



Persembahan XL Memajukan Indonesia



Daftar Isi Contents

02	Mengenai Laporan Ini About this Report
04	Sekilas XL XL at a Glance
06	XL dan Keberlanjutan XL and Sustainability
10	Laporan Direksi Board of Directors Report
15	Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan Sustainability Performance Highlights
16	2014 Sustainability Timeline 2014 Sustainability Timeline
18	XL dan Pemangku Kepentingan XL and Stakeholders Engagement
20	Pemilihan Topik Material Material Topic Selection
24	Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence
40	Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care
74	Komitmen untuk Menyediakan Inovasi Digital yang Bertanggung Jawab Commitment to Responsible Delivery of Digital Innovation
82	Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan Nurture Future Leaders
97	Indeks Isi GRI-G4 GRI-G4 Content Index

Batik Indonesia memiliki simbolisme yang kaya dalam konteks status sosial, masyarakat lokal, alam, sejarah, dan warisan budaya; memberikan identitas kuat dan semangat keberlanjutan, dari lahir sampai meninggal, bagi masyarakat Indonesia (Kutipan dari UNESCO ketika menetapkan Batik Indonesia sebagai warisan budaya dunia). Berdasarkan semangat tersebut, kami memilih batik sebagai tema bagi Laporan Keberlanjutan kami yang merefleksikan komitmen kami untuk memberikan sumbangsih dan warisan yang berharga bagi bangsa.

Indonesian Batik has a rich symbolism related to social status, local community, nature, history and cultural heritage. This provides Indonesian people with a sense of identity and continuity as an essential component of their life from birth to death (Excerpt from UNESCO when decided Indonesian batik as Intangible Cultural Heritage of the World). Based on this spirit we choose batik as theme for our Sustainability Report to reflect our commitment to provide substantial contributions and a heritage to the nation.

Persembahkan XL Memajukan Indonesia



Tahun ini XL memberikan sumbangsihnya untuk memajukan Indonesia melalui berbagai inisiatif seperti mendorong percepatan pembangunan di daerah terpencil dengan membuka akses komunikasi dan informasi, menumbuhkan kepemimpinan dan kreativitas di kalangan muda, mendorong kinerja dan modernisasi wirausaha kecil dan menengah, serta menyediakan kesempatan bagi usaha kecil untuk memasarkan produk-produk XL.

This year XL provided contributions for advancing Indonesia with various initiatives, such as accelerating development in remote areas by providing access to communication and information, flourishing leadership and creativity of young talent, enhancing performance of small and medium entrepreneurs with affordable service tariffs, and providing opportunities for small businesses to market XL products.



Periode Pelaporan Reporting Period



Tabel Index GRI GRI Index Table

Halaman 97
See page 97

Mengenai Laporan Ini
About this Report

Mengenai Laporan Ini About this Report

GRI-G4 & Financial Services Sector Disclosure

Referensi yang Digunakan
Reference Used



Laporan ini adalah laporan keberlanjutan yang kedua yang kami terbitkan dengan tujuan untuk mengkomunikasikan visi, strategi, dan pelaksanaan program keberlanjutan PT XL Axiata Tbk (XL) terutama di bidang non-finansial. Selain itu, laporan keberlanjutan ini merupakan Communication on Progress dari XL kepada United Nations Global Compact (UNGC), sebagai komitmen kami sebagai entitas bisnis untuk mendukung prinsip-prinsip universal dalam pembangunan berkelanjutan.

Kini Kami Menggunakan G4

Pada laporan tahun sebelumnya XL menggunakan Panduan Pelaporan Keberlanjutan dari Global Reporting Initiative Generasi-3.1, dan kini kami menggunakan Panduan Generasi-4 (GRI-G4) sebagai referensi dalam menyusun laporan ini.

This is our second sustainability report published and aims to communicate the sustainability vision, strategy, and implementation of PT XL Axiata Tbk (XL), especially in non-financial areas. Other than that, this sustainability report serves as a communication on XL's progress on the United Nations Global Compact (UNGC), as our commitment as a business to support universal principles in sustainable development.

Now we are using G4

In the previous report, XL used the Global Reporting Initiative Generation-3.1 Guidelines for Reporting, but this year we are using Generation-4 (GRI-G4) Guidelines for Reporting as reference for this report.

Laporan Keberlanjutan XL 2014 disusun dengan semangat GRI-G4 yaitu menyajikan laporan untuk hal-hal yang penting dan di mana hal itu menjadi penting, dengan demikian laporan ini akan semakin ringkas, padat dan jelas. Berkenaan dengan tingkat penggunaan GRI_G4 dalam laporan, kami memilih untuk menggunakan opsi "sesuai dengan-inti" untuk setiap aspek yang material.

Periode Pelaporan

Laporan ini mencakup masa pelaporan 1 Januari-31 Desember 2014. Sebagaimana disampaikan dalam laporan tahun sebelumnya, kami berkomitmen untuk menerbitkan laporan keberlanjutan kami setiap tahun.

XL Sustainability Report 2014 was compiled with GRI-G4 spirit in disclosing report on what matters and where it matters, with that in mind this report will be more compact, clear and concise. In regards to use of GRI-G4 in this report, we chose to use "in accordance-core" option for every material aspects.

Reporting Period

This report covers period of reporting 1 January to 31 December 2014. As previously mentioned in our last report, we committed to publish sustainability report annually.

**Stakeholder
Inclusiveness
Sustainability
Context
Materiality
Completeness**



Kantor Kami Contact Point



PT XL Axiata Tbk grhaXL

Jl. DR Ide Anak Agung Gde Agung
Lot E4-7 No.1
Kawasan Mega Kuningan
Jakarta 12950 - Indonesia
Tel. (62-21) 576 1881
Fax. (62-21) 576 1880
Email: corpcomm@xl.co.id
www.xl.co.id

Ceritakan Kepada Kami

Laporan Keberlanjutan XL memuat kinerja keberlanjutan XL yang meliputi tata kelola, pengelolaan lingkungan, dan tanggung jawab sosial, yang seluruhnya mempengaruhi kinerja keberlanjutan XL. Dengan hadirnya laporan ini, kami berharap untuk bisa berkomunikasi dengan anda tentang apa yang telah kami lakukan dan tantangan kami dalam mengelola keberlanjutan.

Jika anda tertarik untuk berbagi ide yang relevan dengan keberlanjutan telekomunikasi di Indonesia secara umum maupun kinerja XL, ataupun komentar, saran maupun kritik atas laporan ini, jangan sungkan untuk menghubungi kami di CSR@xl.co.id.

Tell Us the Story

This XL Sustainability Report contains XL performance on sustainability which includes on governance, environment management and social responsibility for all those affected XL sustainability performance. With this report, we expect to communicate with you about what we have accomplished and our challenges in managing sustainability.

If you are interested to share some ideas relevant with Indonesian telecommunication sustainability as well as XL performance, or even a comment, suggestion or criticism on this report, please do not hesitate to contact us at CSR@xl.co.id.

Sekilas XL

XL at a Glance



Dengan pengalaman lebih dari 17 tahun di industrinya, XL kini telah bertransformasi menjadi salah satu penyedia layanan seluler untuk Data dan Teleponi terkemuka dengan jangkauan jaringan dan layanan yang luas di seluruh Indonesia.

With more than 17 years experience in the industry, XL has been transformed into a prominent cellular provider for data as well as telephony services with a nationwide network and service coverage.



Dengan pengalaman lebih dari 17 tahun beroperasi di pasar Indonesia, PT XL Axiata Tbk. (Selanjutnya disebut sebagai "XL" atau "Perseroan") merupakan salah satu penyedia layanan seluler terkemuka di Indonesia. Saat ini, XL dipandang sebagai salah satu penyedia layanan seluler untuk Data dan Teleponi terkemuka di Indonesia.

Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi seluler terkemuka di Indonesia, melalui jangkauan jaringan dan layanan yang luas di seluruh Indonesia, XL menyediakan layanan bagi pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis untuk pelanggan korporat. Layanan-layanan ini meliputi Data, Voice, SMS, dan layanan bernilai tambah telekomunikasi seluler lainnya. XL mengoperasikan jaringan pada teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT-2000/3G. XL juga memegang Izin Penyelenggaraan Jasa Penyediaan Konten, Izin Penyelenggaraan Jasa Akses Internet (ISP), Izin Penyelenggaraan Jasa

With more than 17 years of experience in the Indonesian market, PT XL Axiata Tbk. (hereinafter referred to as "XL" or the "Company") is one of Indonesia's leading cellular providers. Presently, XL is regarded as one of Indonesia's premier cellular mobile Data and Telephony services providers.

As a leading market player in Indonesia, XL provides services for retail customers and offers business solutions to corporate customers with wide network and service coverage throughout Indonesia. The services include Data, Voice, SMS and other value-added digital services. XL operates its network on GSM 900/DCS 1800 and IMT-2000/3G technologies. XL also holds a Content Provider License, Internet Services

Interkoneksi Internet (NAP), Izin Penyelenggaraan Jasa Internet Teleponi untuk Keperluan Publik (VoIP), Izin Penyelenggaraan Jaringan Tetap Tertutup (Closed Fixed Network/Leased Line) serta Izin Penyelenggaraan Penyelenggaraan Jasa Pengiriman Uang dan Izin Penerbit E-Money dari Bank Indonesia yang memungkinkan XL untuk dapat menyediakan jasa pengiriman uang kepada pelanggannya.

Memulai usaha sebagai perusahaan dagang dan jasa umum pada tanggal 6 Oktober 1989 dengan nama PT Grahametropolitan Lestari. Pada tahun 1996, XL memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM. Dengan demikian, XL menjadi perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon seluler.

Di kemudian hari, melalui perjanjian kerja sama dengan Grup Rajawali dan tiga investor asing (NYNEX, AIF dan Mitsui), nama Perseroan diubah menjadi PT Excelcomindo Pratama.

Pada September 2005, XL melakukan Penawaran Saham Perdana (IPO) dan mendaftarkan sahamnya di Bursa Efek Jakarta (BEJ) yang sekarang dikenal sebagai Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada saat itu, XL merupakan anak perusahaan Indocel Holding Sdn. Bhd., yang sekarang dikenal sebagai Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd., yang seluruh sahamnya dimiliki oleh TM International Sdn. Bhd. ("TMI") melalui TM International (L) Limited. Pada tahun 2009, TMI berganti nama menjadi Axiata Group Berhad ("Axiata") dan di tahun yang sama PT Excelcomindo Pratama Tbk. berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk. untuk kepentingan sinergi.

Saat ini, mayoritas saham XL dimiliki oleh Axiata melalui Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd (66,5 persen) dan sisanya dipegang oleh publik (33,5 persen).

Provider (ISP), Internet Interconnection Services License, Voice Over Internet Protocol License, Leased Line License, Money Remittance as well as E-Money Issuer License from the Central Bank of Indonesia which enables XL to provide a remittance service to its subscribers.

Initially the Company started business as a trading and general services company established on 6 October 1989 under the name of PT Grahametropolitan Lestari. In 1996, XL entered the telecommunications field after obtaining a GSM 900 operating license and officially launching its GSM services, becoming the first private company in Indonesia to provide cellular mobile telephony services.

Later on, following a cooperation agreement with the Rajawali Group and three foreign investors (NYNEX, AIF and Mitsui), the Company's name was changed to PT Excelcomindo Pratama.

In September 2005, XL launched an Initial Public Offering (IPO) and listed its shares on the Jakarta Stock Exchange now known as the Indonesia Stock Exchange (IDX). At that time, XL was a subsidiary of Indocel Holding Sdn. Bhd., which is now known as Axiata Investment (Indonesia) Sdn. Bhd., in which all shares are owned by TM International Sdn. Bhd., ("TMI") through TM International (L) Limited. In 2009, TMI changed its name to Axiata Group Berhad ("Axiata") and later in the same year PT Excelcomindo Pratama Tbk. also changed its name to PT XL Axiata Tbk. for synergy purposes.

Currently, the majority of XL's shares are owned by Axiata through Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd. (66.5 percent) and the remaining is held by the public (33.5 percent).

XL dan Keberlanjutan

XL and Sustainability

Komunikasi memiliki peran penting dalam pembangunan, komunikasi dapat menjangkau populasi yang lebih luas dan menjadi lebih dekat satu sama lain. Komunikasi dapat memampukan masyarakat untuk melakukan kegiatan ekonomi dengan lebih baik karena dapat memperoleh informasi yang lebih banyak dan lebih cepat. Namun demikian, akses komunikasi merupakan tantangan bagi Indonesia yang memiliki kekhasan geografi dan demografi yang sangat beragam.

Komitmen XL, sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi seluler terkemuka di Indonesia, adalah turut berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, dengan menyediakan jaringan dan layanan yang luas baik bagi pelanggan ritel maupun korporat.

Pendekatan dan Fokus Keberlanjutan XL

Untuk mencapai komitmen XL untuk pembangunan, kami di XL membangun bisnis dengan berdasarkan prinsip-prinsip keberlanjutan di mana kepentingan bisnis kami padu dengan pengelolaan lingkungan dan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam jangka panjang XL memiliki empat pilar keberlanjutan, yaitu komitmen untuk operasi yang bermutu tinggi, perhatian kepada masyarakat, komitmen untuk menyajikan inovasi digital secara bertanggung jawab, dan melakukan inisiatif untuk mendidik para pemimpin masa depan.

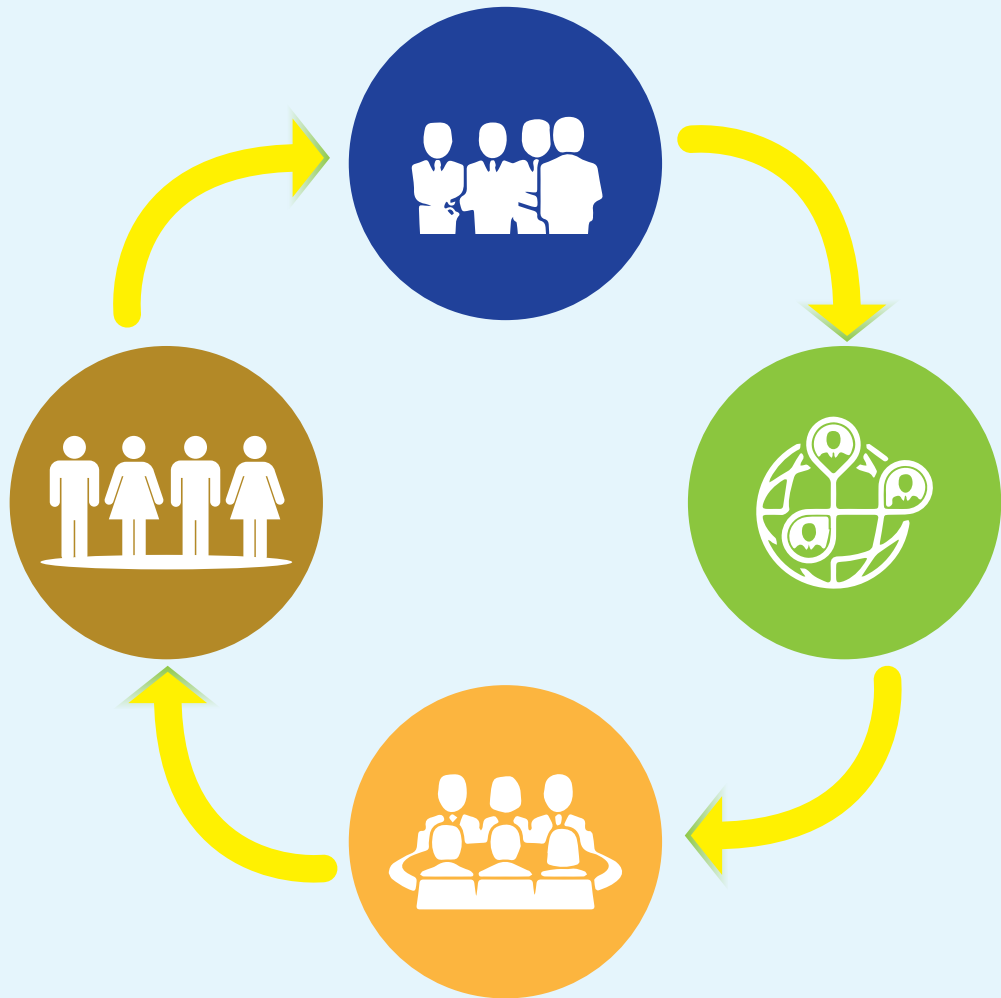
Communication plays a vital role in development, with communication reaching people and bringing them closer together. Communication also enables society to carry out economic activities in better ways through faster and better information transfer. But for Indonesia, access to communication is a challenge given its unique geography and diverse demography.

XL, as a leading cellular telecommunication company in Indonesia, has commitment to contribute in fostering national economic development, by providing a wide network and broad services for both retail and corporate customers.

XL Sustainability Focus and Approach

To reach XL's development commitment, XL teams develop business based on sustainability principles where business interests are integrated with environmental management and social responsibility. In the longer term outlook, XL has four sustainability pillars: commitment to operational excellence, community care, commitment to deliver digital innovation with responsibility and taking the initiative to nurture future leaders.

XL Sustainability Management Approach



Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional
Commitment to operational excellence



Kepedulian Terhadap Masyarakat
Community Care



Komitmen untuk Menyediakan Inovasi Digital yang Bertanggung Jawab
Commitment to Responsible Delivery of Digital Innovation



Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan
Nurture Future Leaders

VISI VISION

Menjadi pemimpin dalam menyediakan pengalaman menggunakan *mobile internet* yang mudah dipakai dengan harga yang lebih murah kepada masyarakat Indonesia, dengan *brand* XL yang berdaya tarik kuat terhadap segmen kelas menengah

To be a leader in providing easy-to-use mobile internet experience at a lower price to Indonesians, with the XL brand having strong appeal to the Emerging Middle Class segment



**Memuaskan
Pelanggan**
Delighting
Customers



**Pemegang
Saham**
Shareholders



**dan
Karyawan**
and Employees

ITS XL

Uncompromising Integrity Team Synergy Simplicity eXceptionAL Performance

UNCOMPROMISING INTEGRITY

**Memiliki standar etika tinggi,
tidak ada toleransi terhadap
perilaku yang tidak etis.**

Having high ethical standards,
having no tolerance for
unethical behavior.

TEAM SYNERGY

**Penuh semangat bekerja-
sama, memastikan semua
proses dilakukan demi
mencapai tujuan bersama.**

Vigorously working together,
ensuring all processes are
done to achieve a common
goal.

SIMPLICITY

**Melakukan yang terbaik
untuk memberikan solusi
yang mudah digunakan dan
melebihi harapan pelanggan.**

Doing our best to provide a
solution that's easy-to-use
and beyond customer's
expectations.

EXCEPTIONAL PERFORMANCE

**Selalu semangat dalam
memberikan kinerja terbaik.**

Always be enthusiastic
in providing the best
performance.



Laporan Direksi Board of Directors Report



Menciptakan keseimbangan antara kinerja bisnis perusahaan dengan memberikan manfaat sosial dan terus menurunkan jejak lingkungan adalah bagian inheren dari strategi perusahaan. Kami percaya bahwa menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan akan membuat perusahaan mencapai kinerja unggul secara berkesinambungan sekaligus memberikan manfaat optimal bagi para pemangku kepentingan.

Creating a balance among corporate business performance with providing social benefit and continually reducing our environmental footprint is an inherent part of our business strategy. We believe that implementing sustainability principles will make our Company achieve continuing performance excellence while providing optimum benefits to our stakeholders.



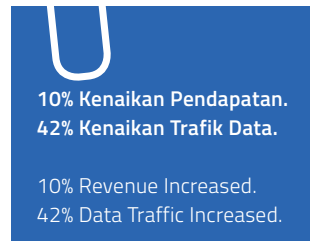
Hasnul Suhaimi

Presiden Direktur/ Chief Executive Officer
President Director/ Chief Executive Officer

Laporan Direksi Board of Directors Report

Pemangku Kepentingan yang Terhormat,
Kami menyadari, keberlanjutan XL sebagai entitas bisnis tidak hanya dilihat dari pencapaian kinerja usaha saja, tetapi juga tentang manfaat bagi upaya mencerdaskan generasi muda, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menjaga kelestarian lingkungan.

XL, sesuai dengan bisnis intinya, mendorong percepatan pembangunan di daerah terpencil dengan membuka akses komunikasi dan informasi, menumbuhkan prestasi dan kreativitas di kalangan muda, mendorong kinerja pelaku usaha kecil dan menengah dengan tarif layanan yang terjangkau, serta menyediakan kesempatan bagi usaha kecil untuk memasarkan produk-produk XL.



Tantangan Keberlanjutan 2014

Di tahun 2014, terdapat beberapa tantangan yang harus mendapat penanganan khusus yaitu; Penyelesaian kewajiban kepada pihak ketiga terkait penggabungan usaha dengan AXIS yang menggunakan valuta asing, menyatukan dua kultur perusahaan yang berbeda serta lingkungan kompetisi yang semakin ketat di industri (*ultra-competitive environment*).

Dalam menghadapi tantangan ini, XL menjalankan strategi yang dibarengi dengan tata kelola perusahaan yang baik serta pelibatan pemangku kepentingan dengan tujuan tercapainya visi Perusahaan.

Kinerja Keberlanjutan XL 2014

Ketersediaan koneksi internet yang cepat dan stabil menjadi kebutuhan utama pengguna, Namun harapan masyarakat ini nampaknya belum sepenuhnya tercapai. Menjawab tantangan ini, sejak tahun 2011 XL telah memutuskan strategi utama XL untuk fokus pada segmen Data sebagai strategi pertumbuhan kami, dengan tetap berkomitmen melayani segmen Voice dan SMS.

Selama Tahun 2014, strategi ini berhasil membukukan Peningkatan pendapatan 10%, layanan data tumbuh 42%, trafik data juga meningkat cukup signifikan sebesar 127% dibandingkan tahun sebelumnya. Sebanyak lebih dari 50% dari seluruh pelanggan XL yang merupakan pelanggan Data.

Dear Valued Stakeholders,

We realize that the sustainability of XL as a business entity is not only indicated by attainment in business performance, but also by distributing back benefit, in our efforts to educate young people, improve community welfare and preserve the environment.

XL, with its core competencies, accelerates development in remote areas by providing access to communication and information, fostering achievement and creativity of young people, encouraging performance of small and medium entrepreneurs with an affordable service tariff, as well as providing opportunities for small businesses to market XL products.

Sustainability Challenge 2014

In 2014, there were several challenges that required special attention including the settlement of foreign currency obligations to third parties related to the merger with AXIS, the joining together of two different corporate cultures, and the heating up of an ultra-competitive environment.

In facing these challenges, XL remained steady with its strategy aligned with good corporate governance and stakeholder engagement, in short, on track to meet the Company Vision.

XL Sustainability Performance 2014

The availability of a fast and stable internet connection has become a primary need for users, but this new societal expectation has not yet been fully achieved. In respond to this challenge, since 2011 XL has focused its growth strategy on the Data segment, secure with our commitments to continue serving the Voice and SMS segments.

During 2014, the strategy recorded a revenue increase of 10%, data services grew by 42% and Data traffic also increased significantly by 127% from the previous year. Approximately more than 50% of XL subscribers were Data customers.

Di bulan April, XL telah menuntaskan seluruh rangkaian proses akuisisi AXIS. Hal yang menjadi perhatian utama kami adalah bahwa aksi korporasi ini tidak boleh mengganggu kenyamanan pelanggan dari kedua entitas. Kami optimis XL akan memperoleh hasil yang menguntungkan dalam jangka menengah dan panjang.

Di bidang tanggung jawab sosial, aktivitas tanggung jawab sosial (CSR) XL pada dasarnya difokuskan pada dua bidang, pengembangan masyarakat dan pendidikan.

Di tahun 2014 sebagian masyarakat Indonesia mengalami berbagai bencana alam, XL selalu menjadi salah satu tim yang pertama datang. Selain membawa bahan pokok, layanan kesehatan dan obat-obatan yang dibutuhkan, tindakan utama yang dilakukan XL adalah membuka akses telekomunikasi di lokasi sehingga masyarakat korban bencana tetap dapat berhubungan dengan kerabatnya.

XL selalu memastikan perangkat BTS setempat milik XL dapat berfungsi normal dan menyediakan fasilitas TUG (telepon umum gratis), isi ulang pulsa, kartu SIM, akses internet dan sumber daya listrik untuk pengisian baterai telepon genggam. Fasilitas yang disediakan XL juga dapat dimanfaatkan oleh para anggota tim penyelamat lainnya untuk mendukung koordinasi dan komunikasi.

Di bidang pendidikan, program unggulan XL Future Leaders telah memasuki angkatan ketiga. Dengan program ini, XL ingin ikut mempersiapkan anak-anak muda Indonesia agar mampu berkompetisi dalam era pasar bebas ASEAN di masa mendatang. Para mahasiswa terbaik hasil dari proses seleksi yang ketat, dididik dan diasah kemampuan *softskill* nya agar mereka siap menjadi seorang pemimpin dunia. Kami secara serius merancang program ini dengan mengadopsi kurikulum dari New Zealand dan merekrut fasilitator internasional.

In April, XL completed the entire process of the acquisition of AXIS. Our main concern was that this corporate action should not interfere with the comfort of the customers of both entities. We are optimistic that XL will obtain a favorable outcome in the medium and long terms.

In social responsibility, XL corporate social responsibility (CSR) activities are basically focused on two areas, community development and education.

In 2014, some communities in Indonesia experienced various disasters, XL has always been one of the first teams to come. Besides bringing required basic needs, health care and medicines, the main action undertaken by XL is to open access to telecommunications in the locations so that the affected people can stay in touch with their relatives.

XL first ensures that its local transmission equipment can function normally and then seeks to provide TUG (free public phone) facilities, reloads, SIM cards, internet access and power sources for charging mobile phone batteries. Such facilities provided by XL can also be used by other rescue teams to support their coordination and communication.

In education, the flagship program XL Future Leaders has entered the third generation. With this program, XL prepares Indonesian youth to be able to compete in ASEAN free trade in the near future. After a rigorous selection process, the best students are provided with soft skills enhancements so that they are ready to become world leaders. This in-depth program was designed by adopting curriculum from New Zealand and recruiting international facilitators.

103 Lulusan Program
XL Future Leaders
Angkatan-1.

103 Graduates from XL
Future Leaders Program
Batch-1.

Laporan Direksi Board of Directors Report

Sejak diluncurkan pertama kali di tahun 2012, XL telah mendidik 400 orang muda yang diharapkan mampu menjadi pemimpin di masa depan. Target kami, dalam waktu 10 tahun XL sudah menyumbangkan tak kurang dari 1.400 pemimpin masa depan untuk Indonesia.

Dukungan XL kepada United Nations Global Compact

Sebagai salah satu Perusahaan Indonesia yang menandatangani United Nations Global Compact sejak 2006, kami menyatakan kembali dukungan kami atas sepuluh prinsip UN Global Compact, yang semuanya bersesuaian dengan nilai-nilai dan kebijakan Perusahaan.

XL berkomitmen untuk terus mendorong penerapan prinsip-prinsip tersebut dalam lingkup pengaruh agar dapat mencakup komitmen UN Global Compact serta dalam strategi dan aktivitas bisnis sehari-hari.

Prospek Masa Mendatang

Indonesia tetap merupakan pasar yang potensial dan berkembang terutama pasar layanan digital. Ke depan, XL mempertahankan bisnis Voice dan SMS, memacu pertumbuhan data serta upaya untuk mendapatkan sumber-sumber pendapatan lainnya yang bisa diekplorasi dari Layanan Digital XL.

Upaya ini kami lakukan dengan memperhatikan keseimbangan kinerja bisnis dengan tetap memberikan manfaat sosial bagi masyarakat serta dapat mengurangi jejak lingkungan. Kami yakin, dengan dukungan semua pemangku kepentingan, XL akan tetap bertumbuh secara berkelanjutan sehingga dapat meningkatkan nilai bagi Pemegang Saham dan memberi kontribusi yang bermanfaat bagi negara dan masyarakat.

Since first launch in 2012, this program of XL has trained 400 young people who are well prepared and expected to become future leaders. Our 10 year target is for XL to contribute no less than 1,400 future leaders for Indonesia.

XL Supports United Nations Global Compact

As an Indonesian Company signatory of the United Nations Global Compact since 2006, XL is pleased to reaffirm its support for the UN Global Compact's ten principles, all of which are aligned with Company values and policies.

XL is committed to promoting these principles within its sphere of influence, encouraging wider inclusion as well as thorough adoption into our strategy and day-to-day business activities.

Outlook

Indonesia has a large potential markets especially for developing digital services. In the future, XL will continue to maintain Voice and SMS, while driving data growth to nurture other revenue sources through XL's Digital Services.

These efforts are taking place by balancing business performance with providing social benefits and reducing environmental footprint. We believe, with support from all stakeholders, XL will continue to grow sustainably, bring value to Shareholders and contribute to the Country.



