the level of competitiveness and battlemap for Connectivity & Infrastructure service providers (national and regional scale).
- Comparing package offers and prices for Connectivity & Infrastructure services.
- Conduct deep-dive analysis of services owned by competitors, network topologies, and partners involved in service delivery.
- Knowing customer segmentation and targeted customers as well as marketing activities carried out to acquire customers
- Obtain updates related to product development, network expansion, and other strategies.

#### Research Study :

- Mystery Shopping to ICT service providers, including :
  - Metro Ethernet / VPN IP
  - Leased Line
  - Internet Dedicated & Internet Broadband
  - IPLC & IP Transit
  - Data Center
  - Cloud Computing
  - Wifi
  - SD-WAN
- Additional In-Depth Interview (IDI) to potential customers from selected industry segments.
- Additional In-Depth Interview to related associations / resellers.



# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Competitive Intelligence Study



### Competitive Intelligence Research about Performance of B2B ICT Service Providers

#### Objective :

- Understanding the market share of 12 subsidiaries of client, compared to the competitors who compete on the same business portfolio
- Understanding the market landscape and market size of each portfolio, to compare between the growth of subsidiaries and the overall industry
- Exploring the latest movement of key competitors.

#### Research contents :

- Industry Landscape report, contains of updated info and trends related with each portfolio, including :
  - Smart City & Smart Campus
  - Logistic Platform
  - Healthcare Solutions
  - Internet of Things untuk Mining industry.
  - Fintech Applications (e-money, payment gateway, carrier billing)
  - Fleet Management Service (Transportation apps)
  - Collaboration solution (Video conference)
  - B2B Marketplace
- Market size and market growth info, including market opportunities
- Market share of each subsidiaries, including competitors' insight



#### Client :

● National ICT Company

#### Business Type :

● ICT (Telecommunication, Information, Media, and Edutainment)

#### Scope of Region :

● Indonesia (all region)

# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Competitive Intelligence tracking on Digital Business



### Competitive Intelligence Research on Digital Content Business in Indonesia

#### Objective :

- Understanding of the market conditions and situation of digital lifestyle business, both from the mobile operators and OTT (local & global)
- Recognize / Aware to the latest development or collaboration of competitors from digital lifestyle business
- Track the routine promotion / marketing activities conducted by mobile operators and OTT, related with digital business
- Capture any strategic partnership, and competitors' compliance against regulation

#### Research Study :

- New Competitors Update & Product Development info (regularly updated)
- Competitors Marketing Activity (regularly updated)
- Competitors Strategy and Bundling Products
- Key Learning Points of Monthly Competitor Tracking
- National benchmark in Indonesia and regional benchmark to several countries including :
  - Turkey, Netherlands, Japan, South Korea, Thailand, US, South Africa.





# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Country Competitiveness Study



### Country Competitiveness Study (Benchmark)

#### Objective :

- To understand the update activities and highlights of regional operators.
- Compare financial condition of regional operators.
- Understanding OTT developments in regional countries.
- Understanding and analyzing the current internet service adoption, infrastructure, and affordability in 20 countries, especially emerging and developing countries
- Knowing the ease of investment, pricing competitiveness for supporting facilities such as infrastructure, transportation, accommodation, and ICT services (Internet, mobile, fiber optic lease, and electricity)

#### Research contents :

- Benchmark info related with ICT business players (regional scope)
- ICT Business landscape comparison
- Competitors' scoring based on weightage per parameter
- Competitor scoring based on weight per parameter (covering infrastructure, telecommunications, accommodation, innovation, government support, transportation, internet, taxes and ease of investment, and other supporting aspects).
- Some countries included in this study :
  - Indonesia, Singapore, Malaysia, Vietnam, South Korea, Australia, India, Philippines, Japan, China, US, etc.





# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## B2B Customer Demand Analysis



### B2B Customer Demand Analysis (on B2B ICT usage)

#### Objective :

- Exploring the level of understanding / awareness of B2B (corporate) customers towards B2B ICT Service providers
- Understanding the source of awareness / information on B2B ICT Providers.
- Gain insight regarding the business development plan and digital transformation that will be carried out by the company.
- Obtain customer preferences related to vendor selection, vendor evaluation, budget determination, and criteria for conducting procurement method.
- Get a customer loyalty index and the possibility of customers to shift from the existing provider to the new provider.