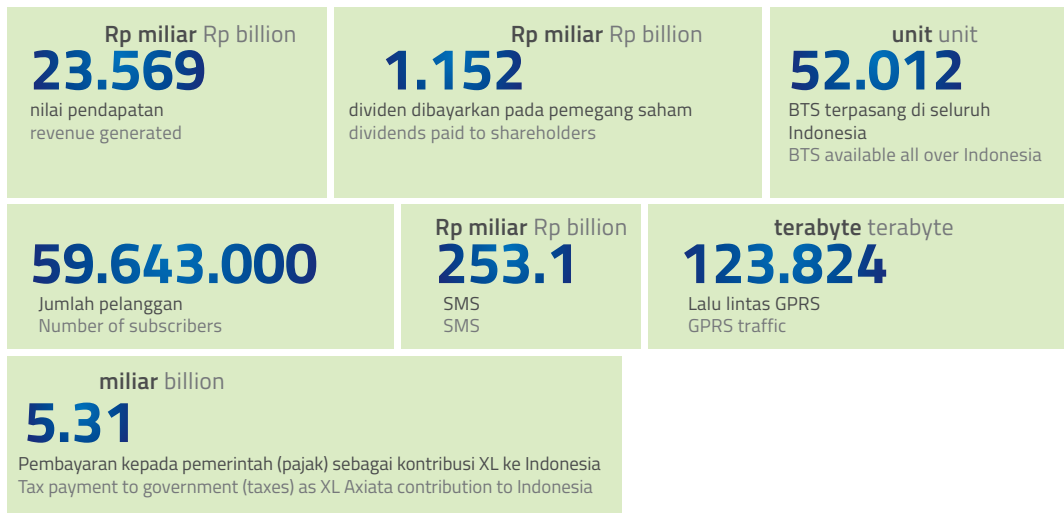
Hasnul Suhaimi

Presiden Direktur/Chief Executive Officer
President Director/Chief Executive Officer

Ikhtisar Kinerja Keberlanjutan

Sustainability Performance Highlights

Kinerja Ekonomi | Economic Performance



Kinerja Lingkungan | Environmental Performance

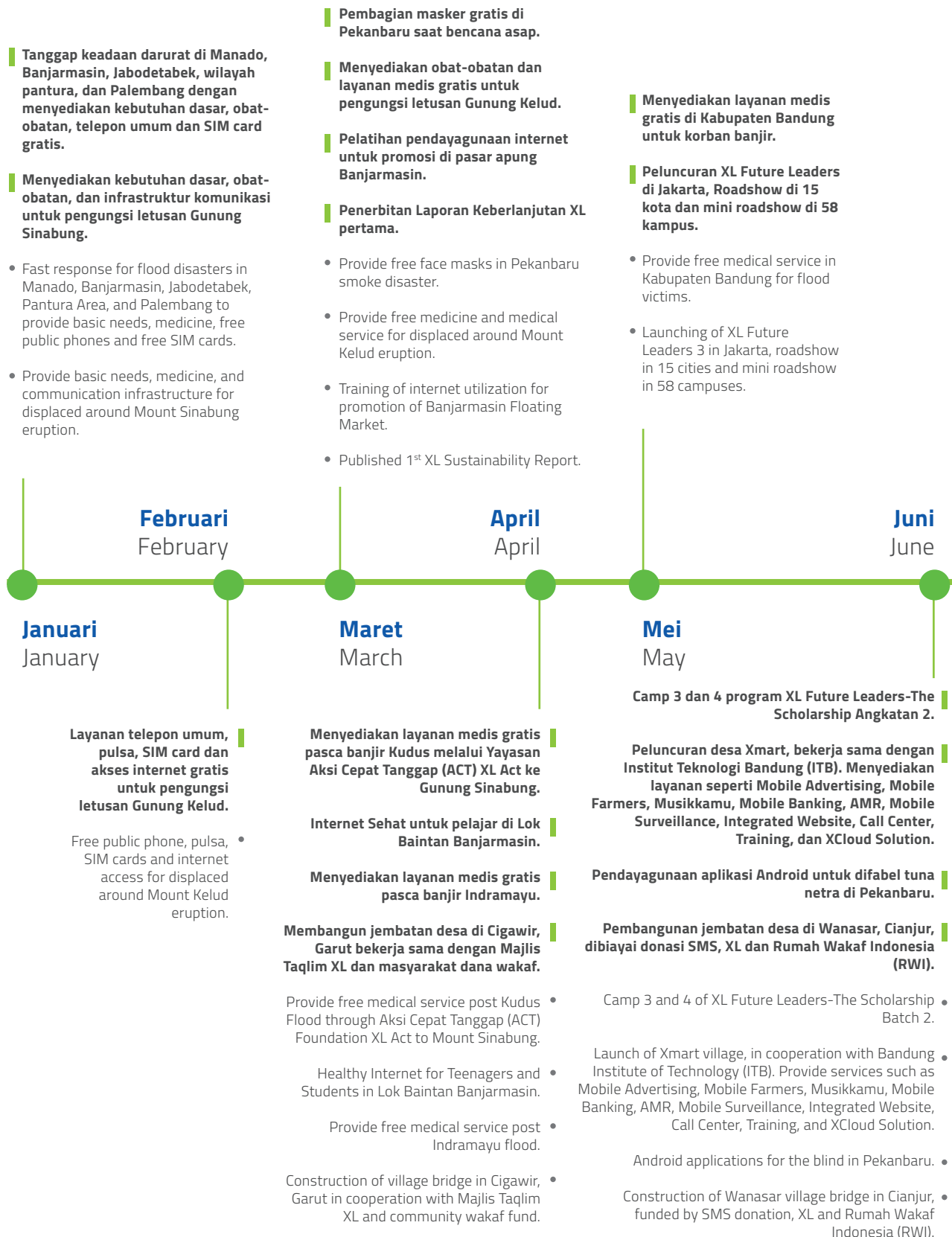


Kinerja Sosial | Social Performance



2014 Sustainability Timeline

2014 Sustainability Timeline



Mudik Lebaran Gratis bersama XL di Jabodetabek.

Sumbangan untuk pendidikan Smart Ekselensia School Dompot Dhuafa.

Xjuta Aksi Berbagi Peduli bersinergi antara *ring back tone* (RBT) dan *corporate social responsibility*.

- Eid homecoming together with XL in Jabodetabek.
- Donation for education for Smart Ekselensia School of Dompot Dhuafa.
- Xjuta Aksi Berbagi Peduli which synergizing between ring back tone (RBT) and corporate social responsibility.

Pendayagunaan aplikasi Android untuk difabel tuna netra di Pekanbaru.

Implementasi 34 proyek berbasis masyarakat XL Future Leades.

- Android applications for the blind in Pekanbaru.
- Implementation of 34 local community projects of XL Future Leaders.

Menyediakan kebutuhan dasar, pulsa dan XL Perdana gratis dan Mobile Base Transceiver Station (M-BTS) untuk pengungsi bencana tanah longsor di Banjarnegara.

Menyediakan pangan, obat-obatan dan kartu XL perdana gratis untuk pengungsi banjir Bandung Selatan.

Menyediakan pangan dan obat-obatan untuk pengungsi banjir di Aceh Utara dan Aceh Timur.

Sumbangan natal untuk Rumah Yatim Piatu Kasih Mandiri Bersinar, Mama Sayang di Jakarta dan Panti Jompo Melania di Tangerang.

Sumbangan RNC (Radio Network Controller) untuk Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya, Palembang.

Menyediakan 6 stasiun statik dan pantau dan 5 stasiun bergerak untuk Polrestabes Surabaya.

- Provide free basic needs, pulsa and XL Perdana and Mobile Base Transceiver Station (M-BTS) for landslide disaster displaced at Banjarnegara.
- Provide free foods, medicine, and XL Perdana cards for victims of South Bandung Flood.
- Provide foods and medicine for victims of North Aceh and East Aceh floods.
- Christmas donation for Kasih Mandiri Bersinar Orphanage, Mama Sayang Orphanage in Jakarta and Melania Elderly Nursing House in Tangerang.
- Donation of RNC (Radio Network Controller) to Faculty of Computer Science of Sriwijaya University, Palembang.
- Provide 6 static and monitoring stations and 5 mobile stations for Polrestabes Surabaya.

Agustus
August

November
November

Juli
July

September
September

Desember
December

Sumbangan peralatan kantor untuk Pesantren di Rangkasbitung.

Kibarkan Merah Putih di Gunung Sibayak, pengibaran Bendera Merah Putih di Gunung Sibayak dan aksi bersih dalam peringatan Hari Kemerdekaan.

- Donation of office equipment for Pesantren in Rangkasbitung.
- Kibarkan Merah Putih at Mount Sibayak Mount (National Flag Hoisting and garbage clean up around Mount Sibayak on Indonesian Independence Day).

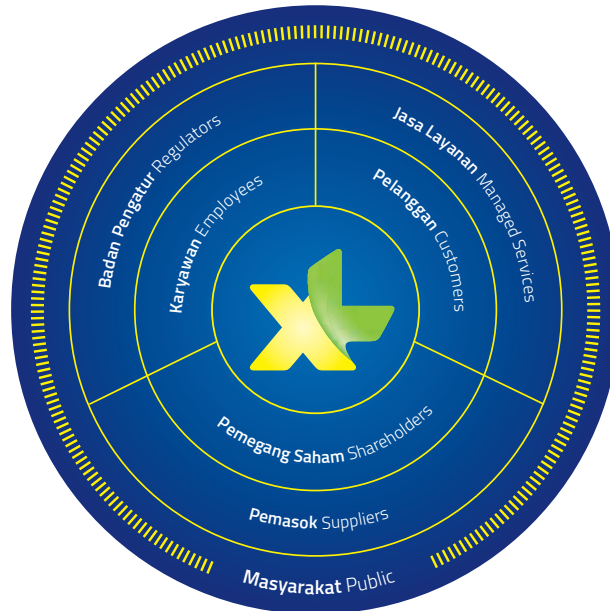
Pembagian masker gratis di Palembang saat bencana asap.

Peluncuran Xmartdonasi bersama 18 organisasi sosial/masyarakat.

XL Board of Director Challenge untuk anak muda.

- Provide free face masks in Palembang smoke disaster.
- Launching of Xmartdonasi with 18 social/community organizations.
- XL Board of Director Challenge for youth.

XL dan Pemangku Kepentingan Stakeholders Engagement



Kami memahami di dunia yang saling berkaitan ini, pelibatan pemangku kepentingan merupakan proses penting untuk menjamin keberlanjutan bisnis. XL menciptakan hubungan yang harmonis, komunikasi dan *networking* dengan para pemangku kepentingan sebagai bagian dari kegiatan bisnis kami. Kami melakukan komunikasi teratur dan dialog dengan para pemangku kepentingan yang berkaitan dengan isu dan peluang yang menjadi harapan dan keinginan bersama.

We understand that in this connected world, stakeholder engagement is an important process to sustain XL's business. XL creates harmonious relations, communication and networking with stakeholders as an integral part of our business. We carried out regular communication with stakeholders discussing common interest and expectation of issues as well as opportunities

Kelompok Pemangku Kepentingan Stakeholder Group	Pelibatan yang Dilakukan Engagement Method	Frekuensi Frequency	Topik Utama Key Topic
Pemegang Saham dan Investor Shareholders and investors	Rapat Umum Pemegang Saham Tahunan Annual General Meeting of Shareholders	Tahunan Yearly	Kinerja Investasi Investment performance Dividen Dividend
	Laporan Keuangan Financial statement	Triwulanan Quarterly	Akuntabilitas dan akurasi laporan keuangan Accountability and accuracy of financial statement
	Non-deal roadshow	Tahunan Yearly	Laporan kondisi operasional perusahaan yang transparan Transparency of Company's operational condition reports.
	Pertemuan Analis & conference call Analyst meeting & conference call	Bila Diperlukan As necessary	Hak pemegang saham sesuai dengan peraturan yang berlaku Shareholders' rights in accordance with the prevailing laws.
	Pertemuan Investor Investor Meeting	Tergantung Agenda Depending on agenda	
Pelanggan Customers	Customer gathering	Lima kali setahun Five times in a year	Kehandalan produk dan jasa Product and service reliability
	XL Care	Dua kali sebulan Twice in a month	Keterjangkauan harga Price affordability
	XL Xplor	Dua kali sebulan Twice in a month	Layanan melampaui harapan Beyond expectation services
	Customer satisfaction survey	Dua kali setahun Twice in a year	Penanganan keluhan yang unggul Excellent complaint handling
	Customer Service's social media	Terus Berlangsung Ongoing	
	XL Center & XL Call Center	Terus Berlangsung Ongoing	

Kelompok Pemangku Kepentingan Stakeholder Group	Pelibatan yang Dilakukan Engagement Method	Frekuensi Frequency	Topik Utama Key Topic
Karyawan Employees	Survei Pelibatan Karyawan Employee Engagement Survey	Setahun sekali Annually	Kinerja Korporasi dan <i>Update</i> Corporate performance and update
	Forum Komunikasi Karyawan dan Manajemen Communication Forum of Employee and Management	Dua bulanan Bi-monthly	Kinerja dan Manajemen Penghargaan Performance and Reward Management
	Media Komunikasi Internal Internal Communication Media	Bulanan Monthly	Kesejahteraan Karyawan Employee's welfare
	Program Speak Up dan Focus Group Discussion Speak Up Program and Focus Group Discussion	Jika diperlukan berdasarkan kasus tertentu As necessary based on specific case	Praktik non-Diskriminasi Non-discrimination practices
	Serikat Pekerja XL XL Employee Union (SPXL)	Jika diperlukan berdasarkan kasus tertentu As necessary based on specific case	Tempat kerja yang kondusif, aman, dan nyaman Conducive, safe and comfortable workplace
Pemasok Suppliers	Pelaksanaan Kontrak Produk dan Jasa Contract Execution of Goods and Service Procurement	Jika diperlukan As necessary	Hak-hak karyawan sesuai dengan peraturan yang berlaku Employee's rights in accordance with the prevailing laws.
	Penilaian Kinerja Pemasok dan Rekanan Performance Appraisal of Suppliers and Vendors	Sedikitnya setiap triwulan At least quarterly	Proses pembelian yang adil dan transparan Fair and transparent procurement process. Evaluasi rekanan yang obyektif Objective vendor selection and evaluation. Hubungan antara hak dan kewajiban yang saling memberi manfaat dan saling menghormati Mutual benefit and mutual respect of rights and obligations relationship.
Pemasok Jasa Layanan Managed Services	Pelaksanaan kontrak produk dan jasa Contract execution of goods and service procurement	Jika diperlukan As necessary	Proses pembelian yang adil dan transparan Fair and transparent procurement process. Evaluasi rekanan yang obyektif Objective vendor selection and evaluation. Hubungan antara hak dan kewajiban yang saling memberi manfaat dan saling menghormati Mutual benefit and mutual respect of rights and obligations relationship.
	Penilaian Kinerja Pemasok dan Rekanan Performance Appraisal of Suppliers and Vendors	Sedikitnya setiap triwulan At least quarterly	Pelaksanaan Norma Ketenagakerjaan dan Kesehatan dan Keselamatan Kerja Implementation of employment norms and occupational health and safety Pengelolaan lingkungan dan meminimalkan jejak lingkungan Environmental Management and reducing environmental footprint
Pemerintah dan Asosiasi Industri Government and Industry Association	Komunikasi Langsung dengan Badan Pemerintah yang Relevan dan Pemerintah Daerah Direct Communication with Relevant Government and Local Government Agencies	Terus menerus dan berdasarkan agenda pemerintah maupun asosiasi Ongoing and according to government and association agenda	Koordinasi dan konsolidasi Coordination and consolidation Antisipasi dan negosiasi terkait komunikasi terkait peraturan Anticipation and negotiation of communication relevant regulations Perjanjian induk dengan Pemerintah Master agreement with government
	Pelaporan pada Badan-badan Pemerintah Reporting to Relevant Government Agencies	Secara teratur sebagaimana diwajibkan Pemerintah Periodically as stipulated by government	Masukan untuk pengembangan peraturan terkait Inputs for the development of relevant regulations Pelaporan masalah-masalah Reporting issues
Masyarakat termasuk Media dan LSM Communities, including Media and NGO	Komunikasi Langsung Direct Communication	Jika diperlukan As necessary	Penerapan program CSR Implementation of CSR programs
	Survei Survey	Jika diperlukan As necessary	Tanggap bencana Disaster response Keluhan masyarakat Community complaints

Pemilihan Topik Material

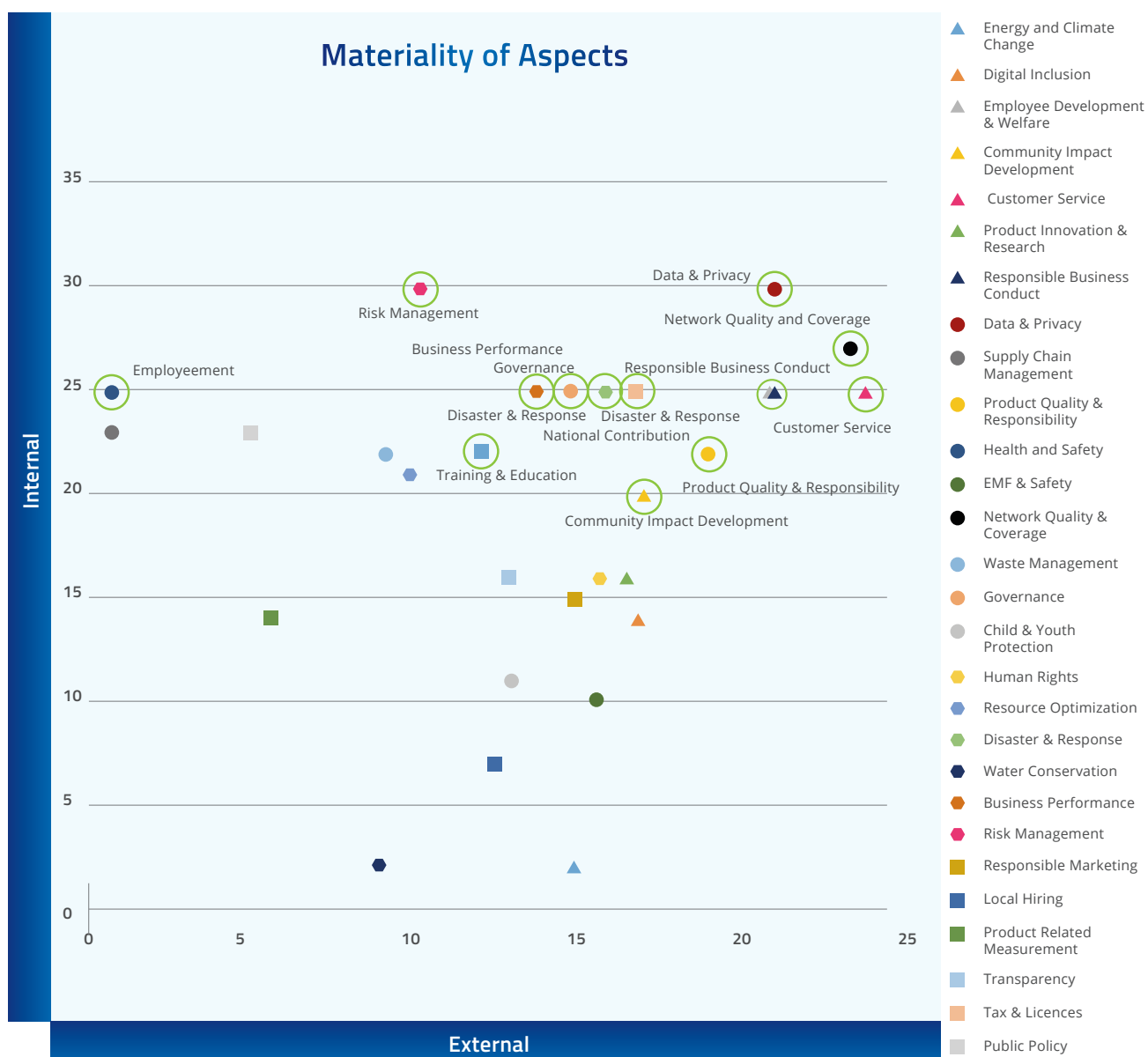
Material Topic Selection

Topik-topik yang kami sajikan dalam laporan keberlanjutan ini merupakan hasil analisis materialitas yang kami lakukan, mencakup hasil analisis yang dilakukan oleh Axiata Group, yang merupakan pemegang saham utama, serta penerapan Prinsip-prinsip UNGC.

XL melakukan uji materialitas dengan melakukan analisis berdasarkan kepentingan suatu aspek bagi keberlanjutan internal XL dan bagi pemangku kepentingan eksternal. Analisis materialitas dilakukan untuk memilih topik-topik yang material untuk disajikan dalam laporan ini, sebagaimana digambarkan dalam diagram berikut.

The topics we present in this sustainability report are the result of the materiality test that we had done, including results of analysis from Axiata Group, our key shareholders, and the implementation of UNGC Principles.

XL conducted the materiality test by analyzing the significant aspects of XL's internal sustainability and those of external stakeholders. Materiality analysis helped to select the material topics to be presented in this report, as described in the following diagram.



XL menggabungkan topik-topik material yang diperoleh dari uji materialitas dengan aspek-aspek yang relevan dari Prinsip-prinsip UNGC, untuk menjadi topic-topik yang material untuk disajikan dalam laporan ini.

XL combined the material topics derived from the materiality test with relevant UNGC Principles to be those material topics disclosed in this Report.

Jika dibandingkan dengan laporan keberlanjutan pada tahun sebelumnya, terdapat pengurangan signifikan jumlah aspek yang disajikan dalam laporan, karena perubahan Panduan GRI yang kami gunakan. Pada laporan tahun ini, kami melaporkan 15 topik yang material dibandingkan hampir semua aspek yang disajikan dalam laporan tahun sebelumnya

Compared to the previous year's sustainability report, there is a significant reduction in the number of aspect compiled in this Report, due to the new GRI Guidelines we are using. In this year report, we cover 15 material topics compared to almost all aspects being disclosed in the previous report.

Aspek Material, batasan dan Konteks Keberlanjutan Identified Material Aspect, Boundaries and Sustainability Context

No	Aspek/Topik Aspects/ Topics	Di dalam Lingkup Kami Within Our Boundary	Di luar Lingkup Kami Outside Our Boundary	Konteks Keberlanjutan Sustainability Context	Prinsip UNGC Principles	Pendekatan Keberlanjutan Sustainability Approach
1	Kualitas Jaringan dan Cakupan Network Quality and Coverage	✓	Pelanggan, Jasa Layanan Customer, Managed service	Kesuksesan XL ditentukan oleh cakupan dan layanan yang dapat diakses oleh lebih banyak pelanggan. Akses komunikasi yang terjangkau dan inklusif akan meningkatkan kemampuan ekonomi dan sosial masyarakat. XL's success is determined by the coverage and services that can be accessed by more customers. Access to affordable and inclusive communications will improve the economic and social ability of communities.		Commitment to Operational Excellence
2	Layanan Pelanggan Customer Service	✓	Pelanggan Customer	Termasuk dalam aspek ini adalah layanan pelanggan, yang merupakan komitmen XL untuk memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi pelanggan kami. Included in this aspect is XL's commitment to providing the best products and services for our customers.		Commitment to Operational Excellence
3	Data & Privasi Data & Privacy	✓	Pelanggan Customer	XL memiliki akses langsung pada data pribadi pelanggan yang harus kami jaga dari penyalahgunaan. XL has direct access to the personal data of our customers which have to oversee against misuse.		Commitment to Operational Excellence

Pemilihan Topik Material Material Topic Selection

No	Aspek/Topik Aspects/ Topics	Di dalam Lingkup Kami Within Our Boundary	Di luar Lingkup Kami Outside Our Boundary	Konteks Keberlanjutan Sustainability Context	Prinsip UNGC Principles	Pendekatan Keberlanjutan Sustainability Approach
4	Tata Kelola dan Manajemen Risiko Governance & Risk Management	√	-	Tata kelola, etika dan integritas merupakan dasar untuk pertumbuhan XL yang sehat dan berkelanjutan. Governance, ethics and integrity is the foundation for XL's healthy growth and sustainability.	Prinsip 1 Prinsip 2	Commitment to Operational Excellence
5	Pelatihan dan Pendidikan Training and Education	√	-	Kompetensi karyawan XL merupakan kunci pengembangan produk inovatif dan penyediaan layanan bagi pelanggan. XL employee competence is key to the development of innovative products and provision of services for customers.		Nurture the Future Leaders
6	Lapangan Kerja Employment	√	-	Karyawan merupakan pemangku kepentingan utama dan berperan utama dalam operasi bisnis XL. Employees are the key stakeholders and play a major role in the business operations of XL.	Prinsip 3 Prinsip 6	Nurture the Future Leaders
7	Kinerja Usaha Business Performance	√	-	XL menjaga pertumbuhan untuk memberikan nilai tambah bagi para pemegang saham. Termasuk dalam aspek ini adalah komitmen XL untuk berpartisipasi dan berkontribusi dalam pembangunan nasional. XL maintains growth to provide added value for shareholders. Included in this aspect is XL's commitment to participate in and contribute to national development.		Commitment to Operational Excellence
8	Pembelian Procurement	√	-	Usaha telekomunikasi merupakan sinergi dengan vendor barang dan jasa yang harus dikelola dengan baik dan memperhatikan etika pengadaan yang berlaku. The telecommunications business is a synergy with the vendors of goods and services; which must be managed properly with close attention to the applicable procurement code of conduct.		Commitment to Operational Excellence
9	Kontribusi Nasional dan Pembangunan Masyarakat termasuk Bantuan Bencana Alam Contribution and Community Development including Disaster & Respond	√	Masyarakat, masyarakat di sekitar BTS (tower business unit) Public, Community surrounding of BTS (tower business unit)	Masyarakat umum merupakan pemangku kepentingan yang memengaruhi kinerja dan reputasi XL. XL telah memiliki komitmen CSR untuk pengembangan masyarakat luas di Indonesia. The general public are stakeholders that affect the performance and reputation of XL. XL has a CSR commitment to the development of the wider community in Indonesia.		Community Care

No	Aspek/Topik Aspects/ Topics	Di dalam Lingkup Kami Within Our Boundary	Di luar Lingkup Kami Outside Our Boundary	Konteks Keberlanjutan Sustainability Context	Prinsip UNG Principles	Pendekatan Keberlanjutan Sustainability Approach
10	Dampak Ekonomi Tidak Langsung Indirect Economic Impact	√	Pelanggan, Masyarakat Customer, Public	<p>Layanan yang diberikan XL dapat mendorong kegiatan masyarakat hingga ke pelosok, yang akan mendukung pertumbuhan ekonomi yang lebih luas. XL mengembangkan berbagai produk inovatif untuk telekomunikasi dan layanan finansial elektronik untuk mendukung layanan yang inklusif.</p> <p>Services provided by XL encourage activities in remote communities, which will support the growth of the broader economy. XL developed innovative products for the telecommunications and electronic financial services to support inclusive service.</p>		Commitment to Deliver Digital Innovation with Responsibility
11	Kualitas dan Tanggung Jawab Produk Product Quality and Responsibility	√	-	<p>XL berkewajiban untuk menyediakan layanan dan melindungi kepentingan pelanggan sebagaimana dipersyaratkan oleh peraturan.</p> <p>XL is obliged to provide services and protect the interests of customers as required by regulations.</p>		Commitment to Operational Excellence
12	Energi Energy	√	Jasa Layanan Managed service	<p>Energi merupakan salah satu tantangan dalam operasional XL. Efisiensi energi akan mengurangi emisi gas rumah kaca dan beban operasional Perusahaan.</p> <p>Energy is one of the challenges in the operations of XL. Energy efficiency will reduce greenhouse gas emissions and Company operating expenses.</p>	Prinsip 7 Prinsip 8 Prinsip 9	Commitment to Operational Excellence
13	Efluen dan Limbah Effluent and Waste	√	Jasa Layanan Managed service	<p>XL berkomitmen untuk meminimalkan jejak lingkungan dan berusaha mencapai bisnis Teknologi Informasi dan Komunikasi yang lebih ramah lingkungan.</p> <p>XL is committed to minimizing its environmental footprint and strive for green Information and Communication Technology business.</p>	Prinsip 7	Commitment to Operational Excellence
14	Kesehatan dan Keselamatan Kerja Occupational Health and Safety	√	Jasa Layanan, Pemasok Managed Service, Suppliers	<p>Kesehatan dan keselamatan kerja (K3) harus dikelola termasuk pada proses managed services di mana risiko K3 cukup signifikan</p> <p>Health and Safety (OHS) have to be managed, including in the managed services process where the significant OHS risk occurred</p>	Prinsip 2	Nurture the Future Leaders
15	Anti-Korupsi Anti- Corruption	√	Jasa Layanan, Pemasok Managed Service, Suppliers	<p>Etika dan integritas merupakan komitmen internal XL untuk mencegah terjadinya korupsi dalam proses bisnis</p> <p>Ethics and integrity is an internal XL commitment to prevent corruption along the business process</p>	Prinsip 10	Commitment to Operational Excellence



Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional

Commitment to Operational Excellence

Pendekatan yang Kami Lakukan

Kondisi geografis Indonesia yang merupakan Negara kepulauan yang disatukan dengan lautan dan demografi penduduk yang sebagian besar berusia produktif menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengembangan telekomunikasi seluler yang ditekuni oleh XL. Oleh karenanya, XL berkomitmen untuk memberikan layanan telekomunikasi yang unggul bagi pelanggan di seluruh jangkauan kami.

Our Approach

Indonesia's position as an archipelagic geographical region united with its oceans and Indonesia's unique demographics are both challenges and opportunities for XL's development of cellular telecommunication. Therefore, XL is committed to provide excellent telecommunication services to our customers throughout our coverage area.

Value for Money Product

Pertumbuhan penggunaan produk dan layanan XL merupakan kunci keberlanjutan XL. Perkembangan teknologi dan kebutuhan pelanggan mendorong permintaan produk dan layanan yang inovatif agar XL tetap dapat bersaing di bisnis telekomunikasi seluler. Untuk itu, XL harus mengembangkan produk dan layanan yang cepat, simpel dan terjangkau bagi pelanggan.

The growth of users of XL products and services is key to XL's sustainability. While technology developments and customer requirements drive demand for innovative XL products and services, competitive business requires that XL develop product and deliver services that are fast, simple and affordable.

Wide Coverage

XL berkomitmen untuk menyediakan akses telekomunikasi dengan kualitas layanan yang lebih baik bagi lebih banyak rakyat Indonesia. Dengan cakupan jaringan yang lebih luas, XL dapat mengembangkan basis pelanggannya sekaligus membuka peluang pembangunan ekonomi sosial.

XL is committed to providing telecommunication access with better service quality for Indonesians. With a wide network coverage, XL is fully able to develop its customers base as well as open up social economic development.

Governance

Kami meyakini bahwa pertumbuhan bisnis harus diiringi dengan tata kelola yang baik yang diinginkan oleh para pemangku kepentingan XL. Tata kelola menjadi fondasi untuk pertumbuhan yang berkelanjutan dan menjadi dasar dalam proses pengambilan keputusan di Perusahaan.

We believe that business growth must go together with good corporate governance as required by XL stakeholders. Governance is the foundation for sustainable growth and basis for decision making in the Company.

Green Operation

Perlindungan dan pelestarian lingkungan adalah perwujudan Perusahaan yang bertanggung jawab. Sejalan dengan itu operasi XL juga harus diselenggarakan dengan meminimalkan dampak yang merugikan kepada lingkungan, untuk menciptakan proses bisnis yang berkualitas tinggi.

Environmental protection and conservation is a realization of any responsible company. Given that, XL operations are required to be delivered by minimizing adverse impacts on the environment in order to create a high quality business process.

National Contribution

Melakukan bisnis bukan semata-mata untuk memberikan manfaat bagi pemegang saham, kami ingin terlibat dalam pembangunan nasional dengan menyediakan sarana dan teknologi komunikasi untuk rakyat Indonesia. Kontribusi dalam pembangunan juga diwujudkan dalam keterlibatan mitra XL di seluruh Indonesia.

Doing business should not only be to provide benefits to shareholders; rather, we want to stay involved in national development by providing communication means and technology for the people of Indonesia. Contribution in development is also realized by involving XL business partners within Indonesia.

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence

Memberikan Nilai Lebih dengan Mendorong Masyarakat Digital

Kami bekerja sama dengan para mitra usaha dan berinteraksi dengan pelanggan untuk menyediakan produk dan jasa yang layak secara komersial serta memberikan manfaat bagi pelanggan, baik individu maupun korporasi. XL menyediakan produk dan jasa yang inovatif dan memberikan nilai tambah untuk tetap menjadi pilihan bagi pelanggan.

Telekomunikasi modern selain menjadi kebutuhan juga menjadi gaya hidup, perangkat telepon genggam beralih menjadi telepon pintar, yang memiliki beragam fitur, dengan pertumbuhan yang signifikan. Perkembangan ini mendorong Unit Bisnis XL Digital Service untuk mengembangkan produk Digital Entertainment untuk hiburan, sosial, dan permainan.

Selain itu, XL menyediakan berbagai solusi untuk beriklan dan promosi digital bagi pelanggan komersial dengan Adreach. Adreach juga kami kembangkan bekerja sama dengan Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), komunitas wirausaha, bank dan korporasi lainnya, untuk keperluan Usaha Kecil Menengah (UKM) di Indonesia menjadi UKM Goes Mobile. UKM Goes Mobile mendukung UKM di Indonesia untuk beriklan dengan murah, efektif, dan efisien sehingga bisa memasarkan produknya lebih luas.

Inovasi XL mengembangkan UKM Goes Mobile adalah bentuk keterlibatan XL untuk memberikan solusi bagi pelaku bisnis kecil dan menengah di Indonesia. Dengan Inovasi dan rekam jejak yang baik, GroupM, sebuah perusahaan media global, memilih solusi iklan mobile Adreach terpilih menjadi 'Most Trendsetting Partner in 2014'.

Lebih jauh lagi, XL mengembangkan sistem komputasi awan bagi pelaku usaha UKM dengan layanan Usahawan. Usahawan yang merupakan Solution-as-a-Service, yang menggabungkan layanan piranti lunak dan infrastruktur. Layanan yang dimulai pada Oktober 2014 ini dimulai dengan edukasi, sosialisasi, *road show* dan kegiatan pengembangan komunitas Usahawan.

Adding Values through Digitizing Societies

We work together with our business partners and interact with customers in order to provide feasible products and services as well as provide benefits to customers, both individual and corporate. XL provides innovative products and services and added value to become the choice for customers.

Modern telecommunications is more than a mere necessity and also reflects a lifestyle, just as a simple hand phone turns into a smart phone, with the various features new growth. This development drove XL's Digital Service Business Unit to develop Digital Entertainment products for entertainment, social interaction and gaming.

Besides this, XL provides solutions for digital advertising and commercial promotion with AdReach. We developed AdReach together with Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI), entrepreneur communities, banks and other corporations. For Small Medium Enterprises (SME) in Indonesia, UKM Goes Mobile supports SMEs in Indonesia with advertising that is low cost, effective and efficient, opening up wider product marketing opportunity.

XL's innovation of UKM Goes Mobile was based on XL's to provide a solution for small and medium businesses in Indonesia. With innovation and a good track record, GroupM, a global media company, awarded Adreach mobile advertising as 'Most Trendsetting Partner in 2014'.

Further, XL developed a cloud computing solution for SMEs with Usahawan service. Usahawan is a Solution-as-a-Service that combines a software service with infrastructure. The service started in October 2014 with education, socialization, a road show and activities to develop the Usahawan community.

Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

Pelanggan adalah pemangku kepentingan utama XL yang mempengaruhi keberlanjutan usaha Perseroan. XL merupakan perusahaan telekomunikasi yang fokus dan berorientasi kepada pelanggan, dan berupaya untuk untuk memperoleh kepercayaan dan kepuasan bagi pelanggannya. Kami melakukan ini dengan cara menyediakan produk yang handal, jangkauan dan kualitas jaringan yang luas, kualitas layanan, harga, proses pembayaran, dan layanan pelanggan yang bermutu tinggi.

XL telah membentuk Direktorat Manajemen Layanan sebagai unit yang bertanggung jawab atas upaya perlindungan dan peningkatan kepuasan pelanggan. Kontak dengan pelanggan diselenggarakan melalui XL Center, XPLOR, dan Call Center XL selain dengan menggunakan media sosial. Perbaikan dan peningkatan layanan pelanggan yang telah dilakukan XL juga membuahkan berbagai penghargaan nasional maupun internasional.

Kami di XL mendengar apa yang menjadi faktor pendorong kepuasan yang utama, keluhan dan masukan pelanggan, kemudian memformulasikan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk itu, XL mengadakan survei kepuasan pelanggan dengan Net Promotor Score yang dilaksanakan pada tahun 2014 dengan nilai 31 untuk Customer Service. Selain itu, XL juga mengadakan survei kepuasan pelanggan yang diselenggarakan sendiri, dengan skor pencapaian 82.

XL juga menetapkan standar internal untuk kualitas layanan melalui dua aspek pelayanan pelanggan yaitu dengan penelepon misterius dan solusi pada panggilan pertama. Di samping itu, XL juga mengukur standar layanan yang diatur oleh Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI). Dengan sistem yang dimiliki, XL dapat melampaui kriteria layanan yang ditetapkan oleh BRTI.

Enhancing Our XL Customer Satisfaction

Customers are a key XL stakeholder, affecting Company sustainability. XL is a telecommunication company that is customer oriented, striving to gain trust and satisfaction from all customers. We do this by providing reliable products, wide coverage through a quality network, service quality, competitive price, smooth payment process and high quality customer service.

XL established the Service Management Directorate as the unit responsible to protect and improve customer satisfaction. Contact with customers is done through the XL Center, XPLOR, and Call Center XL in addition to social media. Improvement of customer service has also been appreciated with XL gaining various national and international awards.

We listened for factors that enhance customer satisfaction, customer complaints and input, then we formulate strategy to improve customer satisfaction. For this purpose XL conducted customer satisfaction survey using Net Promotor Score in 2014 with score 31 for Customer Service. Besides, XL also conducted in-house customer satisfaction survey with score 82.

XL establishes internal standards and service quality using two customer service mechanisms: mystery caller and first call solution. Besides these, XL also measures service standards as regulated by the Indonesian Telecommunication Regulatory Authority (IRTA). With our existing system, XL exceeded the service criteria set by IRTA.

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence

Penjualan dan Produk yang Bertanggung Jawab

Semua produk, layanan dan kebijakan yang dikeluarkan XL telah memenuhi kebutuhan pelanggan yang sesuai dengan prinsip *fast*, *simple*, dan *value*. XL berkomitmen melindungi hak-hak konsumen yaitu hak untuk mendapatkan informasi yang benar, jelas, dan jujur, hak supaya keluhan mereka didengar dan perselisihan diselesaikan, dan hak untuk mendapatkan pelayanan baik dengan cara yang adil dan tidak diskriminatif.

Pada kegiatan promosi XL telah merumuskan kebijakan internal yang ketat sebagai panduan pemasaran untuk publikasi dan promosi pemasaran. Semua iklan dan promosi dibuat sesuai dengan Kode Etik Periklanan dan UU Perlindungan Konsumen.

Untuk memastikan pelanggan memperoleh perlindungan dan informasi yang jelas, Call Center memegang peranan penting dalam mengkomunikasikan fitur produk dan layanan serta penjelasan hak-hak konsumen kepada pelanggan. Oleh karenanya, XL selalu menyempurnakan kinerja Call Center dengan meningkatkan kemampuan karyawan untuk mendengarkan, menjelaskan, dan menjawab berbagai permintaan informasi terkait produk termasuk keluhan dari pelanggan kami.

Menjaga Privasi Pelanggan XL

Keamanan informasi juga menjadi risiko yang terus menjadi perhatian XL. XL harus memastikan kerahasiaan dari data pelanggan dan informasi perusahaan yang sifatnya rahasia dijaga setiap saat. Hal ini di capai melalui penyediaan kerangka kerja keamanan informasi yang terstruktur dan terintegrasi di seluruh aktivitas perusahaan, dan melakukan uji coba secara berkala. Kepada seluruh karyawan XL dan mitra kerja, kami melarang siapapun mengungkapkan data pelanggan kepada pihak luar, kecuali diwajibkan oleh hukum.

Responsible Selling and Product Responsibility

All products, services and policies of XL fulfill the needs of customers and follow the fast, simple and value principles. XL is committed to protecting customer rights to obtain correct and clear information, fair treatment, to have their complaints heard and solved and to receive fair and non-discriminative service.

For promotional activities, XL had formulated strict internal policy as marketing guidelines for publication and marketing promotion. All advertisement and promotion were made according to Advertising Code and Customer Protection Law.

To ensure that customers will get suitable protection and information, the Call Center plays an important role to communicate product and service features and to communicate customer rights. For that, XL always improves Call Center performance by improving employee ability to listen, explain and respond to any inquiries related to products, including customer complaints.

Maintaining XL Customer Privacy

Information security is a risk that garners XL's attention. XL always ensures that privacy of customer data and classified Company information is kept at all times. This is done through providing a framework for information security that is structured and integrated within every activity within the Company, and is subject to periodic testing. To all XL employees and partners, we prohibit anyone from disclosing customer data to external parties, except as required by law.

Dengan penerapan yang konsisten pada area ini, selama 2014 tidak terdapat insiden dari pemangku kepentingan yang terkait dengan ketidakpatuhan pada pelabelan produk dan jasa, komunikasi marketing maupun terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan.

With consistent implementation in these areas, throughout 2014, there were no incidents of non-compliance reported by stakeholders regarding product and service labelling, marketing communication or complaints regarding breaches of customer privacy.

Jangkauan Luas XL: Lebih Berkualitas, Lebih Luas

Indonesia merupakan Negara dengan ribuan pulau yang disatukan oleh lautan, sehingga menyediakan sarana komunikasi sambungan tetap (*fixed line*) menjadi tantangan tersendiri. Oleh karenanya telekomunikasi seluler atau nirkabel merupakan salah satu solusi untuk memenuhi kebutuhan komunikasi masyarakat secara efektif dan efisien.

Dalam menjawab tantangan ini, XL memperluas jangkauan dan peningkatan pelayanan dengan menerapkan program “Best-in-class Distribution”, yang dilakukan dengan bermitra dengan diler-diler berkinerja terbaik yang memiliki keeksklusifan dalam mengelola distribusi produk XL di pelosok tanah air.

XL Wide Coverage: Better Quality, Wider Coverage

The Indonesian archipelago is united by oceans, so that fixed line communication is a challenge. Therefore cellular or wireless communication is a clear solution to fulfil the needs of society for effective and efficient communication.

In answering this challenge, XL extended its coverage and improved service by implementing “Best-in-class Distribution”, conducted in partnership with best performance dealers who gained exclusiveness in managing the distribution of XL products throughout the country.

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence



Pemeriksaan dan perawatan berkala oleh pekerja XL adalah salah satu faktor kunci sukses pencapaian keunggulan operasional XL.

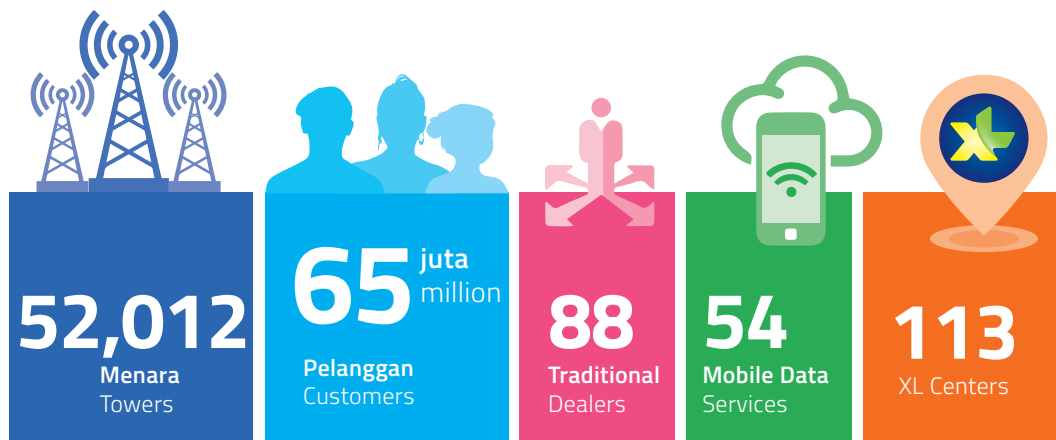
Periodic checking and maintenance by XL employees is one of key success factors to achieve XL's operational excellence.

Untuk pengembangan jangkauan dan dalam rangka memberikan yang terbaik bagi pelanggan, setiap tahun XL mengalokasikan lebih dari 60% dari belanja modal untuk investasi jaringan infrastruktur. Dengan jaringan yang semakin luas dan optimal, maka kualitas layanan kepada lebih dari 65 juta pelanggan XL akan lebih baik dengan cakupan yang lebih luas (*Better quality and wider coverage*).

To expand coverage and also provide best service to customers, every year XL allocates more than 60% of capital expenditure for infrastructure investments. With a wider and optimum network, the quality of service to more than 65 million of XL customers will be better and offer wider coverage.

Data Operasional Operating Data

	2013	2014	
Prabayar (ribuan)	60,172	59,220	Prepaid (thousand)
Pasca-bayar (ribuan)	377	423	Post-paid (thousand)
Total Pelanggan (ribuan)	60,549	59,643	Total User Base (thousand)
Total BTS (2G/3G)	44,946	52,012	Total BTS (2G/3G)
2G	29,878	36,006	2G
3G	15,068	16,006	3G



XL Sustainability Governance

Kami meyakini bahwa tata kelola perusahaan yang baik harus menjadi fondasi pertumbuhan yang kokoh dan prioritas utama di setiap kegiatan bisnis Perseroan, penerapan tata kelola akan meningkatkan akuntabilitas dan kinerja Perseroan secara keseluruhan. Untuk merealisasikannya, setiap tahun XL melakukan perbaikan pada praktik tata kelola perusahaan yang baik berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola yang diadopsi oleh XL.

Kepatuhan

XL berkomitmen untuk mematuhi semua peraturan mengenai Tata Kelola Perusahaan dan persyaratan hukum yang berlaku dalam menjalankan kegiatan usahanya. Dalam melakukan kegiatan dan mengambil keputusan, Dewan Komisaris, Direksi dan semua karyawan selalu berlandaskan pada undang-undang dan peraturan yang berlaku.

Sejumlah kebijakan dan prosedur telah ditetapkan untuk mendukung mengawasi berbagai kegiatan dan operasional XL yang diimbangi dengan kegiatan sosialisasi yang senantiasa dilakukan terus-menerus.

Profesionalisme

XL selalu menjunjung tinggi profesionalisme dalam menjalankan kegiatan usaha dan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat, termasuk para pemegang saham dan pemangku kepentingan. Seluruh karyawan dan manajemen XL menerapkan standar etika bisnis yang tinggi untuk memastikan kepatuhan manajemen maupun para karyawan terhadap kerangka standar dan pedoman XL, sekaligus memberikan layanan terbaik kepada pelanggan dan pengalaman berbisnis terbaik kepada mitra usaha vendor serta pemasok.

XL juga telah menjalankan sejumlah mekanisme untuk menangani keluhan dan masukan dari pelanggan, serta melakukan pemeriksaan secara berkala atas mekanisme tersebut guna penyempurnaannya.

XL Sustainability Governance

We believe that good corporate governance is the foundation for firm growth and a priority in every business activity of the Company. Implementation of governance will improve overall Company accountability and performance. To realize this, every year XL carries out improvement to corporate governance based on the governance principles adopted by XL.

Compliance

XL is committed to comply with all prevailing GCG codes and regulatory requirements in running the business. All activities and decisions taken by the Board of Commissioners (BoC), the Board of Directors (BoD) and all employees are based on existing laws and regulations.

Sets of policies and procedures are all in place to support and secure XL's operational activities and are balanced with continuous socialization activities conducted within XL.

Professionalism

XL always firmly adheres to professionalism in implementing business and providing services to society, including shareholders and stakeholders. All XL employees and management implement the highest business ethics to ensure that all management and employees adhere to XL's framework and guidelines while at the same time delivering the best services to customers and the best business experience to partners and vendors.

XL has also created a number of mechanisms to deal with complaints and customers' feedback, and also review these mechanisms on a regular basis for improvements.

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence

Keandalan

Demi mempertahankan kepercayaan dari para pemangku kepentingan, XL menjalankan kegiatan usaha secara bertanggung jawab dan transparan melalui pengungkapan informasi dan penyediaan kemudahan akses dalam memperoleh informasi. Untuk memperkuat kepercayaan tersebut, bagian Manajemen Risiko XL bertugas untuk mengelola risiko dan menjaga adanya peluang terkait dengan tujuan organisasi, sementara Auditor Eksternal memberikan keyakinan memadai pada pemangku kepentingan lainnya, termasuk masyarakat, bahwa informasi keuangan perusahaan disusun dalam semua hal yang material berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku.

Keberlanjutan

XL membangun usahanya dengan berlandaskan pada prinsip keberlanjutan, yang memperhitungkan dampak jangka panjang dari berbagai kegiatan saat ini. XL sangat percaya bahwa komitmen kepada pelanggan adalah salah satu pilar utama untuk keberlanjutan kegiatan usaha XL.

Reliability

Aiming to maintain the trust of XL stakeholders, XL conducts accountable and transparent business by disclosing information and providing them with easy access to information. To strengthen this trust, XL Risk Management has accountability to design and implement the correct framework to effectively manage risks and seize opportunities related to organizational goals. External Auditors provide reasonable assurance to outside stakeholders and the general public that the Company's financial information is prepared all material respects in accordance with generally accepted accounting principles.

Sustainability

XL builds its business based on the principle of sustainability, which takes into account the long-term impacts of its current activities. XL firmly believes that commitment to customers serves as one of the key principal pillars of XL business sustainability.

Strategi Manajemen Risiko

XL berkomitmen untuk menerapkan Manajemen Risiko dan kami telah mengadopsi ISO 31000 dalam pelaksanaan Enterprise Risk Management. Untuk mengelola risiko di seluruh kegiatan perusahaan, semua risiko diidentifikasi, dinilai, dikelola, dan dipantau secara terkoordinasi, terintegrasi, dan didokumentasikan secara berkala. Komite Manajemen Risiko dan Kelangsungan Bisnis, Direksi dan Dewan Komite Audit meninjau semua risiko secara berkala untuk mengkomunikasikan dan membahas risiko-risiko utama.

Departemen Manajemen Risiko memfasilitasi Direksi dalam menentukan risiko strategis Perseroan berdasarkan rencana bisnis Perseroan, dan mempertimbangkan semua aspek yang mempengaruhi. Penanganan risiko dilakukan berdasarkan rating risikonya untuk memastikan pengelolaan risiko dilakukan dalam batas toleransi.

Risk Management Strategy

XL is committed to implement Risk Management and we already adopted ISO 31000 in implementation of Enterprise Risk Management. To manage risk throughout Company activities, all risk is identified, assessed, controlled and monitored as well as coordinated, integrated and documented. The Risk and Business Continuity Committee, BOD and Audit Committee review all the risks on a periodic basis to communicate and discuss the risk together.

The Risk Management Department facilitates the BOD with determining Company strategic risk based on Company business plan, and considering all influencing aspects. Risk control is done based on the risk rating to ensure that risk is managed within acceptable levels.

XL telah membentuk Komite Risiko dan Kontinuitas Usaha yang sesuai dengan peraturan Bank Indonesia. Fungsi utama Komite Risiko dan Kontinuitas Usaha adalah untuk memastikan bahwa setiap aksi, kegiatan, produk dan/atau jasa korporasi sudah selaras dengan kelangsungan bisnis tanpa mengesampingkan risiko dan pencegahan serta proses mitigasinya serta untuk menanamkan disiplin penilaian risiko dalam setiap pembahasan manajemen.

Penjelasan komprehensif tentang manajemen risiko XL dapat dibaca di Laporan Tahunan XL Axiata 2014.

Kode Etik

Untuk membangun integritas yang tinggi, Perseroan telah merumuskan Kode Etik Perusahaan yang terintegrasi dengan Kode Etik Bisnis. Kode Etik mengatur semua kegiatan bisnis Perseroan dan karyawan di semua level dengan tujuan untuk membentuk Perusahaan yang bersih dari korupsi, kolusi dan nepotisme dan dapat dipercaya oleh pemangku kepentingan (*"Clean Company Policy"*).

Kode etik ini mewajibkan semua karyawan untuk mematuhi dan melaksanakan tanggung jawab utama, yaitu:

- Mengembangkan suasana kerja internal yang bersih dan menyenangkan bagi semua karyawan.
- Mengembangkan pengalaman "layak dipercaya" untuk pelanggan kami.
- Mengembangkan kemitraan bisnis yang bersih dengan pihak ketiga dengan mematuhi prosedur dan kebijakan Perseroan.

Kode Etik Bisnis disosialisasikan secara terus-menerus kepada semua karyawan untuk mendorong pemahaman dan pelaksanaannya. Sosialisasi dilakukan dengan dokumen *on-line* dan surat elektronik kepada semua karyawan perihal informasi terakhir tentang Kode Etik Bisnis.

XL has established the Risk and Business Continuity Committee to comply with Bank Indonesia regulations. The main functions of the Risk and Business Continuity Committee are to ensure that every corporate action, activity, product and/or service is already aligned with business continuity without overriding the risk prevention and mitigation process as well as to instill the discipline of risk assessment in every management discussion.

A comprehensive explanation regarding XL Risk Management can be obtained in XL Axiata Annual Report 2014.

Code of Conduct

To develop high integrity, the Company established the Company Code of Conduct integrated with the Business Code of Conduct. The Code of Conduct regulates all Company business and employees with aims to create a Company that is free of corruption, collusion, and nepotism and trusted by all stakeholders (*"clean company policy"*).

The Code of Conduct requires all employees to abide and carry out their main responsibilities to:

- Develop a clean and pleasant internal working atmosphere for all employees
- Develop a "trustworthiness" experience to our customers
- Develop clean business partnerships with third parties in compliance with Company policies and procedures.

The Code of Conduct is continuously socialized to all employees to improve understanding and implementation. Socialization takes place by means of *on-line* documents and emails to all employees regarding the last update of the Code of Conduct.

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence

Pencegahan dan Pengelolaan Fraud

Internal *fraud* adalah suatu pelanggaran secara sengaja atas standar/prosedur dan/atau Kode Etik Perusahaan yang dilakukan oleh karyawan dan/atau keluarga karyawan dan/atau kerja sama antara karyawan/keluarga karyawan dengan pihak ketiga, yang terjadi di lingkungan Perseroan atau menggunakan sarana Perseroan dan mengakibatkan kerugian baik langsung/tidak langsung, *tangible/intangible* baik bagi XL maupun pelanggannya untuk meningkatkan keuntungan secara tidak wajar bagi pelaku baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penanganan fraud diatur dalam Mekanisme Pelaporan Pelanggaran (*Whistleblowing Mechanism*). Dengan kebijakan ini, XL telah memiliki pedoman dalam mencegah, mendeteksi dan melakukan tindakan korektif atas risiko *fraud*.

Upaya Kami untuk Melindungi Lingkungan

Upaya perlindungan dan pelestarian lingkungan merupakan isu global yang juga menjadi perhatian utama dalam operasi telekomunikasi. Pada bisnis telekomunikasi, isu ini tidak hanya merujuk pada proses bisnis, tetapi juga pada penggunaan perangkat penunjang bisnis yang ramah lingkungan. Bisnis telekomunikasi telah dituntut untuk menjawab tantangan global untuk menciptakan komunikasi yang efisien energi dan menggunakan teknologi hijau.

Komitmen XL adalah berfokus pada pengurangan jejak lingkungan dan operasi yang lebih ramah lingkungan yang dilakukan dengan menerapkan teknologi penggunaan energinya optimum dan *cost-effective*, serta mengelola limbah agar dampak penggunaan sumber daya alam dan timbulan limbah dapat diminimalkan.

Operasi XL juga dapat terdampak dari perubahan iklim yang dapat mengakibatkan kerusakan maupun gangguan pada berbagai perangkat dan infrastruktur telekomunikasi, memperpendek masa pakai, berpotensi mempengaruhi mobilitas operasional maupun kegiatan perawatan infrastruktur di lapangan. Risiko ini berimplikasi pada pendapatan dan operasi XL, untuk menyikapinya XL telah memiliki *Business Continuity Plan* sebagai langkah antisipasi jika terjadi gangguan signifikan pada operasi XL.

Fraud Prevention and Mitigation

Internal fraud is an intentional violation of standards/procedures and/or Code of Conduct performed by employees and/or families of employees and/or cooperation between employees/families of employees and third parties, that occur in the Company's environment using the Company's facilities and resulting in direct/indirect, tangible/intangible losses for XL or its customers to gain advantages unfairly for the perpetrator either directly or indirectly.

Fraud mitigation is regulated under the Whistleblowing Mechanism. With this policy, XL has set the guidelines in preventing, detecting, and mitigating as corrective action for the risk of fraud.

Our Effort to Protect the Environment

The effort to protect and conserve the environment is a global issue that is also a main concern in telecommunication operations. In the telecommunication business, the issue not only refers to business process, but also to the use of green business support equipment. The telecommunication business is now required to create energy efficient communication and use green technology.

XL is committed to reducing its environmental footprint and have more environmentally friendly operations through the use of technology with optimum energy, cost effectiveness, and waste control so that the adverse impacts of natural resource usage and waste generation can be minimized.

XL operations may also be impacted by climate change as it may led to damage and disturbance to telecommunication equipment or infrastructure, reducing age of life, as well as affecting operational and infrastructure maintenance mobility in the field. This risk may affect XL income and operation. Based on this XL has established a Business Continuity Plan with anticipatory measures should there be significant interruption to XL operations.

Sejak tahun 2009, XL mencanangkan gerakan XL Green Movement untuk ikut melestarikan lingkungan dari ancaman kerusakan dan respon kami terhadap pemanasan global. Green Movement difokuskan pada upaya untuk mengurangi dampak merugikan terhadap lingkungan dari operasi kami dan dalam rangka menanamkan kepedulian lingkungan dalam lingkup organisasi.

Energi

Energi listrik digunakan untuk pengoperasian jaringan telekomunikasi, *data center*, dan kantor-kantor XL (Head Office, Regional Office, Grha XL, MSC, Network Building), sedangkan Bahan Bakar Minyak dipakai untuk pengoperasian bahan bakar generator pada menara komunikasi yang tidak dijangkau jaringan listrik dan keperluan transportasi.

Smart Electricity dilakukan dengan otomatisasi dan sentralisasi pengaturan penerangan dan pendingin ruangan (AC) di semua gedung XL. Sistem yang telah diterapkan sejak 2006 ini dapat mereduksi pemakaian listrik hingga 10%.

Di *data center*, XL menerapkan standarisasi sistem pendingin untuk mengurangi *running hours* unit pendingin tanpa mengurangi kapasitas dan kualitas pendinginan. Kami mengatur ulang rack server agar mendapatkan pendinginan yang optimum dan ke depan kami akan menerapkan *containment system* di dalam *data center* untuk lebih meningkatkan efisiensi dan mengurangi konsumsi listrik.

Greener BTS

Sejak tahun 2010, XL mengembangkan Base Transceiver Station (BTS) yang hemat energi dan ramah lingkungan, dengan BTS yang hemat energi ini, XL mampu menghemat Total Cost Ownership dan menjadikan XL lebih kompetitif. Fokus Green BTS adalah optimasi sistem pendinginan dan modernisasi teknologi BTS. Inisiatif tersebut adalah:

- Intelligent Ventilation Cooling System (IVS) yang menggabungkan penggunaan kipas angin DC dan Air Conditioning (AC) sebagai sistem pendingin di BTS, kipas membantu mempercepat tercapainya temperatur pendinginan yang dikehendaki sehingga meringankan kerja AC. Penggunaan IVS telah mengurangi waktu pengoperasian AC hingga 30%.

Since 2009, XL has followed the XL Green Movement to participate in environmental conservation, from any threat of disaster to a response to global warming. The XL Green Movement is focused on reducing adverse impacts to the environment from our operations and to instill environmental awareness within the organization.

Energy

Electrical Energy is used to operate the telecommunications network, data center, XL offices (Head Office, Regional Offices, Graha XL, MSC, Network Building), while fossil fuel is used to operate power generators in communication towers in remote areas (those without access to the power grid) and for transportation.

Smart Electricity is done with automation and centralization of lighting and air conditioning in every XL office. The system has been implemented since 2006 and has reduced electrical usage by 10%.

In the data center, XL implemented a standardized cooling system to reduce running hours of cooling units without reducing the capacity and quality of cooling. We reset rack servers to get optimum cooling and in the future we will implement a containment system in the data center to improve efficiency of electrical usage.

Greener BTS

Since 2010, XL has operated Base Transceiver Stations (BTS) which are energy saving and environmentally friendly. By this use of energy saving BTS, XL can reduce Total Cost Ownership, making XL more competitive. The focus of Green BTS is optimization of the cooling system and modernization of BTS technology. The initiatives are:

- Intelligent Ventilation Cooling System (IVS) that combines the use of fans and air conditioning in BTS cooling systems. The fan helps to reach desired temperatures so reducing AC loads. The use of IVS has reduced AC operation time up to 30%.