#### Research Study :

- Face to Face Interview with potential customers from selected B2B customer .
- Targeted segment as interviewed respondents::
  - Plantation Industry
  - FMCG Industry
  - e-Commerce Industry
  - Banking Industry
  - Financial Non-Banking Industry
  - Manufacturing Industry
  - Property Industry
  - Mining (Oil & Gas) Industry
  - Healthcare Industry
  - Transportation & Logistic Industry
  - Government Industry



# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Market Entry Study (Hyperscale Data Center Study)



### Hyperscale Data Center Study

#### Objective :

- Provide updates and insights on national regulations related to the Hyperscale data center business in Indonesia.
- Gain insights regarding targetable customers and the different preferences of each segment.
- Observing partners and marketing efforts made by competitors / Data Center providers in marketing Data Center infrastructure.
- Obtaining competitiveness level info from national and global Data Center service providers/providers.
- Get price & feature comparisons per service / offer component for Data Center service / infrastructure offerings.
- Exploring market issues related to the Data Center business and supporting businesses (extended business). Gaining insight regarding customer plans/considerations in choosing Data Centers and opportunities to increase capacity on a Hyperscale basis.

#### Research Study :

- In Depth Interview (IDI) and Mystery Shopping to Data Center providers
- In Depth Interview (IDI) to potential customers from several industry segments (banking, media, communication, OTT / content providers)
- Secondary research



# CASE STUDY (ICT-RELATED SURVEY / RESEARCH)

## Global Benchmark Study (ICT Innovations)



### Country Competitiveness Study (Global Benchmark)

#### Objective :

- Understand development updates, innovations, and highlights from regional operators, especially in countries with Cyberpark locations.
- Get information about ICT infrastructure, pricing, and competitiveness in 22 countries.
- Knowing the ease of investment, pricing competitiveness for supporting facilities such as infrastructure, transportation, accommodation, and ICT services (Internet, mobile, Fiber optic lease, and electricity)
- Measuring the competitiveness index of each country based on the availability of ICT infrastructure and innovation

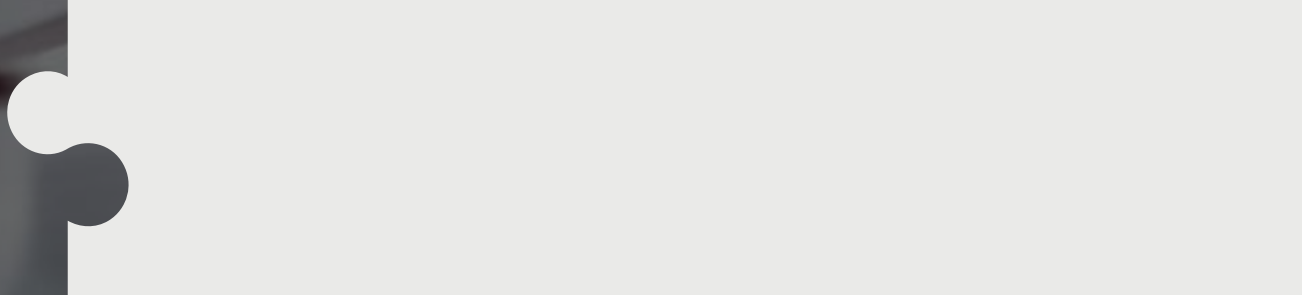
#### Research Study :

- In Depth Interview (IDI) to ICT providers in several countries (targeted in 22 countries).
- Mystery shopping to ICT providers and infrastructure providers.
- Benchmark information and updates related to ICT business players (within the Asian regional scope).
- Comparison of ICT business landscape.
- Scoring competitors based on weight per parameter (covering infrastructure, telecommunications, accommodation, innovation, government support, transportation, internet, tax and investment facilities, and other supporting aspects).
- Secondary research





# SPIRE'S ESTEEMED CLIENTS



# SPIRE ESTEEMED CLIENTS

## Local Base Clients

### Automotives



### Construction & Building Materials



### Consumer Durables



### Education



### Energy/ Oil & Gas





# SPIRE ESTEEMED CLIENTS

## Local Base Clients

### Financial, Banking & Insurance



### Food & Beverage



### Government & Country Strategy





# SPIRE ESTEEMED CLIENTS

## Local Base Clients

### Healthcare/ Life Sciences



### Industrial & Engineering



### Digital Companies



### IT and Communications



# SPIRE ESTEEMED CLIENTS

## Local Base Clients

### Logistics & Transportation



### Media



### Mining & Extractive Industries



### Professional & Business Services



### Property



### Others



**THANK YOU**



**Menara Astra, 25th Floor, Unit #25 D  
Jl. Jend. Sudirman Kav. 5-6 Jakarta 10220  
INDONESIA**

**Tel: (62-21) 5794 5800 | Fax: (62-21) 5794 5808**

[www.spireresearch.com](http://www.spireresearch.com)

[indonesia.info@spireresearch.com](mailto:indonesia.info@spireresearch.com)