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence

- Penggunaan BTS Single RAN yang bisa menggabungkan beberapa tipe BTS menjadi satu BTS yang hemat ruang, daya, dan teknologinya mampu beradaptasi dengan evolusi gadget masa depan. Penggunaan teknologi ini dapat menekan konsumsi energi hingga 60%.
- Green BTS-modernisasi jaringan dengan perangkat berteknologi terkini yaitu "Green BTS", yang mampu menghemat penggunaan energi hingga 50%. Efisiensi ini dimungkinkan karena perangkat Green BTS mengirim dan menerima menggunakan teknologi 3G.
- Hybrid System Charge Discharge Battery (CDC) pada BTS yang berada di pelosok yang tidak terjangkau jaringan listrik, yang menggunakan generator solar. Pada sistem ini pasokan utama listrik berasal dari baterai sedangkan genset berada dalam posisi siaga untuk mengisi ulang tegangan baterai hingga kembali penuh hanya pada saat diperlukan. Dengan sistem CDC, waktu hidup genset dapat dikurangi hanya 11 jam sehari, sehingga mereduksi konsumsi solar hingga sekitar 54% dari sebelumnya.
- Refrigeran R410-sejak 2005, Sistem pendingin BTS dan kantor-kantor XL menggunakan refrigeran R410 sebelumnya memakai R22. Refrigeran R410 merupakan jawaban XL atas komitmen pencegahan pengrusakan lapisan ozon, karena R410 memiliki indeks potensi perusakan ozon sebesar '0' (ODP=0). Jenis refrigeran ini juga memiliki Coefficient of Performance tiga kali lebih baik daripada R22, sehingga konsumsi energinya lebih rendah.
- Use of BTS Single RAN that combined several type of BTS into single BTS with less space, low power, and technology capable to adapt to future gadget evolution. The use of this technology could decrease energy consumption up to 60%.
- Green BTS modernization of advanced technology such as Green BTS to save energy usage up to 50%. This efficiency is possible due to the Green BTS peripherals which transmit and receive using 3G technology.
- Hybrid System Charge Discharge Battery (CDC) in BTS situated in remote area not having access to power grid, therefore using diesel power generator. In this system main power is supplied by battery while the power generator in standby mode to recharge the battery to fully charged only when needed. With CDC System, it will reduce diesel consumption up to 54% compare to before.
- Refrigerant R410-since 2005, BTS and XL office cooling systems started using R410, replacing R22. Refrigerant R410 was XL's answer to prevent ozone layer depletion, since the R410 has an ODP index of 0 (ODP=0). This type of refrigerant also has performance coefficient three times that of R22, lowering energy consumption.



10.575 Jumlah BTS Non-CFC
Total BTS Non-CFC

3.490 BTS IVS
BTS using IVS

10,575 Green BTS
Green BTS

Penggunaan Kertas

Sejak 2009, kami tidak lagi menggunakan kertas untuk tagihan bulanan pelanggan pasca bayar XL melainkan dengan surat elektronik (e-Billing). Keuntungan e-Billing adalah lebih tepat waktu, bebas sampah, dan aman dari penyalahgunaan identitas pelanggan. XL juga meminimalkan penggunaan voucher isi ulang pulsa dalam bentuk kertas dengan mendorong pemanfaatan isi ulang elektronik serta memperkecil ukuran voucher kertas menjadi seperlima dari ukuran semula.

Pada Tahun 2014 inisiatif e-Billing telah menghemat 30.456 rim kertas.

In 2014, e-Billing initiative saved 30,456 reams of paper.

Paper Usage

Since 2009, we no longer use paper for monthly billing for XL postpaid customers, instead using electronic mail (e-billing). Benefits of e-billing are timeliness, waste free, and secure from customer identity misuse. XL also minimizes use of paper top-up vouchers by encouraging use of electronic top up and reduce paper voucher size to a smaller dimension one fifth of original size.

Di lingkungan kantor XL kami mendorong agar karyawan melakukan aktivitas kantor tanpa kertas yaitu menggunakan kertas secara bolak-balik untuk keperluan dokumen internal. Secara bertahap kami menerapkan aplikasi *on-line* untuk slip gaji, buletin, formulir, dan nota dinas sehingga penggunaan kertas berkurang secara drastis.

In the XL office environment, we encourage employees for a paperless office by using both sides of paper for internal document needs. Gradually we implemented online applications for salary slips, forms, and notes so that the use of paper was drastically reduced.

Air dan Limbah Cair Domestik

Air digunakan di kantor-kantor XL untuk aktivitas domestik, sebagian besar dipasok oleh perusahaan air minum dan sebagian kecil bersumber dari air tanah yang penggunaannya mematuhi peraturan daerah setempat. Sejak 2008 XL melakukan daur ulang limbah domestik dari area perkantoran di Jakarta dengan menggunakan sistem Pengolah Air Limbah Biotech, hasilnya kemudian diolah unit Pengolah Air Bersih menjadi air bersih yang layak dipakai untuk keperluan tertentu.

Water and Wastewater

Water is used in XL offices for domestic activities, mostly supplied by municipal water company with a small amount supplied from groundwater in compliance with applicable local regulation. Since 2008 XL has done domestic water recycling in the Jakarta office area by using Biotech Wastewater Treatment Plants, the output was treated in Water Treatment Plants to be clean water for various uses.

Sampah

Sampah dari kegiatan domestik dan operasional XL yang bersifat bukan limbah bahan beracun dan berbahaya (non-B3) seluruhnya dikelola oleh mitra kerja XL. Sejauh mungkin sampah padat dipergunakan kembali atau diserahkan kepada pihak ketiga untuk didaur ulang. Sedangkan timbulan limbah B3 dari operasional XL berasal dari oli bekas dari perawatan mesin-mesin genset. Semua oli bekas dikelola oleh kontraktor dengan sistem kontrak servis.

Waste

Waste generated from domestic activities and operations not categorized as hazardous waste was entirely managed by XL partners. As much as possible, solid wastes were reused or recycled by a third party. Hazardous waste generation from XL operational activities are generated from used oil of power generator maintenance. All used oil is managed by contractors under contract service terms.



77.79^{Ton}

kertas/tahun yang dihemat dengan e-billing*
paper/year saved by e-billing*



5,000^{Liter}

air/hari yang dihemat dari daur ulang air limbah
water/day saved using recycled wastewater

Komitmen Terhadap Keunggulan Operasional Commitment to Operational Excellence

Kontribusi XL bagi Pembangunan Nasional

Sebagai negara dengan jumlah penduduk hampir 250 juta, pasar telekomunikasi Indonesia menduduki peringkat ketiga di Asia Pasifik. Pertumbuhan ekonomi Indonesia pada 2014 mencapai 5,02%, walaupun merupakan pertumbuhan terendah dalam lima tahun terakhir, tetap memiliki peluang untuk tumbuh lebih tinggi dan lebih pesat termasuk di sektor telekomunikasi.

XL memberikan kontribusi bagi pembangunan nasional dengan berbagai cara baik secara langsung maupun tidak langsung. Kontribusi langsung diperoleh dari kegiatan usaha Perseroan, serta pajak dan retribusi yang dibayarkan kepada pemerintah. Secara tidak langsung XL mendorong perekonomian melalui penyediaan layanan telekomunikasi yang dimanfaatkan untuk kegiatan sosial dan ekonomi masyarakat hingga ke pelosok Indonesia.

Kontribusi XL dalam pembangunan juga diwujudkan dalam penyediaan lapangan kerja dan dealership serta mitra kerja dalam ekosistem rantai nilai XL yang menciptakan peluang aktivitas ekonomi. Mitra bisnis XL terdiri dari diler dan vendor di seluruh wilayah hampir semuanya merupakan UKM, sementara vendor XL terdiri dari perusahaan nasional dan multinasional. Hingga akhir 2014, XL memiliki 116 diler rekanan dan berinteraksi dengan lebih dari 1.100 vendor. XL juga didukung lebih dari 238.159 gerai ritel UKM independen di 132 area klaster.

Untuk memilih mitra kerja, XL memiliki pertimbangan untuk sedapat mungkin memanfaatkan potensi lokal di mana lokasi kantor berada, sepanjang semua persyaratan dapat terpenuhi. Pengertian lokal dalam hal ini adalah peralatan atau tenaga kerja yang berasal dari Indonesia. Dalam konteks tersebut, pada 2014 lebih dari 80% pembelian dilakukan pada pemasok lokal.

XL Contribution to National Development

As a country with more than 250 million in population, Indonesia ranks third in telecommunication market size in Asia Pacific. Indonesian economic growth in 2014 reached 5.02% although the lowest growth in the last 5 years, still shows potential to grow further and faster, including in telecommunication sector.

XL provides contributions to national development in various ways, directly and indirectly. Direct contribution is by Company business activity, taxes and fees paid to Government. Indirectly, XL fosters the economy by means of providing telecommunication services that can be used for social economic activities to every corner of Indonesia.

XL's contribution to development is also realized by providing employment and dealerships with our partners and within the ecosystem of XL's value chain, creating economic activities. XL business partners consist of dealers and vendors who are mostly Small Medium Enterprises, while XL vendors are national and multinational companies. By the end of 2014, XL was supported by 116 partner dealers and interacts with more than 1,100 vendors. XL is also supported by more than 238,159 independent SME retail dealers in 132 cluster areas.

In selecting business partners, XL attempts as far as possible to use local potential where the XL office is situated, as long as all requirements can be met. The term local in this context refers to goods and manpower sourcing from within Indonesia. In this context, in 2014 more than 80% of procurements were locally supplied.

Kewajiban Pelayanan Universal

Seluruh operator telekomunikasi saat ini memberikan kontribusi kepada pemerintah berupa pembayaran dana USO (Universal Service Obligation) sebesar 1,25% dari pendapatan kotor perusahaan, USO merupakan amanat dari operator kepada pemerintah untuk dipergunakan untuk membangun fasilitas dan jasa telekomunikasi di daerah terpencil dan daerah yang tidak menguntungkan di seluruh Indonesia.

Penyelenggaraan kewajiban USO dilaksanakan oleh pemerintah melalui Balai Penyedia dan Pengelolaan Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) dalam bentuk-bentuk program Pemerintah, seperti Desa Dering, Desa Pinter, PLIK dan MPLIK, dengan target Indonesia Connected tercapai pada tahun 2015.

Universal Service Obligations

All telecommunication operators in Indonesia today provide contributions to the Government via USO fee (Universal Service Obligation) at 1.25% of company gross revenue. The USO is a government mandate of all operators to be used to develop telecommunication facilities and services in remote or disadvantaged areas.

USO management is done by the Government through Balai Penyedia dan Pengelolaan Pembiayaan Telekomunikasi dan Informatika (BP3TI) in government programs such as Desa Dering, Desa Pinter, PLIK and MPLIK, which aims at Indonesia Connected by 2015.

dalam ribuan Rp | in thousand Rp

	2013	2014	
Pengeluaran pada Pemasok Lokal	719,413,106	727,697,637	Total Spent on Local Suppliers
Pengeluaran pada Pemasok non-lokal	167,938,252	141,937,521	Total Spent on non-Local Suppliers
Jumlah Pengeluaran	887,351,358	869,635,158	Total Spent
%pengeluaran pada Pemasok Lokal	81.07%	83.68%	% spent on local suppliers

dalam ribuan Rp | in thousand Rp

	2013	2014	
Pajak Pertambahan Nilai	4,306.67	4,219.05	Value Added Tax
Pajak Penghasilan	945.76	1,088.59	Income Tax
Lainnya	2.29	2.42	Others

869 Rp miliar
Rp billion

Belanja Modal
Capital Expenditure

60%

Investasi untuk
Infrastruktur
Investment for
Infrastructure

83.68%

Dibayarkan untuk Pemasok Lokal
Spent on Local Suppliers



Kepedulian Terhadap Masyarakat

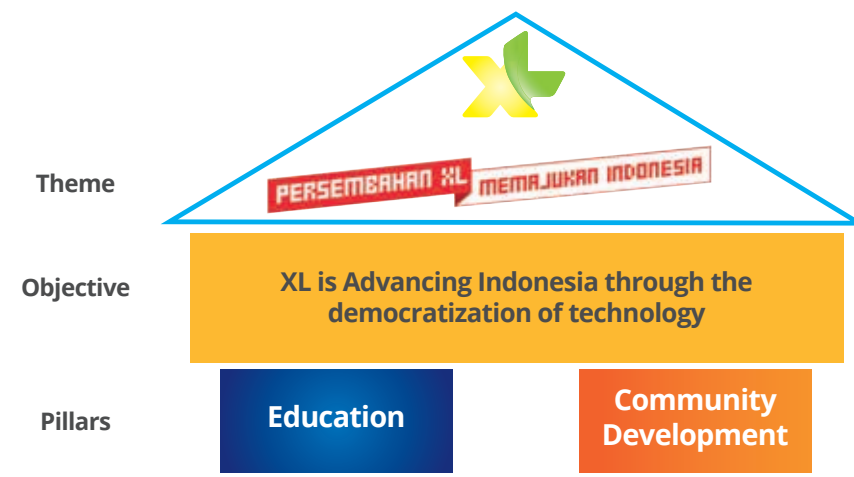
Community Care

Pendekatan yang Kami Lakukan

Di XL, tanggung jawab sosial adalah bagian tidak terpisahkan dari operasi bisnis perusahaan sehingga memiliki arti strategis bagi XL. Untuk mengelola kegiatan CSR (corporate social responsibility), XL memiliki tema besar "Persembahkan XL Memajukan Indonesia" dengan dua pilar utama yaitu pendidikan dan pengembangan masyarakat.

Our Approach

In XL, social responsibility is carried out as an integrated part of business operations and has strategic meaning for XL. To manage corporate social responsibility (CSR) activities, XL has a overarching theme: "XL's Dedication to Develop the Country". There are two main pillars: education and community development.



Sepanjang 2014, XL berinvestasi Rp15,14 miliar untuk investasi masyarakat dalam berbagai kegiatan CSR. Investasi masyarakat yang kami lakukan disalurkan untuk membantu meringankan beban korban bencana alam, pemberdayaan masyarakat dan program CSR yang ditujukan untuk mengembangkan generasi mendatang lewat program CSR unggulan kami yaitu XL Future Leader. Investasi sosial yang dilakukan XL dapat memberikan dukungan bagi mereka yang membutuhkan dan membawa perbaikan bagi generasi muda.

XL dan Pendidikan

sangat berkomitmen untuk membangun keunggulan sumber daya manusia dan untuk itu kami membuat program untuk berbagi aset berharga tersebut demi kepentingan Bangsa Indonesia. XL memberikan kontribusi pengetahuan tentang pengembangan modal manusia tidak hanya untuk organisasi internal XL tetapi juga untuk masyarakat Indonesia.

Kaum muda dipilih sebagai sasaran utama dalam program ini. Hal ini sejalan dengan besarnya jumlah dan potensi kaum muda di Indonesia. Sampai beberapa dekade ke depan, struktur demografi Indonesia akan didominasi oleh golongan usia muda. "Bonus Demografi" ini tidak boleh ditinggalkan begitu saja. Bila tidak dikelola hal tersebut dapat berpotensi menjadi beban bagi bangsa dalam bentuk pengangguran, gangguan sosial, bahkan kekacauan sosial. Namun bila dikelola secara benar, kaum muda tersebut dapat menjadi pengungkit (leverage) bagi percepatan pembangunan berkelanjutan bagi bangsa.

Throughout 2014, XL invested approximately Rp15.14 billion in community investment for various CSR activities. Our community investments were distributed to assist in disaster relief, community development and CSR programs aimed at improving future generations via flagship program XL Future Leaders. XL social investment may provide relief to those in need as well as bring betterment for younger generations.

XL and Education

XL is very committed to developing human resources excellence and we have proactively developed a main program to provide this excellence for the benefit of the nation. XL contributes its knowledge regarding human capital development not only for the internal organization but also to Indonesian people.

Youth are selected as main targets in the program, in alignment with the large quantity of youth and their potential in Indonesia. In the next decades, the demographic structure of Indonesia will be dominated by younger age groups. This "Demographic Bonus" shall not be ignored. If the phenomena is not managed properly it will give a potential burden for the nation in the form of unemployment, social problems and even a social chaos. On the contrary, if managed properly, the youth will become a big leverage for acceleration of sustainable development of the nation.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

XL FUTURE LEADERS

XL Future Leaders (XLFL)-Mempersiapkan Para Pemimpin Masa Depan

Program membangun modal manusia untuk bangsa tersebut kami beri nama XL Future Leaders (XLFL). XLFL adalah sebuah kontribusi sosial XL yang bersifat strategis. Karena kami percaya bahwa Bangsa Indonesia akan memperoleh manfaat sangat besar bila negara ini memiliki kapasitas kepemimpinan internal yang prima.

Pemimpin besar akan mampu menciptakan pekerjaan di sektor swasta, mereka akan mampu memperbaiki pemerintahan dan kesejahteraan sosial, dan mereka memiliki pandangan ke depan untuk berinvestasi dalam bidang pendidikan. Tujuan kami adalah untuk memberdayakan pemimpin-pemimpin seperti ini.

Program XL Future Leaders dirancang secara unik untuk fokus pada pengembangan keahlian utama atau *soft skills*, yang dibutuhkan untuk menjadi seorang pemimpin yang dapat berkompetisi di level dunia. Proses pembelajaran dilakukan dengan metode baru yakni perpaduan antara kelas tatap muka (5 kali setahun), belajar dengan memanfaatkan program-program berbasis teknologi informasi dan komunikasi, serta aktivitas berbasis bisnis dan sosial lapangan.

Bila anda berminat berpartisipasi sebagai peserta program atau tertarik berperan untuk berkolaborasi dengan XL dalam mengembangkan program ini, silakan mengunjungi www.xlfutureleaders.com.

XL Future Leaders (XLFL)-Preparing Leaders of the Future

The program is called XL Future Leaders (XLFL). XL Future Leaders is a strategic social contribution of XL. We believe that Indonesian people will gain enormous benefits if the country has an excellent internal leadership capacity.

Leaders will be able to create jobs in the private sector, and they will be able to improve government and social well-being. These leaders will have a vision to invest in the education sector. Our aim is to empower these kinds of leaders.

XL Future Leaders program is uniquely designed to focus on development of soft skills, which are required to become world leaders. The learning method uses a combination of face-to-face classes (5 times a year), learning by utilizing information and communication technologies, as well as social activity in the field.

If you are interested to participate in the program or want to make a contribution or collaboration with XL in developing the program, please visit www.xlfutureleaders.com.

XL FUTURE LEADERS

LATAR BELAKANG/BACKGROUND

Merupakan XL Kontribusi sosial XL yang bersifat strategis. XL berbagi keunggulan mengelola modal manusia untuk memberikan solusi bagi "Bonus Demografi" Indonesia, yaitu dominannya jumlah usia muda sampai beberapa dekade ke depan yang merupakan potensi yang luar biasa berharga untuk dikembangkan.

Future Leaders is a strategic social contribution of XL by sharing excellence in managing human capital to provide solutions for the Indonesian "Demographic Bonus". This dominant proportion of youth age groups over the next decades provides a very big potential.

TUJUAN/GOAL

Membentuk program pengembangan kepemimpinan berkelas dunia untuk memberdayakan para pemimpin masa depan Indonesia, sesuai dengan Visi Indonesia 2030.

To develop a world class leadership development program to empower the future leaders of Indonesia, in alignment with Indonesian Vision 2030.

MEKANISME/MECHANISM

Dilakukan melalui Empat program: The Global Leaders Program, Local Scholarships, The XL E-Curriculum, dan CEO Challenge. Sasarannya adalah para mahasiswa tingkat akhir dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia yang terseleksi sangat ketat. Terdapat tiga kompetensi utama yang dikembangkan yaitu komunikasi efektif, inovasi dan kewirausahaan, dan mengelola perubahan.

Implemented through four programs: The Global Leaders Program, Local Scholarship, The XL E-Curriculum and CEO Challenge. The target are the final year students from various universities in Indonesia, very tightly selected. There are three main competences developed during the program, which are effective communication, innovation and entrepreneurship, and managing change.

PENCAPAIAN/ACHIEVEMENT

Sampai tahun 2014 telah 3 batch pelatihan diselenggarakan. Tahun 2014 ini batch-1 telah meluluskan 103 orang. Empat orang telah terpilih dalam CEO Challenge untuk menjalankan peran sebagai eksekutif puncak XL selama satu minggu penuh. Lebih dari 12.000 orang telah terdaftar mengikuti program pembelajaran online Global Thinking Class. Sebanyak 33 program sosial inovatif telah dilaksanakan oleh para peserta XL Global Leaders. Roadshow XLFL telah diikuti oleh 13.500 mahasiswa Inoonesia. Sekitar 200 mahasiswa telah memperoleh local scholarships.

Until 2014, three batches of XLFL training have been conducted. This year batch-1 graduated 103 students. Four persons were selected for the CEO Challenge to become XL top management for a whole week. More than 12,000 students have registered in the Global Thinking online class. Thirty three innovative social programs have been implemented by XLFL participants. The XLFL Roadshow has been attended by 13,500 students. About 200 students have been granted local scholarships.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Empat Program XLFL

1. The Global Leaders Program

Program ini menggabungkan *workshop* tatap muka dan pembelajaran *online* disertai dengan pengalaman langsung di dunia nyata. Bertujuan menyiapkan pesertanya untuk menjadi pemimpin di komunitas mereka, di perusahaan Indonesia, atau di perusahaan internasional, baik di Indonesia maupun di mancanegara.

Pembelajaran berbasis pengalaman ini difasilitasi oleh para pakar dengan menggunakan kurikulum XL. Kurikulum ini dibangun oleh para pemikir pendidikan terkemuka di dunia yang didasarkan pada hasil riset ekstensif terhadap kebutuhan dan aspirasi kaum muda Indonesia.

2. Local Scholarships

Program beasiswa penuh selama satu tahun yang menyediakan sumber daya yang diperlukan bagi para mahasiswa terpilih untuk mewujudkan mimpi mereka di berbagai perguruan tinggi terkemuka di Indonesia. Program juga disertai dengan pengembangan *soft skills* bagi para pesertanya.

3. The XL E-Curriculum (MOOC)

Program ini gratis dan terbuka untuk siapa saja. Ditujukan untuk mengembangkan kemampuan berkomunikasi, manajemen perubahan, dan kewirausahaan menggunakan pembelajaran *online*. Pengakses dapat menyesuaikan dan mengelola sendiri kebutuhan dan kecepatan pembelajarannya.

4. BOD Challenge

Sebuah program inovatif bagi para pemuda Indonesia yang terpilih dari seleksi ketat untuk membangun kepemimpinan dengan secara langsung menjalankan peran sebagai manajemen puncak XL selama satu minggu penuh. Program yang penuh tantangan, pengalaman strategis, dan wawasan global yang sangat berharga.

XLFL Four Programs

1. The Global Leaders Program

The program combines face-to-face workshops and online learning with direct experience in the real world. It is aimed to prepare participants to become a leader in their community, in Indonesian companies, or with international companies, in Indonesia as well as abroad.

This kind of experience-based learning is facilitated by experts using XL's curriculum. The curriculum was developed by globally distinguished educational thinkers based on extensive research on the needs and aspirations of Indonesian youth.

2. Local Scholarships

A full year scholarship program that provides resources needed by selected students to realize their dream in various outstanding universities in Indonesia. The program also provides soft skills development for its participants.

3. The XL E-Curriculum (MOOC)

The program is free and open to all, aimed at developing communication, managing change and entrepreneurship skills using online learning. Participants are allowed to adjust and self manage their own needs and pace of learning.

4. BOD Challenge

An innovative program for Indonesian youth, with tight selection, will develop their leadership abilities and directly play a real role as XL's top management for a whole week. The program is very rich with very valuable challenges, strategic experiences and global insights.



4 peserta pemenang BOD Challenge yang beruntung untuk merasakan menjadi Board of Director di XL Axiata selama 1 minggu penuh.

4 winners of the BOD Challenge get to experience being as XL Axiata BOD members for a week.

Proyek Komunitas Peserta XLFL-Partisipasi Langsung Kaum Muda dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia

Agar pengalaman teoretis dapat berpadu dengan pengalaman praktis, peserta XLFL Global Leaders, secara berkelompok, diwajibkan merancang dan mengeksekusi program komunitas sosial yang inovatif, mampu terap, dan memberikan manfaat nyata bagi komunitas sosial. Dengan bimbingan para pakar sesuai bidangnya, sepanjang tahun 2014 telah dilaksanakan 33 program komunitas sosial di berbagai wilayah di Indonesia.

1. Learning Experience Forum (LeaF): Banda Aceh, Aceh Nanggroe Darussalam

Peserta XLFL menyelenggarakan forum pembelajaran bagi pelajar di Aceh untuk memberi motivasi agar tingkat kelulusan ujian nasional meningkat. Bertempat di XL Center Banda Aceh, forum berlangsung sangat interaktif. Para pembicara menceritakan pengalamannya mengikuti berbagai program belajar di dalam dan luar negeri dan para peserta antusias bertanya kiat-kiat mereka mencapai keberhasilan. Di akhir acara, para peserta memberikan testimoni yang pada umumnya menyambut positif diadakannya forum tersebut.



XLFL Participant Community Project-Direct Participation of Youth to Realize Sustainable Development in Indonesia

In order to integrate theoretical knowledge with practical experience, XLFL Global Leader participants engage in executing social community programs that are innovative, actionable and providing real benefits to the community. With expert mentors, in 2014 participants joined with 33 social community programs conducted in many areas in Indonesia.

1. Learning Experience Forum (LeaF): Banda Aceh, Aceh Nanggroe Darussalam

XLFL participants conduct a learning forum for students in Aceh to motivate them in increasing the graduation rate of national tests. Located at XL Center Banda Aceh, the forum is conducted in an interactive way. The speakers told their stories in attending learning programs in Indonesia and abroad. On the other hand the participants enthusiastically asked about the tips of their success. At the end of the session, participants gave their testimonies regarding the event. Most of them were very pleased with the forum.

XL Future Leaders mengayomi para calon pemimpin bangsa untuk mengeksplorasi keunggulan yang mereka miliki agar mampu berkiprah secara signifikan dalam kancah kompetisi global.

XL Future Leaders nurturing the future nation's leaders to explore their excellence to be able to actively engage in global scale competition.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Proyek Komunitas Peserta XLFL- Partisipasi Langsung Kaum Muda dalam Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan di Indonesia

XLFL Participant Community Project-Direct Participation of Youth to Realize Sustainable Development in Indonesia





25. Explore Mandangin: Sampang, Madura

26. Save Mandangin Water: Sampang, Madura

27. S-CAMPOWER: Sampang, Madura

28. Gerakan Banyu Barasih (Clean Water Community): Martapura Timur, South Kalimantan

29. OL (Our Legislators): Lombok Barat, West Nusa Tenggara

30. Sekolah Pemimpin (School of Leader): Gowa, South Sulawesi

31. SIPAKATAU: Makassar, South Sulawesi

32. Anti Waste School Movement: Makassar, South Sulawesi

33. Books for the Nation: All over Indonesia

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

2. e-PuS (English Public Speaking) class: Medan, Sumatera Utara

Berlokasi di jalan Diponegoro No. 5 Medan (XL Center Region Medan), peserta XLFL membuka pelatihan public speaking dalam bahasa Inggris bagi remaja usia 16 hingga 23 tahun. Kesempatan ini disambut hangat oleh kalangan remaja di Medan yang bersemangat mengikuti pelatihan. Setelah mengikuti pelatihan, terlihat adanya peningkatan kemampuan dan kepercayaan diri dari peserta saat membawakan presentasi.

3. CARE (Cultural Action By Reading): Pekanbaru, Riau

Bertempat di PAUD Bening Kid's, Pekanbaru-Riau, peserta XLFL mengembangkan komunitas sosial yang bertujuan untuk melestarikan nilai-nilai budaya Melayu. Kegiatan yang dilakukan berbentuk diskusi mengupas buku/referensi mengenai budaya Melayu dan berbagi pengalaman. Kegiatan terbagi dua yaitu Taman Bacaan (*reading park*) dan diskusi media sosial (FB dan blog). Kegiatan ini berhasil membangun sebuah komunitas yang terintegrasi secara *online* maupun *offline* yang memiliki minat dan kesadaran yang sama terhadap kelestarian budaya Melayu. Anggota komunitas semakin lama semakin banyak karena forum diskusi yang terjadi sering kali sangat menarik dan memberikan wawasan baru.

4. Pemberdayaan UMKM: Padang, Sumatera Barat

Peserta XLFL mengadakan pelatihan bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Desa Air Tawar Barat, Padang-Sumatera Barat. Materi yang diberikan meliputi berbagai aspek yang dibutuhkan untuk meningkatkan kemampuan pelaku usaha dalam mengelola usahanya. Peserta mengakui manfaat yang mereka peroleh dari pelatihan untuk lebih meningkatkan skala usahanya. Beberapa pelaku usaha peserta pelatihan telah menjajaki kemungkinan menjalin kerja sama untuk mengambil peluang bisnis yang lebih besar lagi.

5. Rumah Pintar Bhineka: Bengkulu, Bengkulu

Peserta XLFL mengadakan program pendidikan luar sekolah bagi anak-anak keluarga petani di Bengkulu. Bertempat di PAUD Anita, Tanah Patah-Kota Bengkulu, kegiatan dilakukan dua kali seminggu. Setiap hari Selasa adalah kelas Kreativitas yang mengeksplorasi kreativitas

2. e-PuS (English Public Speaking) class: Medan, North Sumatera

Conducted at XL Center Region Medan, training on English public speaking for youth from 16 to 23 years old was organized by XLFL participants. The opportunity was eagerly accepted by youths in Medan who happily attended the training. After the training, it was shown that their skills and confidence in conducting a presentation in English did improve.

3. CARE (Cultural Action By Reading): Pekanbaru, Riau

Located at PAUD Bening Kid's, Pekanbaru-Riau, XLFL developed a social community that aims to preserve traditional values of Melayu's culture. The activities are in the form of books and discussions regarding the Melayu culture as well as experience sharing conducted by Reading Park and social media discussion (Facebook and Blog). The activities develop a community of similar interests and awareness for the preservation of Melayu's culture by means of integrating online and offline events. Community membership is getting bigger and bigger since the discussion forum is very interesting and provides new insights.

4. SMEs Empowerment: Padang, West Sumatera

XLFL participants conducted a training for micro, small and medium enterprises at Air Tawar Barat Village, Padang-West Sumatera. Training contents are geared to improve business players in managing their businesses. They confessed that they got benefits from the training to improve their business scale. Some of the participants are in the process of developing a cooperation to seize more substantial business opportunities.

5. Rumah Pintar Bhineka: Bengkulu, Bengkulu

XLFL participants conducted an out of school education for farmer's children in Bengkulu. Located at PAUD Anita, Tanah Patah-Kota Bengkulu, a twice a week program is carried on. Tuesday is creativity class, which explores children's creativity or with inviting inspirational

anak-anak atau mengundang pembicara inspiratif, sedangkan Sabtu adalah kelas Bahasa Inggris atau Sejarah. Manfaat kegiatan ini sangat terasa bagi anak-anak. Nilai pelajaran sejarah dan bahasa Inggris mereka di sekolah meningkat pesat. Di samping itu, anak-anak menjadi lebih terbuka dan berani berinteraksi kepada orang yang baru dikenalnya.

6. Proyek Daur Ulang: Serang, Banten

Terinspirasi oleh Komunitas Nara Kreatif yang membantu anak jalanan mengembangkan kreativitasnya dan menjadi mandiri, peserta XLFL memberikan pelatihan bagi anak-anak di Serang-Banten, untuk mengolah barang bekas/limbah menjadi produk yang bermanfaat dan bernilai jual. Peserta XLFL juga membantu promosi dan pemasarannya. Hasilnya, kegiatan daur ulang kreatif menjadi kegiatan baru yang menyenangkan bagi masyarakat Serang dan produk yang dihasilkan menjadi nilai tambah bagi lingkungan. Anak-anak dan ibu-ibu pun kini memiliki kegiatan pengisi waktu luang yang menghasilkan pendapatan rumah tangga dan membantu biaya sekolah.



speakers, while Saturday is English or history class. The children receive benefits from the program as seen in their marks in school regarding English and history which increased significantly. The children also become more open and confident to interact with other people.

6. Proyek Daur Ulang: Serang, Banten

Inspired by Komunitas Nara Kreatif that assists street children in improving their creativity to empower themselves, XLFL participants are conducting training for children in Serang-Banten to creatively process waste into useful products with a selling value. XL participants also assist them in promotion and marketing of the products. The result is that creative recycling has become a new and cheerful activity for one of Serang's communities. The produced goods provide added value for the environment. Children and mothers practice valuable activities in their spare time which provides income for their households and contributes to cover school expenses.

Mahasiswa XL Future Leaders memberikan pelatihan anak jalanan untuk mengembangkan kreativitas dan kemandirian.

XL Future Leaders students giving training to street children to develop their creativity and independency.

7. Fun Rhythm: Bandung, Jawa Barat

Peserta XLFL memfasilitasi kegiatan luar sekolah (fun learning) di setiap akhir minggu untuk anak-anak penghuni kompleks lokasi Saritem, Bandung. Kegiatan ini bertujuan untuk menggali kreativitas anak-anak dan mengenalkan mereka metode belajar yang menyenangkan dan kreatif. Anak-anak juga diajak melakukan kegiatan di beberapa kampus perguruan tinggi di Bandung.

7. Fun Rhythm: Bandung, West Java

XLFL participants facilitated an out of school activity (fun learning) every weekend to children in disadvantaged areas in Saritem, Bandung. The activities are aimed at exploring children's creativity and introducing them to fun and creative learning methods. The children are also connected with activities on some university campuses in Bandung.

8. Pelatihan MEA: Bandung, Jawa Barat

Peserta XLFL mengadakan pelatihan kepemimpinan bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah di Bandung. Pelatihan juga dimaksudkan untuk menyiapkan pelaku usaha

8. Pelatihan MEA: Bandung, West Java

XLFL participants conducted leadership training for micro, small and medium enterprise in Bandung. The training also aims at preparing business players to face the ASEAN free market

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

menghadapi pasar bebas ASEAN di mana persaingan dunia usaha akan semakin ketat. Di sisi lain, akan terbuka peluang pasar yang lebih luas lagi untuk memasarkan produk mereka ke seluruh negara ASEAN. Oleh karena itu, para pelaku usaha harus menjalankan usaha dengan lebih sistematis dan jeli menangkap peluang bagi produknya.

9. CEO+: Bogor, Jawa Barat

Peserta XLFL mengadakan camp pelatihan kepemimpinan kreatif untuk pelajar sekolah menengah atas (SMA) di Bogor. Dalam kesempatan tersebut peserta XLFL membagi pengetahuan yang telah mereka dapatkan selama mengikuti program XL Future Leaders terutama mengenai kompetensi inti. Para pelajar SMA mendapatkan pengetahuan yang berharga yang dapat mengasah *soft-skill* mereka yang selama ini belum tergalai secara optimal.

10. Indonesia Melek MEA (IndoMEA): Depok, Jawa Barat

Berangkat dari kesadaran bahwa kesepakatan MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) yang berimplikasi masuknya barang, jasa serta tenaga kerja berkeahlian tinggi dari negara-negara ASEAN hanya tinggal beberapa bulan lagi. Untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mahasiswa Indonesia mengenai MEA, Peserta XLFL membentuk gerakan "IndoMEA" bertempat di Universitas Indonesia. Gerakan ini berhasil membuka kesadaran peserta dan menginspirasi mereka untuk lebih mempersiapkan diri menghadapi tingkat kompetisi dunia kerja yang akan semakin ketat dengan lebih meningkatkan keunggulan kompetitif pribadi.

11. Active and Fun English Learning: DKI Jakarta

Proyek ini dilaksanakan di Panti Nurul Iman, Menteng Atas Jakarta. Kegiatannya adalah meningkatkan kemampuan dan rasa percaya diri berbahasa Inggris untuk anak yatim piatu. Peserta XLFL berkeyakinan bahwa peningkatan kemampuan dan keberanian berbahasa Inggris akan membuat anak-anak yatim piatu tersebut semakin luas wawasannya. Mereka akan dapat memahami dan mengakses berbagai sumber informasi dalam bahasa Inggris. Hasilnya, saat ini seluruh peserta Active and Fun English Learning lebih aktif untuk mencari pekerjaan dan lebih bersemangat untuk berusaha mengubah nasib mereka menjadi lebih baik di masa depan.

where the business competition is becoming tougher. On the other hand, the free market will open more market opportunities to sell products across all ASEAN countries. Accordingly, business players should conduct their businesses in a more systematic and keen way to catch the opportunities for their products.

9. CEO+: Bogor, West Java

XLFL participants conduct training camps on creative leadership for high school students in Bogor. Here XLFL participants share their knowledge that they got during attending the XL Future Leaders Program, particularly regarding core competencies. The students get valuable knowledge and are able to sharpen their soft skills, which had not been explored properly.

10. Indonesia Melek MEA (IndoMEA): Depok, West Java

The impact of ASEAN Economic Community (MEA), which includes penetration of goods, services and high skilled labor from ASEAN countries into Indonesia, will come into effect in the coming months. To improve awareness and understanding by Indonesian university students, XLFL participants facilitate a movement of "IndoMEA", located at Universitas Indonesia. The movement has improved students' awareness as well as inspired them to prepare themselves to face the higher job competition by improving their personal competitive advantages.

11. Active and Fun English Learning: DKI Jakarta

The project was conducted at Panti Nurul Iman, Menteng Atas Jakarta. The activity is improving skills and confidence to use the English language for orphans. XLFL participants believe that improvement of skills and confidence in using English will expand the orphans' outlooks. They will understand and access new information sources in English. This activity gives immediate results with participant of Active and Fun English Learning becoming more active to seek jobs and more eager to change and improve their destinies.

12. Mengaktifkan Organisasi Sosial “Pelangi” (Peduli Anak untuk Negeri): DKI Jakarta

Pelangi adalah sebuah organisasi yang bergerak di bidang sosial dengan misi membantu anak-anak pra-sejahtera di kawasan Menteng Atas, Kuningan-Jakarta Selatan. Organisasi ini sempat cukup lama vakum tidak melakukan kegiatannya. Peserta XLFL berupaya merevitalisasi aktivitas Pelangi melalui pembenahan organisasi. Peserta XLFL juga ikut melibatkan diri dalam berbagai kegiatan sosial Pelangi sejak bulan Juli hingga Desember 2014. Saat ini, tata kelola organisasi Yayasan Pelangi menjadi lebih baik sehingga mendapat kepercayaan dari tiga mitra yang mendukung kegiatannya.

13. Proyek Happiness: DKI Jakarta

Peserta XLFL melaksanakan kegiatan di kalangan anak-anak pelajar murid sebuah SD Negeri di Pejaten, Jakarta Selatan. Pelaksanaan proyek ini bekerja sama dengan Komunitas Buku Berjalan. Tujuannya adalah untuk menumbuhkan minat baca dan kemampuan bercerita di kalangan anak-anak. Di dalam kegiatan ini, Peserta XLFL membacakan sebuah buku secara interaktif, yaitu dengan memberikan kesempatan untuk anak-anak agar mereka mengembangkan sendiri cerita yang sudah dibaca. Anak-anak juga belajar memanfaatkan internet untuk mencari berbagai pengetahuan yang mereka inginkan. Proyek ini dinamakan Happiness karena mempunyai misi menebarkan kegembiraan bagi anak-anak.

14. Pengembangan Masyarakat Bersama Nara Kreatif: DKI Jakarta

Peserta XLFL memberikan pendampingan bagi sebuah komunitas pengembangan masyarakat bernama Yayasan Nara Kreatif di daerah Kramat Jati, Jakarta Timur. Yayasan Nara Kreatif merupakan komunitas wirausaha sosial yang merangkul anak-anak jalanan termasuk yang berkebutuhan khusus, dan mendidik mereka mengolah barang-barang bekas menjadi produk yang bermanfaat. Pendampingan dilakukan dengan memberikan edukasi mengenai konsep *branding*, pemasaran dan *e-commerce*, agar hasil karya anak-anak binaan Nara Kreatif dapat lebih dikenal masyarakat, bernilai tambah maksimal dan memiliki jaringan pemasaran yang lebih luas. Selama periode pendampingan Juli-Desember 2014, Yayasan Nara Kreatif berhasil memperluas pasar sehingga jumlah pembeli dan angka penjualan meningkat.

12. Revitalization of Social Organization of “Pelangi” (Peduli Anak untuk Negeri): DKI Jakarta

Pelangi is a social organization which engages in the mission to assist poor children in the Menteng Area, Kuningan-Jakarta Selatan. As the organization had not been active for a certain period, XLFL participants attempted to revitalize Pelangi's activities through organizational upgrading. They became involved in various social activities of Pelangi from July to December 2014. Recently, the governance of Pelangi Foundation's organization was improved, and therefore, they got acceptance from three partners to support their activities.

13. Happiness Project: DKI Jakarta

XLFL participants conducted many activities for students of elementary schools in Pejaten, Jakarta Selatan. The project was carried on in collaboration with Komunitas Buku Berjalan (The Traveling Book Community). The goal is to improve interest in reading and storytelling among the children. In the activity, XLFL participants read a book in an interactive way and let the students create their own stories from the books. The students also learned to utilize the internet to search what they were interested in. The project is called Happiness because it has a mission to spread happiness to children.

14. Community Development with Nara Kreatif: DKI Jakarta

XLFL provided assistance for a community development organization called Nara Kreatif located at Kramat Jati, Jakarta Timur. The Nara Kreatif Foundation is a social entrepreneurial community which engages with street children including disabled children, educating them to process used goods into useful products. Assistance was conducted by providing education regarding branding concepts, marketing and e-commerce to make the products of the Nara Kreatif children recognized by society, having a maximum added value and broader marketing network. During the assistance period from July-December 2014, the Nara Kreatif Foundation increased markets so therefore numbers of buyers and selling also increased.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

15. Pengembangan Kewirausahaan: DKI Jakarta

Peserta XLFL melakukan pendampingan kewirausahaan di daerah Jakarta Selatan. Pendampingan diberikan kepada para lulusan SMK yang telah mulai menjadi pelaku usaha mikro dengan omset di bawah satu juta rupiah. Pengetahuan yang diberikan adalah konsep pembukuan sederhana, strategi *branding*, dan pemasaran produk. Tujuannya adalah agar peserta pendampingan dapat lebih kreatif lagi dalam mengembangkan usahanya dan meningkatkan pendapatan.

16. Capable Disable: DKI Jakarta

Proyek yang dilaksanakan di daerah Jakarta Barat ini bertujuan mengembangkan jaringan bisnis yang melibatkan dan memberdayakan para penyandang cacat di bidang usaha seni kerajinan. Peserta XLFL membantu para penyandang disabilitas pengrajin seni untuk meningkatkan branding hasil karya mereka agar mempunyai nilai jual lebih baik dan membantu pemasarannya ke berbagai kalangan. Hasilnya adalah terbukanya akses kepada calon pembeli baru dan kesempatan bagi pengrajin untuk meningkatkan kualitas karyanya.

17. Membangun Kreativitas: DKI Jakarta

Proyek ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan dan kreativitas para waria di daerah Manggarai, Jakarta. Keterampilan yang diajarkan diharapkan dapat bermanfaat bagi mereka untuk mulai berwirausaha atau bekerja di tengah masyarakat dan menghilangkan stigma negatif kepada mereka. Agar berdampak berkelanjutan, para waria tersebut diharapkan dapat meneruskan keterampilan dan kemampuan kreatif yang telah mereka miliki kepada rekan lainnya.

18. Komunitas Hidung Merah: DKI Jakarta

Kelompok peserta XLFL mengadakan pelatihan pengembangan kepemimpinan bagi anak-anak yang tergabung dalam Komunitas Hidung Merah, Jakarta. Selain untuk menemukan bakat anak-anak, juga dimaksudkan untuk membukakan peluang ekonomi bagi komunitas tersebut.

15. Entrepreneurship Development: DKI Jakarta

XLFL participants provided entrepreneurship assistance in South Jakarta. The assistance is delivered to graduates of Vocational High Schools (SMK) who have been engaged in a micro business with sales less than one million Rupiah. The knowledge shared included simple accounting, branding strategy and product marketing. The goal is to make participants able to improve their creativity in improving their businesses and increasing their revenue.

16. Capable Disable: DKI Jakarta

This project, located in West Jakarta, is aimed at improving the business network and empowering disabled people to engage in art crafting. XLFL participants assisted them to improve the branding of their crafts to have better selling value and assisted with marketing into various markets. Access to new buyers was opened. The craft makers also had opportunity to improve the quality of their products.

17. Develop Creativity: DKI Jakarta

This project is aimed at developing skills and creativity of the transgendered in Manggarai-Jakarta. The transferred skills are expected to make them start their own business or working within society, erasing negative stigma. To be able to give a sustainable impact, the transgendered are expected to transfer the learned skills and capabilities within their community.

18. Hidung Merah Community: DKI Jakarta

This XL participant group conducted training on leadership development for children of the Red Nose Community (Komunitas Hidung Merah) in Jakarta. It is aimed to identify the talents of the children as well as creating economic opportunities for the community.

19. Bercocok Tanam Untuk Anak Perkotaan: Deresan, Jawa Tengah

Bertempat di SD Negeri Deresan 1, Jawa Tengah, peserta XLFL memberikan pelatihan untuk menarik minat anak-anak untuk gemar bercocok tanam memanfaatkan lahan yang tersedia. Kegiatan ini juga merupakan bentuk edukasi mengenai ancaman krisis pangan di masa depan dan meningkatkan kesadaran anak-anak untuk ikut membantu mengatasinya dengan meningkatkan kemandirian pangan. Kini, sepanjang wilayah Deresan telah semakin menghijau oleh tanaman sayur-mayur maupun tanaman keras yang ditanam oleh anak-anak. Beberapa di antaranya telah memberikan hasil yang dapat langsung dikonsumsi ataupun diolah menjadi berbagai jenis makanan.

20. Kelompok Anak Cinta Lingkungan (Kancil): Yogyakarta dan Temanggung, Jawa Tengah

Peserta XLFL membuat program pengembangan kewirausahaan sosial dengan nama "Kancil" (Kelompok Anak Cinta Lingkungan) di SDN Bakti Karya, Yogyakarta dan SSDN 1 Gandon, Temanggung. Dalam kegiatan ini, anak-anak diajarkan untuk mengolah limbah organik menjadi pupuk dan mengolah limbah anorganik (kertas, plastik, kaleng) menjadi berbagai karya seni atau barang-barang lain yang bermanfaat. Tujuan program adalah meningkatkan kesadaran anak-anak mengenai lingkungan, mendorong mereka untuk menjadi duta lingkungan bagi keluarga dan kelompoknya, serta menggali ide-ide kreatif mereka untuk menghasilkan karya yang menghasilkan pendapatan.

21. Gerakan Save Street Children (SCC): Yogyakarta

Kelompok Save Street Children (SSC) Jogja adalah salah satu komunitas sosial di kota Yogyakarta yang peduli dengan anak jalanan. Peserta XLFL bekerja sama dengan SCC melakukan kegiatan merangkul anak-anak jalanan di Yogyakarta terutama di sekitar jalan Mangkubumi dan Malioboro. Anak-anak tersebut diberikan pendampingan secara intensif agar mereka tidak melakukan tindakan-tindakan yang melanggar hukum dan mau kembali bersekolah. Kegiatan ini diyakini memberi dampak pada penurunan angka kriminalitas yang dilakukan anak jalanan dan beberapa di antara mereka telah kembali bersekolah.

19. Cultivation for City Children: Deresan, Central Java

Located at Deresan State Elementary School 1, Central Java, XLFL participants provided training to attract children's interest to cultivate their available land. This activity also educates participants regarding the threat of a food crisis in the future and to improve children's awareness to improve food security. Recently, Deresan Village area is become greener with horticulture as well as tree planting by the children. Some of the plants can be directly consumed or processed into various foods.

20. Kelompok Anak Cinta Lingkungan (Kancil): Yogyakarta and Temanggung, Central Java

XLFL participants created a social entrepreneurship development program called "Kancil" (Kelompok Anak Cinta Lingkungan) at State Elementary School (SDN) Bakti Karya, Yogyakarta and SDN 1 Gandon, Temanggung. In this activity, students were taught to process organic waste into compost and inorganic waste (paper, plastic and metal) into art handicrafts or other beneficial goods. The goals of the program are to improve children's awareness regarding environmental issues, to encourage them to become environmental ambassadors for their families and groups, and to explore their creative ideas to produce salable crafts to generate revenue.

21. Save Street Children (SCC): Yogyakarta

Save Street Children (SSC) Jogja Group is a social community in Yogyakarta which cares for street children. XLFL participants in collaboration with SCC conducts activities to embrace street children in Yogyakarta, particularly around Mangkubumi and Malioboro Streets. The children are intensively assisted in order to have them not violate laws and be willing to go to school again. The activity is believed to provide positive impacts in the decrease of the criminality rate of street children. Some of them are going to school again.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

22. Pelatihan Bahasa Inggris Untuk Pengemudi Becak: Yogyakarta

Peserta XLFL memberikan kursus singkat percakapan sehari-hari bahasa Inggris untuk pengemudi becak di kawasan Malioboro, Yogyakarta. Para pengemudi becak sangat antusias mengikuti pelatihan dan selesai mengikuti pelatihan menjadi lebih percaya diri melayani para wisatawan asing. Dampaknya sangat dirasakan oleh mereka karena pelanggan wisatawan asing bertambah dan penghasilan meningkat. Saat ini, peminat pelatihan dari kalangan pengemudi becak lainnya terus bertambah.

23. Edukasi Air Bersih Untuk Anak-Anak: Surabaya, Jawa Timur

Bertempat di SDN Keputih 245 Surabaya, peserta XLFL mengadakan kegiatan edukasi untuk meningkatkan kesadaran anak-anak mengenai manfaat air bagi kehidupan, ketersediaan air di alam, dan bagaimana memelihara lingkungan agar ketersediaan sumber air bersih terjaga. Peserta XLFL berharap para siswa SD tersebut dapat menjadi duta air bersih di antara teman-teman dan keluarganya agar tumbuh kesadaran menjaga lingkungan, menghemat penggunaan air dan menjaga kebersihan.

24. Menulis Indonesia: Sampang, Madura

Pulau Mandangin adalah sebuah pulau kecil di Kabupaten Sampang, Madura. Akses menuju pulau ini harus menggunakan kapal kecil dari kota Sampang, sekitar setengah jam perjalanan. Pulau ini merupakan pulau yang sangat indah sehingga berpotensi sebagai daerah tujuan wisata baru. Peserta XLFL memberikan pelatihan bagi remaja karang taruna untuk membangun website yang berisi promosi objek wisata pulau Mandangin dan kehidupan masyarakatnya. Selain menggali keterampilan remaja Mandangin untuk menulis mengenai segala hal tentang Mandangin, mereka juga dilatih untuk menjadi administrator website. Adanya *website* tersebut akan membuat keindahan pulau Mandangin semakin dikenal luas dan semakin banyak wisatawan datang berkunjung.

25. Explore Mandangin: Sampang, Madura

Kelompok lain dari peserta XLFL mengajak remaja karang taruna pulau Mandangin membuat proyek pembuatan video profil dan peta wisata pulau

22. English Language Training for Pedicab Drivers: Yogyakarta

XLFL participants provide short courses of colloquial English for pedicab drivers in Malioboro, Yogyakarta. They very enthusiastic in attending the course. After the training, they become more confident in providing service for foreign tourists. The impact is very direct because the foreign tourist customers have increased and their revenue has also increased. Recently, other becak drivers became interested in taking this course.

23. Clean Water Education for Children: Surabaya, East Java

Conducted at SDN Keputih 245 Surabaya, XLFL participants organized educational activities to increase children's awareness regarding benefits of water for life, water availability in nature, and how to preserve the environment in order to protect the availability of clean water sources. XLFL participants hoped that the elementary students can become clean water ambassadors for their friends and families to improve awareness to protect the environment, safe water consumption and a clean environment.

24. Write Indonesia: Sampang, Madura

Mandangin Island is a small island in Kabupaten Sampang, Madura. A 30 minute trip in a small boat is usually used to access the island. This very beautiful island has big potential to become a new attraction for tourists. XLFL participants conducted training for youth of "Karang Taruna" to develop a website containing promotion of tourist sites on Mandangin Island as well as the story of its lifestyle. The youth are trained to explore their writing potential to write about Mandangin. They were also trained to be website administrators. The website will make the beauty of Mandangin become widely recognized and tourist visits will increase.

25. Explore Mandangin: Sampang, Madura

Another group of XL participants worked together with Karang Taruna of Mandangin Island to create a video profile and tourist map to be published on

Mandangin untuk dipublikasikan melalui *website* Mandangin. Peserta XLFL juga melatih remaja/penduduk setempat untuk menjadi pemandu wisata.

26. Save Mandangin Water: Sampang, Madura

Tidak tersedianya sumber air bersih yang memadai menjadi bagi peningkatan kesehatan masyarakat dan pengembangan potensi wisata di di Mandangin. Kelompok peserta XLFL berinisiatif membangun instalasi air bersih dengan sistem distilasi air laut. Masyarakat diajak ikut serta bergotong-royong sekaligus melatih mereka untuk menjaga dan memelihara instalasi tersebut. Ketersediaan instalasi air bersih baru sangat disambut gembira dan telah meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat Mandangin.

27. S-CAMPOWER: Sampang, Madura

Peserta XLFL adalah memberikan pelatihan bagi pelaku usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di pulau Mandangin agar keterampilan mereka dalam mengelola usahanya meningkat. Pelatihan mencakup pembukuan sederhana, kiat-kiat promosi dan mengenal segmen pasar dengan lebih baik untuk memasarkan produknya. Dengan pelatihan tersebut diharapkan para pelaku usaha lokal dapat meningkatkan skala usahanya dan masyarakat yang belum berusaha menjadi tergerak untuk berwirausaha menjual ragam produk UMKM lainnya.



28. Gerakan Banyu Barasih (Clean Water Community): Martapura Timur, Kalimantan Selatan

Masyarakat Desa Mekar, Martapura Timur-Kalimantan Selatan yang bermukim di sekitar sungai Martapura mengalami kesulitan mendapatkan air bersih karena air sungai

the Mandangin Website. XLFL participants also trained youth and local community members to become tourist guides.

26. Save Mandangin Water: Sampang, Madura

The unavailability of sources of clean water is a constraint for the improvement of community health and development of tourism on Mandangin. A group of XLFL participants constructed a water treatment facility using sea water distillation. The community embraced this and asked to working together to build the facility as well as train them to guard and maintain the installation. The availability of the new water treatment facility is very well accepted by the community and has improved the health of Mandangin inhabitants.

27. S-CAMPOWER: Sampang, Madura

XLFL participants provided training for micro, small and medium enterprises on Mandangin Island in order to improve their skills in managing and growing their businesses. The training content included simple accounting, promotion tips and better understanding of market segments to sell their products. Through the training it is expected that local businessman can increase their business scale and other community members who had not become entrepreneurs will be motivated to do so.

Mahasiswa XL Future Leaders memberikan pelatihan promosi dan pengembangan pasar untuk pengusaha UKM dalam meningkatkan skala usaha.

XL Future Leaders students giving training in promotion and market development for SME entrepreneurs to upscale their business.

28. Gerakan Banyu Barasih (Clean Water Community): Martapura Timur, South Kalimantan

Inhabitants of Desa Mekar Village, East Martapura– South Kalimantan who live along Martapura River find it difficult to obtain clean water. The river has been polluted, including

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Martapura, sumber air bersih mereka, telah tercemar berbagai jenis limbah termasuk logam berat. Peserta XLFL berinisiatif membangun instalasi penyaringan air bersih untuk masyarakat. Untuk pendanaan proyek, peserta XLFL mengajak partisipasi masyarakat, beberapa perusahaan sponsor dan pemerintah daerah. Pembangunan instalasi dilaksanakan secara gotong-royong melibatkan masyarakat desa. Gerakan Banyu Barasih mendapat apresiasi luas dari masyarakat, pemerintah dan media serta menjadi proyek percontohan untuk instalasi penyaringan air bagi kelompok masyarakat lainnya.

29. OL (Our Legislators): Lombok Barat, NTB

Fenomena banyaknya calon anggota legislatif di pusat maupun di daerah yang mengalami depresi karena gagal terpilih menarik perhatian peserta XLFL. Bertempat di Rumah Sakit Jiwa Nusa Provinsi Tenggara Barat di Lombok Barat-NTB, peserta XLFL mengadakan sosialisasi mengenai pentingnya kesiapan mental serta merekomendasikan aspek kesehatan mental sebagai prasyarat tambahan bagi calon legislatif. Kegiatan tersebut mendapat apresiasi dari para calon anggota legislatif yang hadir. Hasil evaluasi yang dilakukan setelah sosialisasi menyatakan mereka secara mental siap bertarung di pemilihan legislatif.

30. Sekolah Pemimpin (School of Leader): Gowa, Sulawesi Selatan

Remaja Masjid Nurul Hasanah, Bone, Kabupaten Gowa-Sulawesi Selatan mendapat pelatihan kepemimpinan yang diselenggarakan peserta XLFL. Pelatihan tersebut memberikan perspektif baru bagi para remaja yang selama ini aktif mengadakan kegiatan di masjid maupun di organisasinya. Mereka diberikan pengetahuan cara mengorganisasikan kegiatan skala besar mulai dari perencanaan, penyusunan proposal, pengumpulan dana hingga ke penyelenggaraannya. Diharapkan, setelah mengikuti pelatihan, para remaja masjid dapat lebih kreatif dalam mengemas acara-acara keagamaan maupun acara lainnya.

heavy metals pollution. XLFL participants initiated an effort to build a water treatment facility for the community. The project is funded from the local community, sponsor companies and local government. The construction of the facility is carried on by involving the collaboration of villagers. The Banyu Barasih Movement is highly appreciated by the community, local government and media. The project has become a model for other water treatment facilities for other community groups.

29. OL (Our Legislators): Lombok Barat, West Nusa Tenggara

The phenomena for unsuccessful legislative candidates experiencing depression is an interesting issue for XLFL participants. Located at the Mental Rehabilitation Hospital of Nusa Tenggara Barat Province, XLFL participants conducted a dissemination regarding the importance of mental preparedness and providing recommendation to include mental health as an additional pre-requirement for legislative candidates. The dissemination is highly appreciated by candidates for legislatures who participated in the event. The result of event evaluation shows that the candidates became more mentally ready for competing in the legislative election.

30. Sekolah Pemimpin (School of Leader): Gowa, South Sulawesi

The youth of Nurul Hasanah Mosque, Bone, Kabupaten Gowa-South Sulawesi are trained on leadership conducted by XLFL participants. The training provides a new perspective for the youth participants who are actively organizing many activities and events in their mosque or organizations. They are also equipped with knowledge regarding substantial scale of events, starting from planning, proposal formulation, fund raising, until the execution of the event. It is expected that after attending the training, the mosque youth will be more creative in packaging religious as well as other events.

31. SIPAKATAU: Makassar, Sulawesi Selatan

Bertempat di jalan Masjid Al Ikhlas, Perumahan Dosen Tamalanrea, Makassar, peserta XLFL menyelenggarakan pelatihan pengembangan kepemimpinan dan pembangunan karakter untuk anak-anak. Di akhir pelatihan diketahui bahwa anak-anak peserta pelatihan memiliki bakat-bakat yang akan dapat mendukung pengembangan pribadinya bila difasilitasi dan dikembangkan dengan baik. Anak-anak juga memperlihatkan peningkatan rasa percaya diri dan kemampuan yang baik untuk beradaptasi di lingkungan baru.

32. Gerakan Sekolah Anti Sampah: Makassar, Sulawesi Selatan

Peserta XLFL mengadakan gerakan sekolah anti sampah di tiga sekolah dasar di Makassar, Sulawesi Selatan yaitu SD Inpres Jongaya, SD Negeri Rappocini dan SD Inpres Cilalang. Kegiatan ini bertujuan untuk membangun kesadaran dan kepedulian anak-anak terhadap kebersihan lingkungan, terutama lingkungan sekolahnya. Program lebih menekankan untuk menumbuhkan kesadaran pribadi melalui penyampaian yang persuasif sehingga anak-anak bisa menyimpulkan sendiri apa manfaat dari menjaga kebersihan lingkungan. Dampaknya terlihat dari lingkungan sekolah yang menjadi lebih bersih dan rapi karena anak-anak berinisiatif menjaga kebersihan lingkungan secara berkala.

33. Buku Untuk Negeri: Seluruh Indonesia

Peserta XLFL mendistribusikan buku-buku bekas sumbangan donatur kepada pihak-pihak yang membutuhkan di berbagai lokasi. Tidak hanya membagikan buku, tetapi juga bekerja sama dengan pemerintah daerah setempat membangun perpustakaan kecil di beberapa desa, sekolah dan kecamatan. Perpustakaan kecil tersebut mendapat sambutan hangat tidak hanya kalangan anak-anak, tetapi juga orang dewasa karena jenis buku yang tersedia sangat bervariasi. Hal ini menunjukkan bahwa minat baca masyarakat sebenarnya sangat tinggi, tetapi belum sepenuhnya dapat terlayani karena terbatasnya perpustakaan umum.

31. SIPAKATAU: Makassar, South Sulawesi

Located in Masjid Al Ikhlas, a lecturer community of Tamalanrea, Makassar, XLFL participants conducted training on leadership development and character building. At the end of the training it was revealed that the children have many talents that will support their personal development if properly facilitated and developed. The children also showed improvement in confidence and became more adaptive in new environments.

32. Anti Waste School Movement: Makassar, South Sulawesi

XLFL participants conducted an Anti Waste School Movement in three state elementary schools (SD Inpres Jongaya, SD Negeri Rappocini and SD Inpres Cilalang) in Makassar, Sulawesi Selatan. The goal is to develop understanding and awareness among the children to clean the environment, particularly around their schools. The program stressed developing personal awareness through a persuasive message so that the children can conclude by themselves what the benefits of caring for a clean environment are. The impact is immediate, where the school environment becomes more clean and tidy since the children took the initiative to care for school cleanliness periodically.

33. Books for the Nation: All over Indonesia

XLFL participants distributed donated books to anybody who wanted them. Not only distributing books, they also worked in cooperation with local government to establish a small library in many villages, schools, and subdistricts. The small libraries are enthusiastically embraced not only by children but also by adults since the books are very diverse. This shows that the reading interest of the people is quite high. This interest is not yet served properly due to limited access to public libraries.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

XL dan Pengembangan Masyarakat

XL and Community Development

Donation and Charitable Actions

Dengan pemahaman bahwa masih banyak penduduk Indonesia yang kurang beruntung, XL berkomitmen untuk mendukung Pemerintah untuk membantu memenuhi kebutuhan dasar masyarakat. Kami juga mengembangkan produk yang melibatkan dan mendorong kepedulian pelanggan untuk membantu masyarakat yang membutuhkan.

With the understanding that there still many disadvantaged people in Indonesia, XL is committed to support the Government of Indonesia to provide basic needs for such people. We also developed products and services that involve and encourage our customers to help people in need.

Disaster Response

Bencana alam yang semakin kerap terjadi di Indonesia mendorong XL untuk juga fokus pada kegiatan meringankan penderitaan korban bencana dan kegiatan pasca bencana. Termasuk di sini adalah upaya untuk segera menyediakan fasilitas komunikasi secepatnya di daerah yang terkena bencana.

The more frequent natural disasters in Indonesia has impelled XL to help disaster victims and support post-disaster activities. Included in this is the effort to provide communication facilities immediately in affected areas.

Connectivity Support to the Community

XL melakukan inisiatif pengembangan masyarakat yang selaras dengan kompetensi inti di bidang komunikasi dan informasi. Hal ini dicapai dengan pengembangan produk dan layanan yang dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi seluruh lapisan masyarakat.

XL initiated community development in harmony with our core competence in communication and information. This was achieved through development of products and services that provide economic and social benefits to the whole society.

Donasi dan Bakti Sosial XL

Hubungan XL dengan masyarakat dibangun atas keinginan tulus untuk senantiasa memberikan manfaat atas keberadaan kami dan memberi nilai tambah dari apa yang kami miliki terutama bagi masyarakat yang kurang beruntung. Program donasi, yang ditujukan untuk menyediakan kebutuhan dasar untuk masyarakat kurang mampu, dilakukan di tingkat regional dan juga secara mandiri di kantor-kantor region XL.

Our Donations and Charitable Actions

The relationship between XL and society is based on sincere aspiration to always bring the benefits of our presence and give value added from what we have especially to disadvantaged people. Donation programs, which aim to provide basic needs to disadvantaged people, were done in regional levels and independently in XL regional offices.

Bantuan Kesehatan

Program Layanan Kesehatan merupakan bagian dari rangkaian roadshow XL Peduli Bencana Nasional yang digelar di sekitar area yang terlanda banjir di wilayah XL Region Central. Meskipun beberapa lokasi tidak terkena banjir secara langsung, namun dampak banjir yang ditimbulkan oleh sisa-sisa bencana yang menimpa desa sekitar berdampak pada kesehatan warga. Bantuan berupa pemeriksaan kesehatan dasar dan obat-obatan diberikan untuk warga di sekitar Desa Tanjung Karang, Kudus; warga Kecamatan Patrol; warga Kota Yogyakarta; warga Kecamatan Sindang Panon, Bandung; warga Desa Legon Kulon Subang, dan warga Desa Bleberan, Gunung Kidul.



Health Assistance

A health assistance program was part of the XL Care in National Disaster roadshow that was launched in several surrounding areas affected by floods in the XL Central Region area. Although some of the areas were not directly affected by floods, the impact of floods from neighboring villages affected community health. Assistance in form of basic medical examinations and medication were provided to villagers in Tanjung Karang Village, Kudus; people of Patrol sub-district; people of Yogyakarta City; people of Sindang Panon sub-district, Bandung; people of Legon Kulon Village, Subang, and people of Bleberan Village, Gunung Kidul.

Donor darah oleh para karyawan XL, wujud sumbangsih untuk kemanusiaan.

Blood donation by XL employees, a reflection of contributions to human beings.

XL Region West mengajak masyarakat untuk mendonorkan darahnya sebagai bentuk kepedulian bagi sesama. Kegiatan donor darah juga menjadi sarana berinteraksi dan menjaga silaturahmi antara XL dengan mitra dan rekanan. Dari kegiatan ini, terkumpul 117 kantong darah yang disumbangkan kepada anak-anak penderita kanker melalui Yayasan Onkologi Anak Medan, PMI Pekanbaru, dan PMI Palembang.

XL Region West invited people for blood donations as care to others. Blood donations involve interaction and hospitality between XL and partners and suppliers. This drive collected 117 blood bags to be donated to children with cancer via Yayasan Onkologi Anak Medan, PMI Pekanbaru, and PMI Palembang.

Selain itu, XL Region East memperingati Hari Kusta Internasional dengan menggelar acara XL Peduli Kusta yang diadakan pada bulan Januari 2014 dan memperingati Hari Gizi Nasional dengan menggelar acara Anak Bergizi Anak Berprestasi, yang diadakan pada bulan Februari 2014.

Besides, XL Region East recognized International Leprosy Day by launching XL Care Leprosy held in January 2014 and celebrated National Nutrition Day by launching 'Children with Nutrition Children with Achievement', held in February 2014.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Pembangunan Jembatan Desa

XL membangun jembatan yang menghubungkan Desa Cigawir Kecamatan Selawi dan Kecamatan Limbangan Kabupaten Garut Jawa Barat. Jembatan dengan konstruksi baja ini dibangun dengan dana yang bersumber dari program CSR XL, Majelis Taqlim XL serta dana wakaf masyarakat yang dikumpulkan melalui program SMS Donasi.



Village Bridge Construction

XL constructed a bridge to connect Cigawir Village, Selawi sub-district and Limbangan subdistrict in Garut regency in West Java Province. The steel bridge was constructed with funds from XL CSR funds, Majelis Taqlim XL and community donations collected through SMS Donations.

Peletakan batu pertama pembangunan jembatan Desa Cigawir untuk meningkatkan aksesibilitas dan arus komoditas desa.

Corner stone laying ceremony for construction of Cigawir Village bridge to enhance accessibility and flow of village's commodities.

Dari hasil SMS Donasi, XL dan Rumah Wakaf Indonesia, XL juga menginisiasi pembangunan sebuah jembatan wakaf yang berlokasi di Desa Wanasari, Kecamatan Naringgul, Kabupaten Cianjur, Jawa Barat.

From SMS, XL and Rumah Wakaf Indonesia donations, XL also initiated construction of a bridge located in Wanasari Village, Naringgul sub district, Cianjur Regency, West Java.

CSR XL Lebaran 2014: Mudik Lebaran Gratis Bersama XL

Menjelang perayaan Hari Raya Idul Fitri 1435 H, XL menggelar program "Mudik Lebaran Gratis Bersama XL" yang diikuti oleh sejumlah masyarakat kurang mampu di wilayah Jabodetabek. XL menyiapkan armada bus besar sebanyak 4 bus untuk 200 anggota keluarga kurang mampu. Peserta dapat mengikuti program ini tanpa dipungut biaya. Seluruh biaya akomodasi, transportasi hingga jaminan asuransi peserta selama perjalanan dari tempat asal hingga tempat tujuan sepenuhnya ditanggung oleh XL.

CSR XL Lebaran 2014: Eid Homecoming with XL

Close to the celebration of Eid Al-fitr Day 1435H, XL launched "Free Eid Homecoming with XL" participated in by disadvantaged people from the Jabodetabek area. XL prepared 4 large buses for no less than 200 disadvantaged families. Participants may join this program for free. All cost of accommodation, transportation and insurance for the trip were borne by XL, from departure to destination.

XL Act to Sibayak

XL bersama para blogger dan media sosial melakukan pendakian dan aksi bersih-bersih Gunung Sibayak karena banyaknya sampah bekas pendaki gunung yang berserakan di sekitar puncak gunung Sibayak.

Bersama-sama Kita Peduli

XL berkomitmen untuk ikut serta dalam mendukung usaha-usaha masyarakat memperbaiki kondisi sosial dan lingkungan hidup di seluruh Indonesia, di samping itu XL berupaya merancang program-program CSR yang melibatkan peran pemangku kepentingan, termasuk pemegang saham, mitra usaha dan pelanggan. Salah satunya adalah inovasi memadukan kegiatan donasi dengan produk konten.

SMS Donation

XL menyediakan program donasi melalui Short Message Service (SMS) untuk memfasilitasi masyarakat yang akan memberikan sumbangan secara *online* dan program yang sejenis yaitu RBT Donation. Program inovatif ini juga ditopang oleh konten Ring Back Tone (RBT).

Xjuta Aksi Berbagi Peduli

XL bekerja sama dengan 12 mitra label musik menghadirkan program "Xjuta Aksi Berbagi Peduli", yakni sebuah program yang memadukan antara produk konten Ring Back Tone (RBT) dengan program tanggung jawab sosial perusahaan. Dari aktivasi RBT pelanggan selama periode Oktober 2013 sampai Maret 2014, melalui kode akses *123*171#, telah dana terkumpul mencapai Rp317 juta

Melalui program ini, XL menyalurkan sebagian pendapatan dari setiap penjualan RBT untuk sumbangan sosial yang ditujukan bagi upaya peningkatan gizi anak Indonesia. Penyaluran sumbangan dilakukan bekerja sama dengan Lembaga Kemanusiaan Nasional PKPU. Penyerahan donasi secara simbolis dilakukan di 5 region XL yaitu di Makasar pada 15 Juli, Surabaya dan Bandung pada 16 Juli, Palembang pada 17 Juli dan Jakarta pada 18 Juli.

XL Act to Sibayak

XL with bloggers and social media climbed Mount Sibayak and did a cleanup action of rubbish left from mountain climbers surrounding the Mount Sibayak summit.

Together we care

XL is committed to remain involved in efforts to improve social and environmental conditions in Indonesia. In this, XL strived to design CSR programs that involved wider stakeholder groups, including shareholders, business partners and customers. One of these was the innovation to combine donations with product content.

SMS Donation

XL provides a donation program via Short Message Service (SMS) to facilitate people donating online and similar programs with RBT Donation. This innovative program is also supported with Ring Back Tone (RBT) content.

Xmillion Action Care Sharing

XL worked together with 12 music label partners launching "Xmillion Action Care Sharing" which was a program combining RBT product content with a corporate social responsibility program. From RBT activation between October 2013 until March 2014, via *123*171# access code, had collected funds of Rp317 million.

With this program, XL donated a portion of income from the RBT for social donations aimed to improve Indonesian children's nutrition. The distribution of donations were done together with the National Humanitarian Agency PKPU. The symbolic donation handover was done in 5 XL regions i.e. Makasar in July 15th, Surabaya and Bandung in July 16th, Palembang in July 17th and Jakarta in July 18th.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Sasaran utamanya adalah peningkatan gizi anak di sejumlah daerah di Indonesia, yang dilakukan melalui kegiatan kuratif yang meliputi pemeriksaan kesehatan anak dan pemberian vitamin serta obat, kegiatan preventif yang meliputi pemeriksaan gizi anak dan pemberian makanan tambahan, dan kegiatan promosi yang berisi penyuluhan gizi anak dan kampanye minum susu.

Xmartdonasi

Program “Xmartdonasi” adalah sebuah program penggalangan dana sosial masyarakat, terutama pelanggan XL, dengan memanfaatkan layanan SMS dan UMB yang kemudian disalurkan melalui kerja sama dengan 18 yayasan dan lembaga sosial. Penandatanganan kerja sama dilakukan tanggal 10 November 2014 di Jakarta oleh Presiden Direktur XL, Hasnul Suhaimi dan perwakilan masing-masing lembaga.



Ke-18 lembaga yang menjalin kerja sama adalah Rumah Wakaf Indonesia (RWI), PKPU, GNOTA, Masyarakat Ternak Nusantara (MTN), Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI), Aksi Cepat tanggap (ACT), Dompot Dhuafa, Sahabat Anak, Putra Sampoerna Foundation, Wahana Visi Indonesia (WVI), Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB), Yatim Mandiri, Yayasan Obor Berkat Indonesia, WWF, Karya Salemba Empat, Yayasan Cipta Taruna Madani, Yayasan Bakti Putri Pertiwi, dan Yayasan Anur.

The main target was to improve children’s nutrition in several areas, and was carried out through curative activities including children’s health examinations and provision of vitamins and medicines, preventive activities including children’s nutrition examinations and provision of extra food, and promotional activity including a children’s nutrition and milk campaign.

Xmartdonasi

“Xmartdonasi” program is collective social funding from the community, especially from XL customers, using SMS and UMB services, which are then distributed under cooperation with 18 foundations and social organizations. The cooperation signature was done in November, 10th 2014 in Jakarta signed by XL President Director Hasnul Suhaimi and representatives from each organization.

Peresmian program xMartDonasi oleh manajemen XL.

Ceremony for launching of xMartDonasi program by XL’s management.

The 18 organizations in the cooperation are as follows: Rumah Wakaf Indonesia (RWI), PKPU, GNOTA, Masyarakat Ternak Nusantara (MTN), Yayasan Kasih Anak Kanker Indonesia (YKAKI), Aksi Cepat tanggap (ACT), Dompot Dhuafa, Sahabat Anak, Putra Sampoerna Foundation, Wahana Visi Indonesia (WVI), Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB), Yatim Mandiri, Yayasan Obor Berkat Indonesia, WWF, Karya Salemba Empat, Yayasan Cipta Taruna Madani, Yayasan Bakti Putri Pertiwi, and Yayasan Anur.

Kegiatan Donasi XL 2014

- Donasi Pendidikan: Dalam momen Ramadhan, XL memberikan donasi pendidikan untuk murid-murid di sekolah Smart Ekselensia Indonesia. Sekolah yang dikelola oleh Yayasan Dompot Dhuafa ini memberi kesempatan sekolah gratis bagi anak-anak dhuafa terpilih dan berprestasi dari seluruh Indonesia.
- Program Berkah Ramadhan Sampai Puas: Selama bulan suci hingga liburan Hari Raya Idul Fitri, XL meluncurkan program “Berkah Ramadhan Sampai Puas”. Serangkaian program layanan menarik telah dijalankan, salah satunya adalah penyerahan peralatan sekolah berupa buku tulis dan pulpen, jilbab, dan peci untuk Panti Asuhan Yayasan Ar-Risalah. Juga pemberian paket kebutuhan pokok seperti beras, mie instan, minyak goreng, susu dan sebagainya kepada yayasan Panti Asuhan Mu’awanah. Buka Puasa bersama anak panti asuhan sekaligus pemberian donasi di Balikpapan, donasi yang diberikan pada acara tersebut berbentuk tas sekolah, kebutuhan pokok, dan uang tunai.
- CSR Donasi Peralatan Kantor ke Pesantren di Rangkasbitung: Donasi berupa meja, kursi, drawer, sofa bekas yang masih layak didonasikan ke Pesantren di Rangkasbitung, Banten.
- Donasi RNC ke Unsri: Pemberian bantuan/donasi berupa perangkat RNC (Radio Network Controller) ke Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya (Unsri).
- Pos Pantau XL Polrestabes: Untuk mendukung keamanan dan ketertiban lalu lintas di kota Surabaya, XL bekerjasama dengan Polrestabes Surabaya membangun 6 unit Pos Pantau dan 5 unit Pos Mobil untuk wilayah Surabaya.

XL Donations in 2014

- Education Donation: in Ramadhan time, XL donated education funds for Smart Ekselensia Indonesia pupils. The school is run by Yayasan Dompot Dhuafa providing free schooling for selected poor but achieving children from all over Indonesia..
- Ramadhan Blessing Satisfaction Program: During the holy month of Ramadhan until Eid Al-fitr holidays, XL launched the Ramadhan Blessing Satisfaction Program. A series of interesting programs were carried out, one of which was the handing over of writing utensils, hijabs, and Moslem caps to the Ar-risalah Children Foster Foundation. Also was donation of staple foods such as rice, instant noodles, cooking oil, milk etc. to the Mu’awanah Foster Home. Break Fasting together with foster home children together with the donation in Balikpapan of school bags, staple foods, and cash.
- CSR donation of office equipment to an Islamic boarding school in Rangkasbitung. The donation was given in form of tables, chairs, desks, and a used coach to the Islamic boarding school in Rangkasbitung, Banten.
- Donation of RNC to Unsri: Donation of RNC (Radio Network Controller) to Faculty of Computer Science-University of Sriwijaya (Unsri).
- Polrestabes XL Monitoring Post: to assist in the safe and orderly traffic in Surabaya City. XL in cooperation with the Surabaya City Police Precinct constructed 6 Monitoring Posts and 5 Mobile Posts for the Surabaya area.



Kegiatan donasi pelatihan internet untuk komunitas Pasar Terapung di Banjarmasin, Kalimantan Selatan.

Donation activity for internet training for Floating Market community in Banjarmasin, South Kalimantan.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

- Dukungan Kartu Perdana untuk Polantas: XL Region North menyerahkan 50 kartu perdana yang dilengkapi dengan paket data kepada anggota Polisi Lalu Lintas (Polantas) Polresta Banjarmasin. Bantuan ini dimaksudkan untuk memudahkan Polantas Banjarmasin mengakses laporan terkini mengenai traffic lalu lintas selama Ramadhan dan Lebaran melalui media sosial. Selain itu, pihak Polantas juga bisa mengetahui titik kemacetan melalui GPS.
- Pemberian pembatas buku: XL memberikan pembatas buku Cara Menghadapi Gempa di Padang.
- CSR XL Natal 2014: Untuk menyebarkan kasih pada perayaan hari raya natal bagi mereka yang kurang beruntung, CSR XL Natal 2014 memberikan donasi kepada:
 - o Panti Asuhan "Kasih Mandiri Bersinar", Jakarta Pusat dan juga mengajak anak-anak panti asuhan untuk bersuka cita di Kidzania;
 - o Panti Jompo "Panti Wredha Melania", Tangerang Selatan dan juga menghibur mereka dengan menghadirkan hiburan pentas dari anak-anak panti asuhan dan juga pesulap,
 - o Panti Asuhan "Mama Sayang", Jakarta Selatan dan mengajak anak-anak panti asuhan datang ke XL Center PIM 2 untuk menghibur pada pelanggan XL yang datang ke XL Center. Para pengunjung juga akan diberikan coklat dan permen oleh anak-anak panti yang didampingi Santa Klaus sebagai bentuk kasih sayang antar sesama.
- Starter pack support for traffic policeman: XL Region North provided 50 starter packs complete with data package to traffic police (Polantas) of Banjarmasin Precinct. This support was aimed to assist Banjarmasin Polantas to access current information on traffic during Eid Al-fitr and Ramadhan via social media. Besides, the Polantas would be able to identify traffic locations via GPS..
- Provision of bookmark: XL provided bookmarks of How to Deal with Earthquakes in Padang.
- CSR XL Christmas 2014: to spread love at Christmas for disadvantaged people, XL Christmas 2014 donated:
 - o "Kasih Mandiri Bersinar" Foster Home, Central Jakarta and bringing the foster children to Kidzania to have fun;
 - o "Panti Wredha Melania" home of elderly, South Tangerang and cheered them up with an art and magic performance by foster home children;
 - o "Mama Sayang" Foster Home, South Jakarta and bringing the foster children to XL Center PIM 2 to entertain XL customers at XL center. Visitors also received chocolate and candy by foster children accompanied by Santa Claus as form of affection to each other.

XL Peduli: Meringankan Derita Korban Bencana Alam

Indonesia yang terletak di cincin api Pasifik dan perubahan iklim berakibat banyaknya bencana alam di berbagai daerah. Kondisi ini membuat XL tergugah untuk berperan serta membantu dan meringankan beban bagi para korban bencana seperti banjir, letusan gunung api, tanah longsor, kabut asap, dan bencana lainnya. Bentuk kepedulian XL mencakup pemberian pelayanan kesehatan, penyediaan obat dan makanan, dan penyediaan kebutuhan akomodasi dasar untuk kondisi darurat.

XL Care: Assisting Disaster Relief

Indonesia is situated on the Pacific Ring of Fire and with climate change there are impacts of frequent natural disasters in various areas. This condition had made XL involve to help and ease the burden of disaster victims of floods, volcanic eruptions, landslides, smoke, and other disasters. XL care took form of provision of health services, medicine and food, and provision of basic emergency accommodation.

Komunikasi merupakan salah satu prioritas utama pada saat kejadian bencana, keluarga maupun korban membutuhkan cara komunikasi tercepat untuk berbagi informasi, dan juga untuk mengoordinasikan program bantuan. Memahami kebutuhan ini, XL selalu memeriksa memulihkan jaringan telekomunikasi yang mengalami kerusakan pada kesempatan pertama jika sebuah daerah mengalami bencana. Selanjutnya XL memberikan layanan telepon dan kartu perdana secara cuma-cuma untuk memulihkan layanan telekomunikasi sehingga dapat membantu masyarakat untuk bisa berkomunikasi dan berkoordinasi.

Bantuan Korban Letusan Gunung Sinabung

Pada kejadian meletusnya Gunung Sinabung di Sumatera Utara, XL menyediakan kebutuhan dasar, obat-obatan dan sarana, serta prasarana komunikasi penting untuk pengungsi, yaitu:

- Bantuan kemanusiaan dan telekomunikasi di Desa Tiganderket, Posko Masjid Nurul Awaliyah dan Posko Gereja Gereja Batak Karo Protestan, Kecamatan Payung, Kabupaten Karo pada tanggal 24 Januari 2014.
- Penyediaan Posko Ramah Anak Sinabung, Islamic Center Berastagi-Jalan Jamin Ginting Kecamatan Berastagi, Kabupaten Karo.
- Bantuan berupa paket sumur bor untuk air bersih, penampungan air, sarana mandi-cuci-kakus, serta pasokan makanan untuk dapur umum.
- Bantuan 123 lembar kain sarung dan 400 paket peralatan mandi.



Communication is one of key priorities when disaster strikes, as both family and victims need ways of communication with each other to share information, and to coordinate assistance programs. With this understanding, XL always immediately checks and recovers the communication network if damaged in affected areas. Following to that, XL provides free starter packs and telephony services to recover telecommunication services to assist victims to communicate and coordinate.

Mount Sinabung Eruption Assistance

During the eruption of Mount Sinabung in North Sumatera, XL provided basic needs, medicine and important communication facilities and infrastructure for the displaced:

- Humanitarian aid and telecommunication in Tiganderket Village, Nurul Awaliyah Mosque and Church of Batak Karo Protestan, Payung sub-district, Karo Regency in January 24th 2014.
- Establishment of Sinabung Children Home Post, Islamic Center Berastagi-Jamin Ginting Street, Berastagi sub-district, Karo Regency.
- Aid package for drilling wells for clean water, public toilet facility, and food supply in a soup kitchen.
- Donation of 123 sarongs and 400 toiletry kits.

Bantuan sumbangan untuk pengungsi letusan Gunung Sinabung, bagian dari aksi cepat tanggap XL terhadap bencana.

Donation for Sinabung Mount eruption evacuees, part of XL fast response to disasters.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Selain itu, XL juga melakukan penyaluran dana yang diperoleh dari pelanggan XL melalui SMS Donasi Gunung Sinabung lebih dari Rp140 juta selama 25 November-22 Desember 2013. Melalui SMS Donasi juga kami mengadakan XL Act ke Gunung Sinabung untuk menyalurkan bantuan melalui Lembaga Aksi Cepat Tanggap. Tak kurang dari 1.600 lembar seng diserahkan untuk 70 rumah untuk perbaikan atap rumah masyarakat Desa Naman Teran Kabanjahe, Kabupaten Karo, Sumatera Utara.

Other than that, XL donated funding collected from SMS Donasi Mount Sinabung at more than Rp140 million for the period of November 22nd-December 22nd 2013. Using SMS Donation we also held XL Action for Mount Sinabung to distribute aid through the Aksi Cepat Tanggap organization. No less than 1,600 pieces of zinc roofing were given to 70 housings to repair house roofs in Naman Teran Village, Kabanjahe, Karo Region, North Sumatera.

Bantuan Sosial Letusan Gunung Kelud

Pasca erupsi Gunung Kelud di Jawa Timur, XL menggelar berbagai kegiatan bantuan sosial bagi masyarakat di yang terkena dampak bencana Gunung Kelud serta memprioritaskan upaya untuk mengembalikan sarana dan prasarana telekomunikasi penting untuk dapat dimanfaatkan oleh warga yang terkena musibah. Bantuan sosial XL meliputi:

- Layanan Kesehatan Gratis: Warga Desa Jambangan-Suroboyo Kecamatan Mojogedang, Kabupaten Karang Anyar, Jawa Tengah. Lebih dari 300 warga yang datang dengan berbagai keluhan penyakit bisa terlayani dengan baik pada layanan kesehatan gratis ini.
- Pengobatan Gratis dan membangun Fasilitas Umum bagi masyarakat di kawasan Dusun Mangli, Desa Puncu, Kecamatan Puncu, Kabupaten Kediri. Sekitar 80 KK warga Dusun Mangli mendapatkan pengobatan gratis dan fasilitas umum berupa sarana mandi-cuci-kakus dengan sumber air yang bersih.

Social Assistance Mount Kelud Eruption

For the post-eruption at Mount Kelud in East Java, XL launched various social aid programs for people affected by the eruption of Mount Kelud and prioritizing the effort to recover telecommunication facilities and infrastructure to be used by affected people. XL social aid included:

- Free Health Service: people of Jambangan Village-Suroboyo, Mojogedang sub district, Karang Anyar regency, Central Java. More than 300 people visited with various health problems that could be well served in this free health service.
- Free medication and construction of public facility for people of Dusun Mangli, Puncu Village, Kuncu sub district, Kediri Regency. Around 80 households in Dusun Mangli received free medication and public washroom with access to clean water.

Cepat Tanggap Bencana Banjir dan Longsor

- Cepat tanggap bencana banjir di Manado, Banjarmasin, Jabodetabek, Wilayah Pantura, dan Palembang dalam bentuk penyediaan kebutuhan dasar (makanan cepat saji, obat-obatan, layanan kesehatan), telepon umum, kartu SIM Perdana cuma-cuma.
- Menyediakan layanan kesehatan cuma-cuma pasca banjir di Kudus, Jawa Tengah, melalui Yayasan Aksi Cepat Tanggap. Melalui program SMS Donasi yang dibuka pada 17 Januari hingga 31 Januari 2014, telah terkumpul donasi pelanggan XL mencapai Rp278,13 juta untuk layanan kesehatan tersebut.

Flood and Landslide Fast Response

- Fast response of flood disaster in Manado, Banjarmasin, Jabodetabek, Pantura area, and Palembang by provisioning of basic needs (ready to serve food, medicine, health service), public phone and free starter pack.
- Provision of free health services in Kudus, Central Java, via Aksi Cepat Tanggap Foundation. Via SMS Donation from January 17th to 31 December 2014, collected donations from XL customer were in the amount of Rp278.13 million for such health services.

- Menyediakan layanan kesehatan cuma-cuma pasca banjir di Kabupaten Indramayu, Jawa Barat, bertempat di Kantor Kuwu Balai Desa Bongas, Kecamatan Bongas.
- Menyediakan layanan kesehatan cuma-cuma di Desa Sindang Panon, Kecamatan Banjaran, Kabupaten Bandung untuk warga yang terkena dampak banjir.
- Menyalurkan bantuan kepada korban banjir di Pasigaran, Desa Citeureup, Kecamatan Dayeuh Kolot, Kabupaten Bandung. Bantuan berupa makanan siap saji, sembako, obat-obatan, dan kartu perdana XL untuk memudahkan layanan komunikasi warga.
- Pemberian bantuan bagi para korban banjir di Aceh Utara dan Aceh Timur berupa beras, minyak goreng, mi instan, kopi, susu, dan obat-obatan.
- XL membantu korban bencana alam tanah longsor yang menimpa masyarakat Banjarnegara, Jawa Tengah. Bantuan yang disalurkan berupa air mineral, bahan makanan siap saji, kebutuhan balita. Untuk memenuhi kebutuhan pengungsi untuk berkomunikasi XL mendistribusikan serta pulsa dan kartu perdana XL gratis, serta memasang satu buah Mobile Base Transceiver Station (M-BTS) untuk memaksimalkan jaringan.
- Provision of free health services post flood in Indramayu Regency, West Java, located in Kantor Kuwu, Bongas Village, Bongas Regency.
- Provision of free health services in Sindang Panon Village, Banjaran sub district, Bandung Regency for the flood victims.
- Distribution of aid to flood victims in Pasigaran, Citeureup Village, Dayeuh Kolot sub district, Bandung Regency. The aid consisted of ready to serve food, basic needs, medicines and XL starter packs to assist in communication.
- Provision of aid to flood victims in North Aceh and East Aceh in the form of rice, cooking oil, instant noodle, coffee, milk, and medicines.
- XL assisted landslide victims of Banjarnegara, Central Java. The aid consisted of mineral water, ready to serve food and toddler needs. To fulfill the needs of the victims for communication, XL distributed free starter packs and phone credit, and installing a Mobile Base Transceiver Station (M-BTS) to maximize the network.

XL Peduli Bencana Asap di Pekanbaru dan Palembang

- Sebagai bentuk kepedulian XL terhadap musibah kabut asap yang terjadi di wilayah Pekanbaru, maka XL bersama Komunitas Pekanbaru.co menggelar pembagian sekitar lima ribu masker gratis untuk masyarakat pengguna jalan raya dan seribu buah masker bagi pengendara kendaraan bermotor di Palembang.

XL Care For Pekanbaru and Palembang Smoke Haze

- As part of XL care for the smoke disaster in Pekanbaru, XL and the Pekanbaru.co community distributed about five thousand free smoke masks for travellers and a thousand smoke masks for drivers in Palembang.

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

Mendukung Masyarakat dengan Konektivitas

Komitmen XL untuk pengembangan masyarakat adalah mendedikasikan kompetensi kami di bidang teknologi informasi dan komunikasi khususnya layanan telekomunikasi dan data agar dapat memberikan manfaat bagi masyarakat.

Kami berupaya untuk membuka akses informasi dan mendorong percepatan pembangunan di daerah terpencil, meningkatkan prestasi dan kreativitas di kalangan muda, serta mendorong tumbuhnya semangat kewirausahaan di kalangan usaha kecil dan menengah.

Untuk mencapai tujuan ini unit bisnis XL Direktorat Digital Services menyediakan berbagai jasa solusi digital seperti *digital entertainment*, *mobile advertising*, *mobile payment*, *machine to machine*, *cloud*, *business development* dan *digital commerce* untuk pelanggan personal dan korporat. Visi dan misi direktorat adalah untuk terlibat dalam setiap aspek kehidupan masyarakat melalui teknologi terkini.

Sejalan dengan hal tersebut, pada tahun 2014 direktorat ini melakukan beberapa program kemasyarakatan untuk tujuannya untuk memajukan Indonesia dengan membangun gaya hidup pemakaian data dan teknologi *mobile*. Dua program yang dilaporkan pada bagian ini adalah XL Xmart Village dan UKM Goes Mobile.



Supporting Community with Connectivity

XL commitment for community development is by dedicating our core competence in information and communication technology especially for telecommunication and data service to give benefit for the people.

We try to open information access and to drive development in remote areas, improving performance and youth creativity, as well as driving the spirit of entrepreneurship in small medium enterprises.

To achieve this mission, XL Digital Services Directorate provides various digital solution services such as digital entertainment, mobile advertising, mobile payment, machine to machine, cloud, business development and digital commerce for individual and corporate customers. The vision and mission of the Directorate is to become involved in the technological aspects of people lives.

With that, in 2014 the Directorate delivered several programs aimed to foster Indonesia by means of improving lifestyles using data and mobile technology. The two reported in this Report are XL Xmart Village and UKM Goes Mobile.

Partisipasi aktif dari masyarakat Desa Kamojang dalam program Xmart Village.

Active participation of Kamojang Village inhabitants in Xmart Village program.

Xmart Village: Di mana tantangan menjadi peluang

Xmart Village adalah program yang baru diadakan XL pada tahun 2014. Xmart Village adalah program pengembangan sebuah wilayah desa untuk dapat memenuhi kebutuhannya dengan solusi digital. Tujuan program ini adalah untuk memperkenalkan dan menerapkan solusi inovatif, kreatif dan efektif untuk penduduk desa agar mereka dapat merasakan manfaat langsung dari solusi tersebut.

Xmart Village dilaksanakan sejak Januari 2014, dengan cikal bakal di Bukit Kamojang, Dusun Ibnu, Kabupaten Garut dengan bekerja sama dengan Institut Teknologi Bandung sebagai mitra XL untuk pelaksanaan program. Aktivitas utama Xmart Village adalah mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi desa dan mencari solusi inovatif untuk membalikkan masalah menjadi peluang bagi Bukit Kamojang.

Solusi inovatif yang 'ditemukan' oleh para pemangku kepentingan adalah Mobile Advertising, di mana pengguna akan mendapatkan informasi mengenai daerah wisata melalui SMS, Mobile Farmers, di mana pengguna akan mendapatkan informasi tentang cuaca di suatu daerah melalui SMS, Musikkamu untuk mengunduh lagu, Mobile Banking untuk menikmati jasa perbankan melalui ponsel, AMR untuk melakukan pengisian listrik melalui ponsel and Mobile Xurveillance untuk mengamati kondisi sekitar melalui kamera pengintai.

Melalui program Xmart Village, XL berharap nantinya dapat mendukung perkembangan lebih dari 43 ribu desa, dan membantu lebih dari 57 juta penduduk di desa-desa di seluruh Indonesia. Bagi Bukit Kamojang, bukan hanya penduduk desa yang merasakan manfaat dari program ini, Pemerintah daerah setempat, kalangan industri telekomunikasi, juga masyarakat luas akan mendapatkan manfaatnya, seperti semakin terpublikasinya destinasi pariwisata menarik di Kawah Kamojang.

Xmart Village: Where challenge turns into opportunity

Xmart Village is a new program launched by XL in 2014. Smart Village is a village development program on how to fulfill their needs with digital solutions. The aim of the program is to introduce innovative, creative and effective solutions to villagers so that they can gain benefit from the solutions.

Xmart Village started in January 2014, initiated in Kamojang Hill, Dusun Ibnu, Garut Regency in cooperation with Bandung Institute of Technology as partner to implement the program. The main activities of Xmart Village are to identify the problems encounter by the village and find innovative solutions to turn the problem into an opportunity for Kamojang Hill..

The innovative solutions 'invented' by the stakeholders were Mobile Advertising, where users can get information regarding recreation facilities through SMS, Mobile Farmers where users can obtain information on weather in the area via SMS, Musikkamu to download songs, Mobile Banking to use financial services with cellphones, AMR to top up electric power with cellphones and Mobile Xurveillance to monitor surrounding areas with a surveillance camera.

With Xmart Village program, XL is expecting that in the future it will support the development of more than 43 thousand villages, and assisting more than 57 million villagers all over Indonesia. For Kamojang Hill, it was not only the villagers who enjoyed the benefits of the program, but also local government, telecommunication industries, as well as the wider society who enjoyed the benefit, such as through more publication of interesting recreation destinations around Kamojang Crater.

XMart Village XMart Village

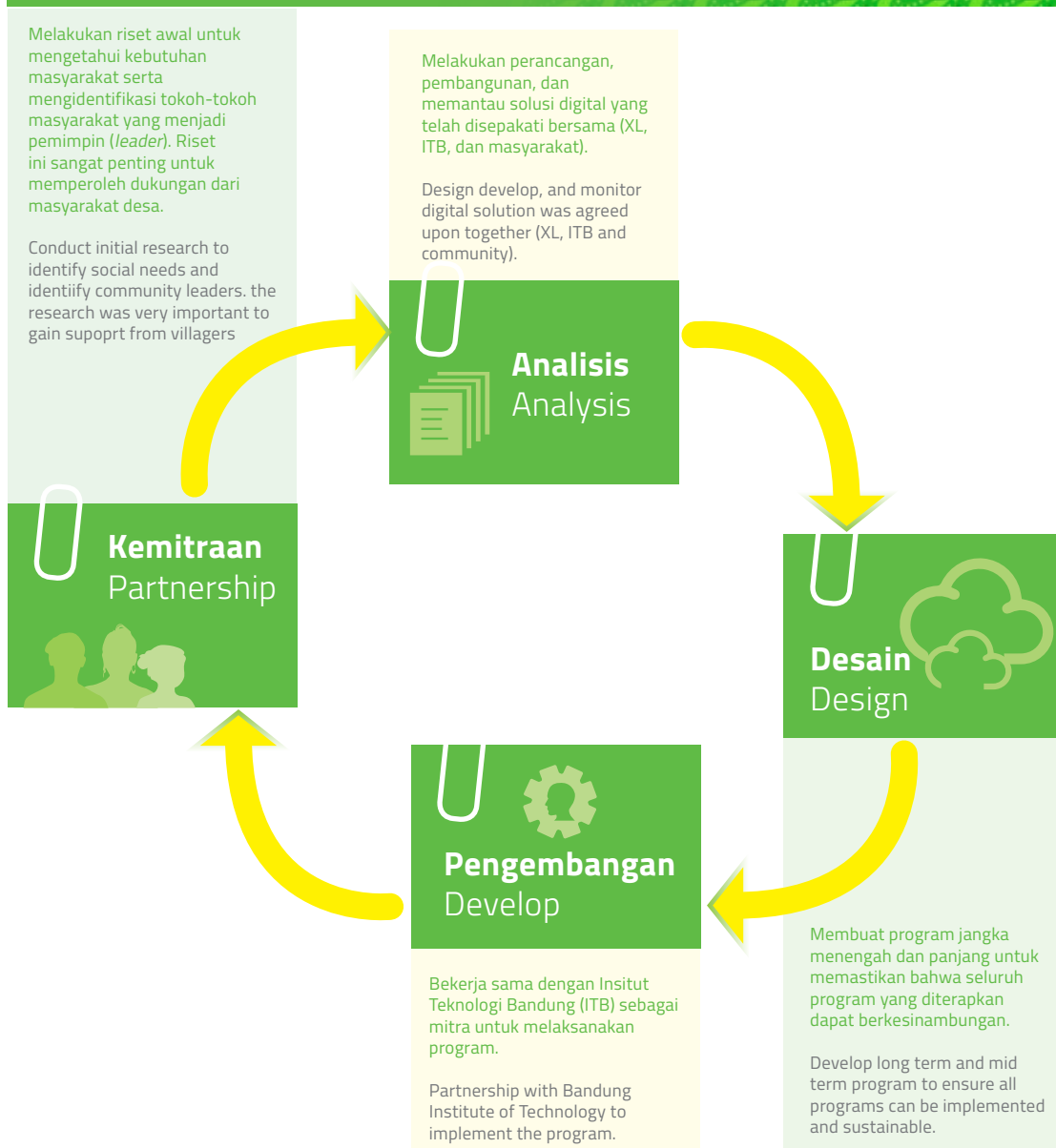
Buah kerja sama sungguh-sungguh yang melibatkan para pemangku kepentingan telah memberikan manfaat bagi kawasan Kamojang, dan mendapatkan apresiasi tinggi dalam Asia Corporate Excellence & Sustainability Awards (ACES) 2014.

The intention to involve stakeholders has benefitted the Kamojang area and was highly appreciated at the Asia Corporate Excellence & Sustainability Awards (ACES) 2014.

Anda dapat mengikuti perkembangan dan berbagai informasi menarik tentang Xmart Village di Kamojang lewat tautan <http://indismart.co.id/smartvillage/>

You can get updated with the latest information regarding Xmart Village in Kamojang on the following link: <http://indismart.co.id/smartvillage/>

Pendekatan Xmart Village Xmart Village Approach



Tantangan Challenges



Akses Keuangan

Bank terdekat berada jauh dari desa, diperlukan waktu yang lama untuk mencapai bank tersebut.

Financial Access

The nearest bank is far from the village, it took time to get to the bank.



Potensi Tersembunyi

Potensi pariwisata tidak diketahui oleh wisatawan potensial yang berada di perkotaan.

Hidden Potentials

Tourism potential was unknown to tourists from cities



Penggundulan Hutan

Penggundulan hutan telah menyebabkan berkurangnya jumlah mata air.

Deforestation

deforestation caused reduction of water springs



Listrik

Pasokan aliran listrik dari PLN sering terputus sehingga alat hiburan yang bergantung pada listrik menjadi tidak berfungsi.

Electrical

Power from the grid frequently failed, making entertainment equipment not being able to function



Wawasan

Wawasan pendidikan masih relatif sempit karena siswa masih sangat bergantung pada guru saja, belum mengandalkan teknologi komputer dan informasi.

Horizon

Educational awareness was lacking, since the students relied on the teacher rather than using information technology



Teknologi vs Intuisi

Pada musim tanam, petani lebih mengandalkan perasaan dan intuisi dibandingkan menggunakan teknologi.

Technology vs Intuition

In growing season, farmers relied more on intuition rather than technology

Hasil Xmart Village Xmart Village Result



Melek Internet Internet Literacy



Melek Komputer Computer Literacy



Laman Web Webpage (visitor)



Melek Internet Internet Literacy



Melek Komputer Computer Literacy



Laman Web Webpage (visitor)



Melek Komputer Computer Literacy



Melek Internet Internet Literacy



Melek Komputer Computer Literacy



Laman Web Webpage (visitor)



Melek Internet Internet Literacy



Melek Komputer Computer Literacy



Laman Web Webpage (visitor)



Melek Komputer Computer Literacy

■ Sebelum Before
■ Sesudah After

Kepedulian Terhadap Masyarakat Community Care

UKM Goes Mobile: Dukungan XL untuk Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pada tahun 2014, XL meluncurkan jasa UKM Goes Mobile untuk memfasilitasi usaha kecil dan menengah mengembangkan bisnis mereka. Jasa ini dikelola oleh AdReach M-Advertising XL dan menawarkan jasa promosi untuk UKM dengan harga yang terjangkau. XL meyakini bahwa dengan menggunakan AdReach M-Advertising, masyarakat akan semakin mudah untuk mengetahui dan memahami produk-produk dan jasa-jasa yang ditawarkan oleh UKM. Sampai April 2014, sudah 450 UKM yang memanfaatkan jasa ini.

Dalam konteks ini, Iklan Berbasis Lokasi atau Location Based Advertising (LBA) dan Radio Streaming adalah jasa-jasa yang ditawarkan oleh XL. LBA adalah jasa promosi yang memanfaatkan posisi keberadaan pelanggan XL dan bersifat sangat lokal. Promosi menggunakan LBA dilakukan dengan memanfaatkan SMS dan MMS sebagai media penghantar serta aplikasi *radio streaming* yang dimiliki oleh beberapa stasiun radio populer yang kami ajak kerja sama.

Jasa radio streaming memanfaatkan audio, video, dan gambar sebagai media utamanya. Kedua jasa tersebut memungkinkan para pelanggan XL berinteraksi secara langsung dengan iklan yang disiarkan. Iklan melalui radio streaming tidak hanya dapat dimanfaatkan oleh pelanggan XL tetapi juga untuk para pelanggan operator telepon seluler lainnya.

Jasa promosi melalui media seluler untuk UKM menunjukkan bahwa XL sangat serius dalam membantu pengembangan bisnis lokal dan daerah untuk tumbuh dan berkembang. Karenanya, XL menyediakan tim Mobile Advertising di lima regional. Artinya tim tersebut tersedia di semua regional XL yaitu; Barat: Sumatra, Pusat: Jawa Tengah dan Jawa Barat, Utara: Kalimantan dan Sulawesi, dan Timur: Jawa Timur, Bali dan Nusa Tenggara.

Pesatnya pertumbuhan UKM dan tingginya kontribusi mereka terhadap produk domestik bruto (PDB) meyakinkan kami bahwa UKM akan menjadi salah satu pilar utama ekonomi Indonesia. Di masa depan, melalui "UKM Goes Mobile", UKM akan menjadi raksasa bisnis di Indonesia.

UKM Goes Mobile: XL Support for Small Medium Enterprises

In 2014, XL launched UKM Goes Mobile service to facilitate small medium enterprise to expand their business. The service was managed by AdReach M-Advertising XL and offered promotional services from SME with affordable price. XL believes by using AdReach M-Advertising, it will be easier for community to get better acquainted with SME products and services. Up to 2014 450 SME had used this service.

In this context, Location Based Advertising (LBA) used together with Radio Streaming were the services offered by XL. LBA is a promotional service using XL customer localities. Promotion was done using LBA using SMS and MMS as delivering media and radio streaming application owned by several popular radio stations with whom we cooperated together.

The radio streaming benefited audio, video, and image as main media. Both services will enable XL customers to interact directly with advertising being broadcasted. Advertising using radio streaming was not only used by XL customers but also by other cellular subscribers.

Promotional service using cellular media for SME reflect that XL was very serious in assisting local businesses to expand. For that XL provided Mobile Advertising Teams in all five regions ie. Which means it's available in all XL regions. I.e. West: Sumatra, Central: Central Java and West Java, North: Kalimantan and Sulawesi, and East: East Java, Bali and Nusa Tenggara.

The fast growth of SME and their high contribution to gross national product (GDP) has convinced us that the SME will be one of the main pillars of Indonesian economy. In the future, with UKM Goes Mobile, the SME will turn into giant business.

Memanfaatkan Internet dan menjaga agar Internet Sehat

Pada tahun 2014, pengguna internet di Indonesia telah mencapai 82 juta orang, yang merupakan peringkat ke-8 di dunia. Namun perkembangan internet ibarat dua mata pisau, bisa memberikan manfaat bagi penggunaanya tetapi juga menciptakan masalah karena mudahnya akses bagi seseorang kepada berbagai konten negatif hingga kejahatan saiber.

Dalam menghadapi tantangan ini, Pemerintah mencanangkan Program Internet Sehat dan Aman agar masyarakat tahu cara memanfaatkan internet, manfaat dan dampak yang ditimbulkannya. Sejalan dengan program ini, XL mengadakan inisiatif untuk mendidik masyarakat untuk memanfaatkan internet dan menyosialisasikan Internet Sehat terutama untuk generasi muda.

Program pemanfaatan dan internet sehat yang dilaksanakan XL pada 2014 adalah:

- Pemanfaatan Internet untuk promosi Pasar Terapung di Banjarmasin: XL menyelenggarakan pelatihan pemanfaatan internet kepada warga masyarakat, terutama anak-anak muda Karang Taruna dan siswa Madrasah Nurul Hidayah di Desa Lok Baintan, Banjarmasin, yang berlokasi di sekitar Pasar Apung, XL sekaligus mendonasikan tiga unit perangkat komputer dan koneksi internet.
- Internet Sehat Bagi Remaja: XL menyelenggarakan pelatihan internet sehat bagi remaja dan pelajar di pinggir sungai Dermaga Lok Baintan, Pasar Terapung, Banjarmasin. Tak kurang dari 50 remaja dan pelajar Madrasah Nurul Hidayah mengikuti pelatihan yang bertujuan untuk mendorong mereka agar mereka semakin mengenal dan memanfaatkan internet secara sehat.
- Dukungan Kebutuhan Informasi Nelayan: XL melakukan kegiatan CSR Edukasi Internet untuk 100 nelayan di Kabupaten Karawang. Pada kesempatan tersebut XL menghadirkan narasumber dari Dinas Perikanan dan Kelautan Kota Karawang. Untuk memfasilitasi kebutuhan informasi bagi nelayan, XL menyumbangkan Perangkat Komputer termasuk Aplikasi SMS Broadcast melalui Perhimpunan Nelayan Karawang.

Using the Internet and Keeping it Flourishing

In 2014, internet users in Indonesia had reached 82 million, a world ranking of 8th in the world. But internet development works like a double-edged sword as it may bring benefit to the users and may also create problem since it is very easy for people to indulge in negative acts even as far as cybercrime.

Facing this challenge, the Government has initiated Healthy and Safe Internet Program for society to teach people how to use the internet and benefit from it. Along with this program, XL educated people on how to use internet and socialize Healthy Internet especially for younger generation.

The program for Healthy Internet use, carried out by XL in 2014 was as follows:

- Use of internet for promotion of Floating Market in Banjarmasin: XL launched training on use of internet to community, especially Karang Taruna youngsters and student of Nurul Hidayah Islamic Boarding School in Lok Baintan Village, Banjarmasin, which surrounds the Floating market. XL also donated three unit of computer and internet connection.
- Healthy Internet for Teens: XL launched healthy internet training for teenagers and student on the riverside of Lok Baintan Pier, Floating Market, Banjarmasin. No less than 50 teenagers and students from Nurul Hidayah Islamic Boarding School attended the training which aimed to encourage them to know more and make use a Healthy Internet.
- Supporting Fishermen Information Needs: XL conducted CSR activities for Internet Education to 100 fishermen in Karawang Regency. In the event XL presented a resources person from Fishery and Sea Agency of Karawang Agency. To facilitate the fishermen's need for information for fishermen, XL donated computer including SMS Broadcast application via Karawang Fishermen Association.



Komitmen untuk Menyediakan Inovasi Digital yang Bertanggung Jawab

Commitment to Responsible Delivery of Digital Innovation

Pendekatan yang Kami Lakukan

2014 merupakan tahun inovasi digital bagi XL. Sepanjang tahun kami menghasilkan berbagai inovasi digital dan menyediakan berbagai layanan digital bagi pelanggan. Kami memahami bahwa semakin banyak layanan digital diberikan kepada pelanggan maka semakin penting juga tanggung jawab kami terkait dengan aspek menyediakan layanan yang unggul, kehandalan, keamanan dan privasi pelanggan.

Our Approach

2014 is the year of digital innovation for XL. Throughout the year we have produced various digital innovation and delivered as a more innovative digital services for our customers. We understand, the more digital services delivered to our customer the more substantial of responsibilities regarding aspects of service excellence, reliability, security and customer privacy.

Promoting a Less-Cash Society

XL Tunai menyediakan layanan finansial di area cakupan kami. Dengan XL Tunai, masyarakat di pelosok juga dapat memperoleh layanan finansial, menjadikan akses finansial menjadi lebih inklusif.

XL Tunai provide financial services within our coverage area. With XL Tunai, people in remote area will also have access to financial services, making financial access more inclusive.

Empowering Local Developers

Pada saat memberikan layanan komunikasi dan digital kepada pelanggan, XL juga mengembangkan para pengembang lokal untuk meningkatkan kemampuan dan kreativitas mereka untuk menjawab kebutuhan pelanggan.

While delivering communication and digital services to customer, XL at the same time local developers to increase their capability and creativity to satisfy customer requirements.

Mendorong Masyarakat Non Tunai di Indonesia

Kami memahami bahwa jumlah pelanggan telepon seluler lebih banyak daripada mereka yang memiliki rekening di bank dan kebanyakan dari mereka tinggal di wilayah pelosok, yang jauh dari layanan finansial formal. Dengan menyediakan layanan finansial kepada mereka, maka keinklusiifan keuangan bagi lebih banyak rakyat Indonesia dapat dicapai.

Untuk mencapai itu, XL menciptakan berbagai produk dan jasa yang dapat mendukung layanan finansial yang menjadi bagian produk dan layanan kami, secara mudah, nyaman dan aman.

XL Tunai: Pilihan Tepat untuk Layanan Keuangan Sehari-hari

XL mendukung sepenuhnya program Pemerintah untuk mendorong Gerakan Nasional Not Tunai (GNNT) yang dimulai oleh Bank Indonesia. Program ini ditujukan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat, bisnis dan lembaga pemerintah untuk memanfaatkan prasarana pembayaran tanpa uang tunai (uang elektronik) untuk melakukan transaksi keuangan.

Promoting a Less-Cash Society in Indonesia

We understand the total number of cellular phone subscribers is greater than number of bank account in Indonesia and many of subscriber lived in remote area, away from formal financial services. By providing financial services to them, it will increase financial inclusion to more people in the country.

To achieve this, XI has embedded financial services in our products in a simple, convenient and secure way.

XL Tunai: A great Alternative for Day-to-day Financial Services

XL fully supports the Government program to promote Cashless National Movement (GNNT) initiated by Bank Indonesia. The program is aimed at enhancing awareness of society, business and government agencies to utilize cashless payment infrastructure (e-money) in financial transaction.

Komitmen untuk Menyediakan Inovasi Digital yang Bertanggung Jawab

Commitment to Responsible Delivery of Digital Innovation

Dalam kaitan ini, XL menyediakan XL Tunai, sebuah produk uang elektronik yang dipergunakan pada merchant-merchant kami dan pelanggan bisa membayar tagihan asuransi, token listrik, kupon permainan, tiket transportasi, dan yang baru di tahun 2014; layanan *multi finance*. XL Tunai juga dapat dipergunakan untuk mengirimkan uang antar operator seluler (Telkomsel dan Indosat), fungsi ini adalah yang pertama di dunia.

With this, XL provides XL Tunai, an e-money product that can be used by our merchants and enable customer to pay insurance bills, electric top-up token, game vouchers, transportation tickets, and the new one in 2014, multi-finance service. XL Tunai also can be use to transfer money with different cellular operator (Telkomsel and Indosat), this function is the first in the world.



XL Tunai adalah sebuah produk inovatif yang posisi brandingnya hampir setara dengan produk uang elektronik terkemuka yang diterbitkan oleh bank terbesar di Indonesia.

XL Tunai is an innovative product that enjoys a branding position almost equal with e-Money product released by the biggest bank in Indonesia.

XL Tunai merupakan produk keuangan dan dijamin oleh Otoritas Jasa Keuangan Indonesia, oleh karenanya pelanggan dapat merasa aman untuk melakukan transaksi dengan XL Tunai. Sehingga XL Tunai tidak hanya memberikan layanan yang sederhana dan nyaman, tetapi juga dilindungi oleh Pemerintah.

XL Tunai is a financial product and guaranteed by Otoritas Jasa Keuangan (Financial Service Authority) Indonesia, therefore customers feel secure to make transaction with XL Tunai. Therefore XL Tunai is not only simple and convenient but is also protected by Government.

Kini XL sedang mengembangkan XL Tunai untuk ditingkatkan, termasuk merancang ulang layanan menjadi aplikasi yang dapat digabungkan dengan aplikasi media sosial yang merupakan evolusi dari teknologi USSD yang sekarang digunakan dan juga untuk memungkinkan mitra usaha pengguna untuk memasang merek pada dompet XL Tunai.

XL is currently further developing XL Tunai, including introducing applications for social media purposes, from current USSD technology, and also allowing branding for business partner who use this service.

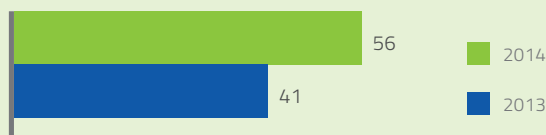
1.2million

Jumlah Pengguna XL Tunai
XL Tunai Subscriber

2.2million

Jumlah Transaksi
Transaction

Number of Payment Gateway in XL Tunai



Lebih Efisien dengan XL Tunai B2B Services

XL Tunai juga menawarkan beragam layanan yang bersifat Business-to-Business (B2B) bagi pelanggan korporasi, XL Tunai B2B memberikan solusi untuk macam-macam transaksi bisnis, seperti:

1. Pembayaran Gaji: XL Tunai menyediakan kerja sama untuk banyak perusahaan untuk digunakan sebagai cara membayar gaji karyawan. Layanan ini juga bekerja sama dengan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) untuk membayar gaji karyawan secara langsung. Pada 2014, terdapat sekitar 1.500 orang yang gajinya dibayarkan melalui XL Tunai.
2. Supply Chain Management: XL Tunai menyediakan sistem pembayaran barang yang lebih mudah dengan bekerja sama dengan toko-toko waralaba. Pada saat persediaan barang habis, toko tersebut bisa memesan barang melalui telepon seluler dan membayarnya langsung dengan XL Tunai.
3. Layanan Korporat Lainnya:
 - XL Tunai dapat berfungsi sebagai *platform* untuk mengelola bonus, misalnya untuk memberikan insentif bagi *sales promotion girls* (SPG). XL Tunai telah digunakan oleh salah satu pelanggan kami dan memberikan transaksi yang lebih cepat, pembayaran bisa diselesaikan dalam satu hari dibandingkan 30 hari dengan perbankan konvensional.
 - XL Tunai dalam proses kerja sama dengan sebuah perusahaan taksi untuk menjadi penyedia layanan internet bagi para pengemudi taksi.
 - XL Tunai merencanakan untuk mengembangkan sistem uang elektronik di mana dompet elektronik dapat dinamai sesuai dengan merek mitra usaha kami.

M-Banking: Membantu Pelanggan untuk Fleksibel

Kini sulit bagi kita untuk membayangkan dunia perbankan tanpa transaksi elektronik. Dengan telepon pintar yang makin banyak dipergunakan sehari-hari di masyarakat, adalah logis jika *mobile banking* akan menjadi tahapan selanjutnya yang akan mendominasi transaksi perbankan. XL M-Banking hadir untuk menjawab tantangan ini.

M-Banking dapat menjadikan pelanggan untuk melakukan transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja selama dalam jangkauan area kami.

More Efficient with XL Tunai B2B Services

XL Tunai also offering various Business-to-Business (B2B) service to corporate customer. XL Tunai B2B provide solutions for various business transaction, such as:

1. Salary Disbursement: XL Tunai cooperates with many companies to use its system for salary payment of their employees. The service also in cooperation with Bank Perkreditan Rakyat (BPR) in order to directly disburse employee salaries. In 2014, the salaries of 1500 persons were paid using XL Tunai.
2. Supply Chain Management: XL Tunai offers a simpler system of goods stock payment through cooperation with franchise stores. When the goods stock is low, the store can order the goods using cellular phone and directly pay through XL Tunai.
3. Other corporate services:
 - XL Tunai works as a platform for employee bonus management, for example incentives for sales promotion girls (SPG). XL Tunai has been used by one of our customer and it provided faster transaction, one day settlement compared 30 days via traditional banking.
 - XL Tunai is in the progress of cooperation with a taxi company to be able to become provider of mobile internet for the taxi drivers in the company.
 - XL Tunai is planning development of electronic money system in order to make the wallet can be branded with business partner brand.

M-Banking: Facilitating Customers for Flexibility

Today it is very difficult to imagine banking world without electronic transaction. With more smartphone used for everyday living in society, it is very logical that mobile banking will be the next stage that will dominate banking transaction. XL M-Banking has been created in response to this challenge.

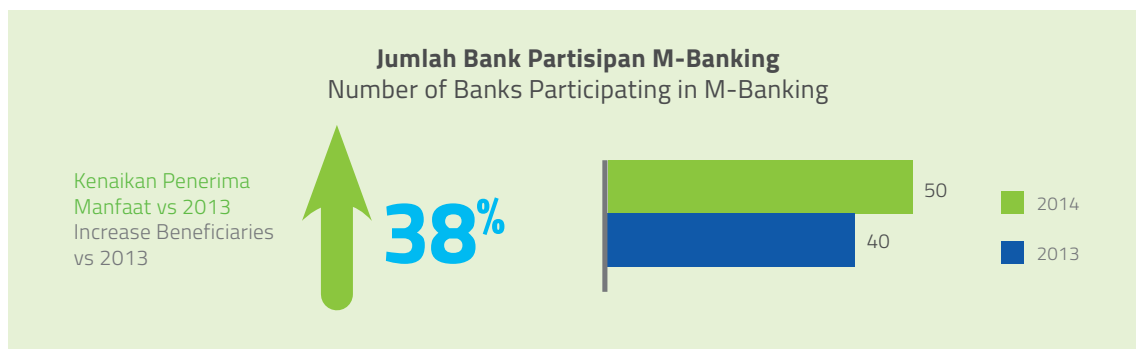
M-Banking enable customer to access and conduct banking transaction at any time and any place as long as within our coverage area. To

Komitmen untuk Menyediakan Inovasi Digital yang Bertanggung Jawab

Commitment to Responsible Delivery of Digital Innovation

Untuk meningkatkan layanan ini, XL bekerja sama dengan 50 bank di Indonesia yang bertambah dari 40 bank di tahun lalu, XL M-Banking juga meluncurkan metode pembayaran untuk kartu kredit dan kartu debit Visa dan Mastercard yang menjadi nilai tambah bagi pelanggan kami.

improve the service, in 2014 XL cooperates with 50 Banks in Indonesia an increase from 40 banks in previous year, XL M-Banking also launched payment method for Visa and Mastercard Credit and Debit Card that adding more convenient to our customer.



Solusi XL M2M Solutions untuk Kehandalan dan Efisiensi

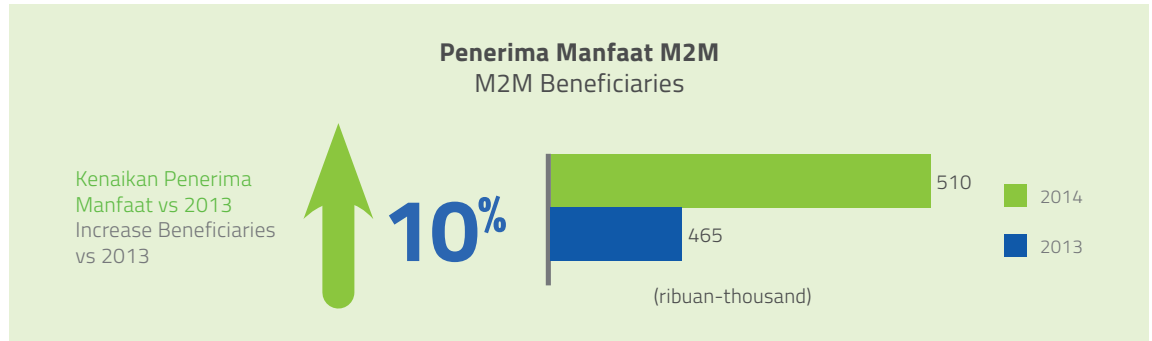
XL mengembangkan berbagai solusi digital yang dapat membuat koneksi antara mesin-ke-mesin (M2M) melalui jaringan tanpa kabel, tanpa batasan lokasi. Dengan dikombinasikan dengan pendekatan *end-to-end*, pelanggan tidak hanya memperoleh manfaat dari solusi M2M tetapi juga berkesempatan untuk menggunakan layanan terintegrasi dari XL.

Pada 2014, XL bekerja sama dengan erat dengan PT PLN (Persero) untuk mengembangkan Layanan Listrik Pintar Dua Arah yang disebut SIMPLY (Sistem Pintar Meter Listrik Prabayar), yang merupakan solusi untuk memfasilitasi membayar token listrik bagi pelanggan. Dengan kerja sama ini, XL menjadi yang pertama yang menyediakan layanan meter listrik dua arah yang dapat mengurangi biaya operasi hingga 21%.

XL M2M Solutions for Reliability and Efficiency

XL develops various digital solutions that enable connectivity Machine-to-Machine (M2M) through wireless network, without location limitation. Combined with end-to-end approach, customer not only will get benefit from M2M solutions but also other integrated services provided by XL.

In 2014, XL worked closely with PT PLN (Persero) to develop A Two Way Smart Electricity Service (Layanan Listrik Pintar Dua Arah) called SIMPLY (Sistem Pintar Meter Listrik Prabayar) Smart System Prepaid Electric Meter, a solution to facilitate top up electrical token for customer. In this, XL became the first to provide two-way smart meter that reduces operating costs by 21%.



Solusi Digital untuk Mendukung Bisnis

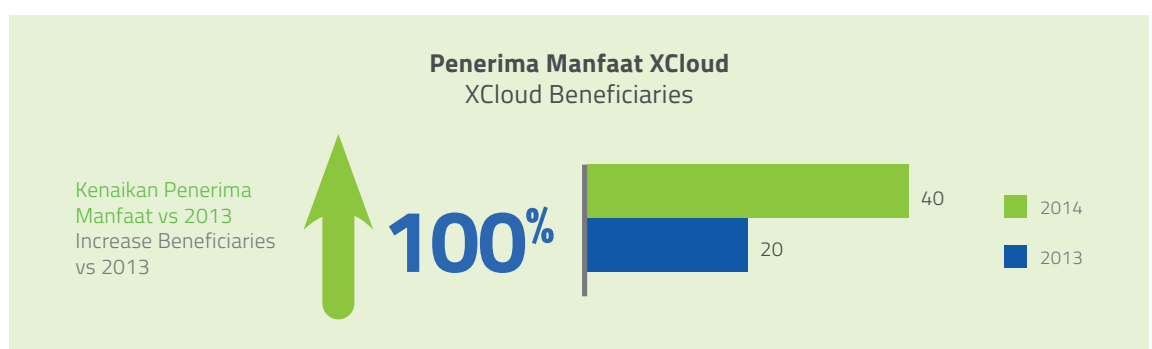
Bisnis masa sekarang sangat bergantung pada ketersediaan, integritas dan keamanan data. Untuk persyaratan ini, XL menyediakan beragam *server* dan *virtual space* untuk menyimpan data (komputasi awan) dengan XCloud. Kini, XCloud Data Center berada di tiga kota, Jakarta, Surabaya dan Pekanbaru, membentuk konsep segi tiga yang akan mengoptimalkan layanan di daerah-daerah utama di Indonesia.

Pada Oktober 2014, tim XCloud meluncurkan Usahawan, sebuah *solution-as-a-service* yang ditujukan bagi usaha kecil menengah. Usahawan mengombinasikan layanan perangkat lunak dengan infrastruktur yang dapat dipergunakan UKM untuk meningkatkan usahanya.

Digital Solutions to Support Business

Business today relies so much on the availability, integrity and security of data. For this requirements, XL provides various server and virtual space to safe digital data (cloud computing) with Xcloud. Currently, XCloud Data Centers are located in three cities, Jakarta, Surabaya and Pekanbaru, forming triangle concept that will optimize services for key areas in Indonesia.

By October 2014, Xcloud team launched Usahawan, a solution-as-a-services aimed to small medium enterprise. Usahawan combined software services to infrastructure that can be utilized by SME to improve their business.



Memberdayakan Pengembang Lokal

Telepon pintar kini telah menjadi pusat hiburan digital portabel yang berada bersama kita hampir setiap saat, bukan sekedar alat komunikasi. Adanya permintaan ini mendorong XL untuk menciptakan Gudang Aplikasi yang menyediakan bermacam-macam aplikasi unik yang dapat diunduh oleh pengguna telepon pintar melalui layanan Over-The-Top (OTT).

Empowering Local Developer

Smartphones have now become a one-stop, portable entertainment device that never leaves our side, rather than a mere device for communicating. This demand drove XL to create Gudang Aplikasi that provide various unique application that can be downloaded by smartphone user by means of Over-The-Top (OTT) service.

Komitmen untuk Menyediakan Inovasi Digital yang Bertanggung Jawab

Commitment to Responsible Delivery of Digital Innovation



Gudang Aplikasi kini menjadi *platform* bagi para pengembang dan pemilik konten kreatif untuk mengembangkan produk-produknya. Sejalan dengan motonya yang 'Indonesia Banget', Gudang Aplikasi memberikan prioritas pada aplikasi dan konten yang dibuat oleh pengembang lokal.

Gudang Aplikasi is becoming a platform for developers or owner of local creative content to develop their products. In line with the tagline, which is "Indonesia Banget" or Very Indonesia, Gudang Aplikasi is prioritizing applications or contents made by local developers.



Peluncuran Gudang Aplikasi secara resmi oleh Chief Digital Service Officer XL.

Official launching of Gudang Aplikasi by Chief Digital Service Officer XL.

Gudang Aplikasi menjadi rumah bagi 18,000 konten digital, aplikasi dan permainan, yang didukung oleh banyak pengembang di mana di dalamnya terdapat sekitar 100 pengembang lokal. Sekitar 30 pengembang lokal melakukan kerja sama eksklusif dengan kami untuk mengembangkan 74 aplikasi dan permainan lokal.

Gudang Aplikasi currently hosts 18,000 digital contents, applications and games, supported by many developers in which approximately 100 developers are locals. About 30 local developers cooperated exclusively by providing 74 local applications and games.

XL memahami bahwa pengembangan Gudang Aplikasi akan memberikan manfaat bagi ekosistem digital. Untuk itu, XL terlibat dalam mengembangkan dan meningkatkan kemampuan para pengembang lokal dengan mengadakan berbagai lokakarya, pertemuan, dan kegiatan-kegiatan semacamnya. XL juga menyediakan konsultasi bagi pengembang lokal oleh para profesional dan tim yang kompeten.

XL understands that improvement to Gudang Aplikasi will bring benefit to digital ecosystem. For that, XL is involved in developing and improving the skills of the local developer through various workshop, gathering, and such events. XL also provides consultation for local developer with professional and competent team.

Pada Desember 2014, kami mengundang beberapa pengembang permainan lokal dalam acara tahunan Game Developer Gathering 2014 yang diadakan di Universitas Multimedia

In December 2014, we invited some of the local game developers at the annual event of Game Developer Gathering 2014 held at Universitas Multimedia Nusantara, Serpong, Tangerang. In

Nusantara, Serpong, Tangerang. Dalam acara tersebut kami memperkenalkan teknologi 4G LTE bagi pengembang konten agar dapat bersiap menghadapi teknologi mendatang.

the event we introduced 4G LTE Technology to the content developers to prepare them to the next technology.

Mutu dan rekam jejak Gudang Aplikasi mendapatkan apresiasi dari Golden Ring Award 2014 sebagai Best Value Added Service dalam tema "Smart Living with LTE". Di masa mendatang, Gudang Aplikasi tidak hanya dapat digunakan oleh pemakai XL tetapi akan menjadi aplikasi pemula bagi pengguna Android, dengan fasilitas registrasi dan berbagai cara pembayaran.

The quality and track record of Gudang Aplikasi was awarded by Golden Ring Award 2014 as the Best Value Added Service with "Smart Living with LTE" theme. In the future, Gudang Aplikasi will not only can be utilized by XL users but also become an entry level application of Android users, with registration facility and various payment methods.



Suara-suara dari Gudang Aplikasi

"Saat ini para developer lokal mengalami kesulitan untuk dapat masuk ke pasar app store dan menjual karya-karya mereka. Dengan adanya Gudang Aplikasi, kini developer lokal dapat dengan mudah memasarkan inovasi konten mereka, memegang peran besar sekaligus memajukan konten-konten lokal di Indonesia," (Editor-in-Chief Segitiga.net-Adieb).

"Game yang dihasilkan Manticore sebagian besar selalu memasukkan unsur budaya lokal. Sejalan dengan tagline Gudang Aplikasi, kami juga berharap dapat merangkul lebih banyak developer lokal" (Head of Manticore Studio-Murdhi Purwohandoko).

"Kami berkomitmen untuk mendukung perkembangan industri kreatif Indonesia, terutama untuk mendorong pertumbuhan para pengembang game dan aplikasi lokal lainnya. Hasil karya mereka tidak kalah dengan produk manca negara" (Act Chief Digital Services Office XL-Yessie D.Yosetya).

Voices from Gudang Aplikasi

"Recently, it has become rather difficult for local developers to enter the app-store market. With Gudang Aplikasi, local developers can easily market their innovative content. Gudang Aplikasi is playing an important role as well as advancing local content in Indonesia" (Editor-in-Chief Segitiga.net-Adieb).

"Most of the games produced by Manticore always utilize local culture. In line with Gudang Aplikasi tag line, we are expected to embrace more local developers" (Head of Manticore Studio-Murdhi Purwohandoko).

"We are very committed in supporting the development of creative industry in Indonesia, particularly promoting the growing of local game developer and other local application. Their product is as good as foreign product." (Act Chief Digital Services Office XL-Yessie D.Yosetya).



Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan

Nurture Future Leaders

Pendekatan yang Kami Lakukan

Our Approach



Bergerak dalam bidang informasi dan komunikasi (TIK) berarti berada dalam arus yang melaju cepat. Perubahan teknologi terjadi sangat pesat dan dalam waktu singkat. Untuk mampu bertahan, berkembang dan menjadi unggul di bisnis ini diperlukan sumber daya manusia yang adaptif dan cepat menyerap dan menerapkan perubahan. Pengelolaan modal manusia (*human capital* atau HC) merupakan salah satu faktor kunci sukses.

Setiap karyawan adalah aset penting bagi XL. Pengembangan kompetensi karyawan secara berkesinambungan terus dilakukan agar mampu berkontribusi lebih baik. Pelatihan dan pengembangan tentang kepemimpinan, kemampuan manajerial dan kompetensi teknis merupakan tiga hal mendasar yang harus dijalani oleh para karyawan.

Engaging in information and communication technology (ICT) is like being in a fast flowing river. Technological change is happening rapidly in a very short space of time. To be able to survive, grow, and become a leader in the business, the Company must have human resources that are adaptive, fast learning, and are capable of effective implementation of technological change. Human capital management is one of key success factor in business.

Every employee is a very important asset for XL. Continual employee competency development is prolonged to make them able to enable them to contribute more to the Company. Training and development of leadership, managerial skill and technical competences are three fundamental things that will always be experienced by XL's employees.

Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan Nurture Future Leaders

XL meyakini sepenuhnya akan kualitas dan kehandalan sistem pelatihan dan pengembangan karyawan perusahaan. Karenanya, rekrutmen secara internal untuk mengisi jabatan-jabatan di perusahaan lebih diutamakan. Melalui proses pengembangan karir yang sistematis para karyawan yang telah dibekali dengan kemampuan yang mumpuni akan menjadi agen perubahan dan para pemimpin masa depan di XL.

Pengelolaan Sumber Daya Manusia yang berkelanjutan

XL menyadari sepenuhnya arti penting HC bagi operasi dan keberlanjutan bisnis. Untuk memberikan jasa solusi digital yang tepat sasaran diperlukan inovasi digital yang mumpuni. Kesemuanya ini hanya bisa dicapai dengan pengelolaan HC yang unggul dan paripurna. Untuk itu kami telah melakukan berbagai upaya keras untuk mengoptimalkan HC. Internalisasi budaya perusahaan dilakukan untuk membentuk insan XL yang unggul sekaligus berintegritas tinggi.

Pengembangan organisasi juga dilakukan untuk lebih menempatkan pelanggan XL sebagai fokus utama. Rekrutmen putra-putri terbaik bangsa secara adil dan transparan, penempatan orang yang tepat pada posisi yang mampu mengoptimalkan potensi mereka sekaligus memberikan kontribusi besar kepada perusahaan, serta pengelolaan karir dan kinerja yang faktual adalah sistem yang terus dibangun di XL.

XL telah mampu membuktikan dirinya sebagai perusahaan yang mampu beradaptasi terhadap perubahan cepat yang terjadi pada bisnis. Hal ini tercermin dari kemampuan kami untuk terus menciptakan pertumbuhan bisnis dan melakukan transformasi bisnis secara berkelanjutan menuju layanan data dan digital yang prima. Fakta menunjukkan bahwa pertumbuhan dan transformasi tersebut tercipta karena kokohnya fondasi pengelolaan human capital di XL.

XL is convinced with the quality and reliability of its own training and development system for employees. Accordingly, it is preferable for XL to make an internal recruitment to fill available position. Through systematic career development process, employees are provided with excellent skill to become agents of change as well as future leaders of XL.

Sustainable Human Capital Management

XL is extremely confident in the importance of human capital for its operation and business sustainability. To provide effective and valuable digital solution services, XL must have an outstanding digital innovation, something that can only be achieved through excellent and

comprehensive human capital management. Consequently, we have conducted a lot of solid efforts to optimize human capital. Internalization of corporate culture is carried on to shape XL people to have uncompromising integrity and ultimate performance.

Organizational development is conducted to make customers the main focus of XL. Transparent and fair recruitment of nation's best

human resources, placement in the right positions in order to allow them to realize their potential as well as provide significant contribution to the company, furthermore a real career and performance management is a system that is continually developed In XL.

XL has shown itself to be a very capable company that able to adapt with rapid change of the business. It is reflected in our capability to continuously create business growth and conduct sustainable business transformation toward excellent data and digital services. Facts show that the growth and transformation is generated from strong and solid foundation of XL's human capital.

Pada tahun 2014 XL telah menyelenggarakan 334 program pelatihan dan pengembangan yang diikuti oleh 1.963 orang karyawan dengan total durasi pelatihan selama 59.900 jam.

In 2014, XL carried out 334 training and development programs attended by 1,963 employees with total training durations of 59,900 hours.

Apa yang kami lakukan dalam Inisiatif Human Capital di XL

Pengembangan organisasi yang fokus pada pelanggan

Melaksanakan inisiatif untuk menyediakan produk dan jasa yang dapat memuaskan pelanggan dengan menciptakan sinergi dalam fungsi terkait termasuk vendor sehingga dapat memberikan layanan yang optimum bagi pelanggan.

Rekrutmen dan penempatan karyawan yang transparan dan adil

Menempatkan orang yang kompeten di posisi yang tepat agar dapat memberikan kontribusi optimal pada perusahaan dengan rekrutmen yang berstandar tinggi, perencanaan karier dan rencana suksesi kepemimpinan. Menerapkan program magang sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja dengan bersinergi dengan kegiatan CSR.

Optimasi pelatihan dan pengembangan karyawan

Memperbaiki kepemimpinan, kompetensi manajerial, teknis dan kemampuan umum melalui pelatihan, penugasan khusus, penerapan ide inovasi untuk meningkatkan inovasi produk dan jasa.

Manajemen talenta yang unggul

Menerapkan Sistem Manajemen Talenta dengan dukungan manajemen puncak untuk mengembangkan talenta XL dalam rangka menjawab tantangan usaha.

Manajemen kinerja dan penghargaan berdasarkan fakta

Penggunaan Indikator Kinerja Utama untuk rencana kerja karyawan dan sebagai dasar untuk melakukan penilaian kinerja dan rencana peningkatan karyawan, difasilitasi dan dipantau oleh manajer masing-masing. Serta melakukan survei pelibatan karyawan untuk meningkatkan operasi perusahaan.

What we do in Human Capital Initiative in XL

Customer-focused organizational development

Works on initiatives to provide products and services to satisfy customers' needs by creating synergy among related functions as well as vendors in providing optimum services to customers.

Transparent and fair recruitment and placement of employees.

Putting competent person in positions that enable them to optimally contribute to company by high standards of recruitment, career development and leaders succession plan as well. Apprentice program is a way to fulfill manpower needs in synergy with CSR program.

Optimization of employees training and development

Improving leadership, managerial, technical and general competences via training, coaching, specific assignment, implementation of innovation ideas, and other initiatives to improve product and service innovation.

Management of excellent talent

Implement Talent Management System with top Management support and initiatives to develop XL talent in meeting business challenges

Real performance and reward management

Use of Key Performance Indicators for employee work plan and basis for performance assessment and improvement plan, facilitated and monitored by their own manager. Use of employee engagement to improve company's operations.

XL telah menginvestasikan sebanyak 10,5 milyar rupiah untuk program pelatihan dan pengembangan di tahun 2014.

XL invested 10.5 billion Rupiah for training and development programs in 2014.

Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan Nurture Future Leaders

Penguatan kebijakan perusahaan yang bersih

Diseminasi teratur dan penerapan yang konsisten atas Kode Etik dan Peraturan Perusahaan kepada semua karyawan dan pemasok untuk memastikan penerapan dan dipeliharanya nilai Integritas XL.

Intensifying clean company policy

Periodically disseminate and consistently implement the Company's Code of Ethics and Rules to all employees and vendors to ensure incorporation and maintenance of XL Integrity Values

Hubungan yang harmonis dengan serikat pekerja

Mengembangkan kemitraan yang strategis dengan Serikat Pekerja XL atau SPXL dengan berdasarkan saling menghormati dan kepercayaan untuk memastikan pemenuhan hubungan industrial yang baik.

Harmonizing relations with the labor union

Develop harmonious partnership with XL Labor Union or SPXL based on mutual respect and trust to ensure the fulfillment of good industrial relations.

Inklusivitas-XL Yang Terbuka Untuk Semua

Pegawai XL berasal dari berbagai negara, latar belakang pendidikan, agama dan kepercayaan yang dianut, jenis kelamin, serta rentang usia. Kondisi ini menunjukkan bahwa XL adalah perusahaan yang bersifat inklusif, XL terbuka untuk tempat bekerja dan berkontribusi bagi siapa saja yang mampu dan bersesuaian dengan kebutuhan dan budaya perusahaan. Setiap insan XL memperoleh perlakuan yang sama dalam penempatan, penilaian kinerja, dan penghargaan (*reward*). Pada dasarnya, setiap pegawai adalah setara, yang membedakannya adalah kinerja dan perilakunya.

XL Inclusiveness for All

XL employees come from various countries, educational backgrounds, religions and beliefs, and comprise different genders and age groups. This shows that XL is an inclusive company. XL is an open place of work and provides an opportunity for all who are capable and meet the needs and culture is company. All XL people has the same treatment in placement, performance appraisal and rewards. Basically, all employees is equal, what makes them different is their performance and habit.

Di 2014, XL mendapatkan nilai keterikatan pegawai sebesar 82%, meningkat 2% dibandingkan tahun 2013.

In 2014, XL achieved 82% of employee engagement scores, increased by 2% compared to 2013.

(Tower Watson Survey, 2014)

Tidak terjadi diskriminasi atas pegawai dan manajemen di XL. Tidak ada diskriminasi jenis kelamin, tidak ada diskriminasi agama dan kepercayaan, tidak ada diskriminasi rasial. Diskriminasi tidak memiliki tempat di XL. Bagi perusahaan, perbedaan adalah sebuah kenyataan yang diterima oleh seluruh insan XL. Perbedaan adalah sebuah potensi yang bila dikelola dengan baik akan mampu memberikan sinergi satu sama lain.

There is no discrimination among employees and managements in XL. There is no gender discrimination, There is no religion and belief discrimination, and there is no race discrimination. Discrimination has no place in XL. The fact that everyone is different should be accepted by all of XL people. Diversity, if properly managed, has the potential to release synergy with one another.

Perusahaan telah menetapkan dan menerapkan kebijakan tertulis tentang Non Diskriminasi sebagai berikut:

1. Perusahaan menghargai setiap perbedaan masing-masing individu, oleh karenanya setiap Karyawan dilarang bersikap diskriminatif terhadap sesama Karyawan, pelanggan, konsultan, pemasok, agen atau rekanan bisnis dengan tidak memandang suku, keturunan, agama, jenis kelamin atau bentuk fisik seseorang.
2. Perusahaan tidak akan bersikap diskriminatif dalam pelaksanaan proses penerimaan, promosi, mutasi, pemberian gaji, penjenjangan karir atau pemutusan hubungan kerja.

XL belum memiliki sistem yang spesifik untuk memastikan para vendornya menerapkan inklusivitas di organisasinya dan tidak memiliki sistem audit dan pemantauan atas aspek ini. Akan tetapi, XL terus mendorong mereka untuk menerapkan inklusivitas saat berbisnis dengan XL.

Tempat Kerja Yang Kondusif-Menyemai Kreativitas dan Inovasi

Tempat dan suasana kerja sangat diperhatikan di XL. Kami menganggap tempat kerja sebagai wilayah personal dari setiap karyawan. Setiap karyawan berhak memberi sentuhan personal pada tempat kerjanya masing-masing. Ini adalah salah satu contoh dari banyak upaya sungguh-sungguh XL untuk memfasilitasi terciptanya tempat kerja yang nyaman dan kondusif.

Kami sadar bahwa industri ICT memerlukan penciptaan kreativitas yang tinggi untuk mampu menghasilkan inovasi dan terobosan baru. XL juga mendorong kehidupan sosial yang sehat bagi para karyawannya untuk membentuk keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan (*work-life balance*). Ajang sosial dan budaya para karyawan yang difasilitasi oleh perusahaan cukup sering diselenggarakan dalam konteks ini. Kami yakin bahwa kegembiraan dalam bekerja akan memicu kinerja tinggi setiap karyawan.

The Company has stipulated and implemented a written policy regarding Non Discrimination as follows:

1. The company is respects to individual differences, consequently every employee is prohibited from being dsicriminatory towards other employees as well as to customers, consultants, suppliers, agents and business partners with regards to tribe, race, religion, gender, physical appearance and so on.
2. The company will not show discrimination in implementing recruitment, promotion, mutation, rewards, career development, or employment termination processes.

XL does not have specific system in place to ensure vendors display inclusiveness in their organization and do not pick and choose system for this aspect. However, XL continually promote them to implement inclusiveness while doing business with XL.

A Conducive Workplace-the Basis for Creativity and Innovation

Work place conditions are high on XL's list. We consider workplace as personal area of every employees. Every employee has the right to give personal touch to their own workplace. This in one example of XL's wholehearted efforts to facilitate the creation of comfortable and conducive workplace.

We realize that ICT industry requires high creativity to be able to produce new innovations and breakthroughs. XL also promote a healthy social atmosphere for the employees to build a balance between work and life. Company social and cultural events are frequently held by company is conducted many times in this context. We believe that fun at work will trigger high performance of all employees.

Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan Nurture Future Leaders

Keseimbangan Antara Pekerjaan dan Kehidupan
(Work-Life Balance)

Keseimbangan Antara Pekerjaan dan Kehidupan
Work-Life Balance



XL memberikan keleluasaan bagi karyawannya untuk berekspresi dalam kehidupan bekerja. Anda bisa melihat sentuhan personal pada *cubicle* dan penampilan *casual* mereka sehari-hari. Nyaman menjadi diri sendiri adalah langkah awal untuk mengakselerasi prestasi.

XL allows employees to express themselves freely at work. You can see personal touch on their work station and what they wear to work. Become at one with themselves is a starting point to accelerate performance.

Suara Karyawan Tentang Suasana Kerja di XL

Employee Voices on XL Workplace



Rima Mulyati
Office Social Media

"Malam akhir minggu, bekerja dengan para Rangerku, yang saya dapat dari XL bukan cuma teman atau rekan kerja tetapi keluarga!"

"Weekend night work with my Rangers, What I got from XL is not just friends or office mate but family!"



Arie Hendika
Product Development

"Lingkungan Kerja XL bagaikan tempat bermain dengan berbagai hal dan pengalaman yang keren. Bagaikan yang pernah dikatakan James Brown... "Saya tidak tahu tetapi apa yang saya mainkan benar-benar sangat menyenangkan."

"XL environment is like a playground with all cool stuff and experiences. And like James Brown used to say... I don't know, but whatever I play it's got to be funky".



Ario Malik
Chief Network Design

"Bekerja dan multimedia, membuat kehidupan menjadi lebih baik di XL, bergembira dan nikmati pekerjaanmu".
"Working and multimedia, make more better your life at XL, fun and enjoy your job.....!!!"



Arie Hendika
Product Development

"Lingkungan Kerja XL bagaikan tempat bermain dengan berbagai hal dan pengalaman yang keren. Bagaikan yang pernah dikatakan James Brown... "Saya tidak tahu tetapi apa yang saya mainkan benar-benar sangat menyenangkan."
"XL environment is like a playground with all cool stuff and experiences. And like James Brown used to say... I don't know, but whatever I play it's got to be funky".

Penghargaan Atas Hak Asasi Manusia

XL secara konsisten mendukung penghargaan atas hak asasi manusia. Peraturan perusahaan dan kode etik kerja telah secara tertulis menetapkan penghargaan atas hal tersebut. Beberapa hal yang telah diatur untuk memastikan bahwa perusahaan tidak melanggar hak asasi manusia di antaranya adalah:

- Waktu kerja di kantor,
- Hak dan kewajiban karyawan dan perusahaan,
- Mengategorikan kekerasan karyawan (kekerasan ringan, sedang, dan berat),
- Sanksi dan prosedur terhadap tindakan tidak sesuai (*misconduct*), mulai dari peringatan verbal dan dilanjutkan dengan peringatan tertulis pertama, kedua, dan ketiga.
- Pemberhentian karyawan diatur berdasarkan proses bipartit, dan bila diperlukan, juga melibatkan pihak ketiga (pemerintah) untuk menyelesaikan perselisihan.
- Asuransi kesehatan untuk setiap karyawan dan keluarganya yang mencakup rawat inap, rawat jalan, persalinan, perawatan gigi, dan kacamata; Asuransi jiwa dan kecacatan.
- Program jaminan sosial tenaga kerja sesuai dengan peraturan pemerintah.
- Program dana pensiun.
- Adanya indikator Indeks Kepuasan Karyawan (*Employee Satisfaction Index*) yang diukur secara berkala.
- Disediakan ruang menyusui (*nursery room*) bagi karyawan wanita yang memiliki bayi.
- Manfaat lain bagi karyawan adalah cuti tahunan dan progresif, cuti hamil, gaji bulan ke-13 saat hari besar keagamaan, dan bonus untuk pencapaian kinerja perusahaan.
- Kepemilikan saham bagi karyawan.

Respect for Human Rights

XL consistently supports respect for human right. Company rules and code of ethics stipulates this in writing in order not to violate human rights. Some aspects has been stipulated to ensure that company do not violates human rights, It covers:

- Office work hours;
- Rights and obligations of employees and company;
- Categorization of employee violence (light, medium and heavy violence);
- Sanction and procedures for misconduct, from verbal notice and written notice (first, second and third notice);
- Employee termination is stipulated in bipartite process, and if necessary, also involving third party (government) to solve the dispute(s);
- Provision of health insurance for employees and their families which include inpatient, outpatient, birth delivery, dental treatment and vision checks; Provision of life and disability insurance;
- Employees social security program in accordance with government decree;
- Pension fund program;
- Employee Satisfaction Index is measured periodically.
- Provision of nursery room for female employees with infants.
- Other benefits for employees included annual and progressive leave, pregnancy leave, 13th-month salary in the occasion of religion holidays, and bonus for achievement of company performance;
- Provision of stock ownership for employees.

Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan Nurture Future Leaders

Keberadaan pekerja anak di XL adalah dilarang. XL tidak mengizinkan sama sekali adanya pekerja anak dan pekerja paksa baik sebagai karyawan tetap, karyawan alih daya, termasuk pekerja di perusahaan mitra kerja seperti kontraktor, diler dan vendor. XL mendukung sepenuhnya penghapusan pekerja paksa dan pekerja anak sesuai dengan Konvensi ILO Nomor 138 tahun 1973 dan Peraturan Pemerintah Nomor 20 tahun 1999 tentang Pekerja Anak.

Sampai saat ini, XL belum melakukan audit secara spesifik kepada para mitranya terkait pekerja anak maupun kepatuhan mitra kerja secara umum terhadap prinsip-prinsip perlindungan hak asasi manusia (HAM) di perusahaan mereka masing-masing. Perjanjian kerja sama bisnis dengan mitra juga belum memasukkan isu mengenai penghargaan atas hak asasi manusia. Kami juga belum menyelenggarakan pelatihan khusus mengenai prinsip hak asasi manusia (HAM) bagi para karyawan, termasuk anggota satuan pengamanan perusahaan.

XL belum memiliki tata laksana spesifik berkenaan dengan pengelolaan masyarakat asli (*indigenous people*). Luasnya cakupan pelayanan ini memungkinkan terjadinya persinggungan antara sarana dan prasarana perusahaan dengan masyarakat asli. Secara umum, kebijakan perusahaan dalam aspek ini sebenarnya telah ditetapkan secara tertulis dalam kode etik bisnis perusahaan yaitu:

- "XL merupakan perusahaan yang menjadi bagian dari masyarakat di manapun XL menjalankan usahanya. Oleh karenanya XL akan selalu memperhatikan dan mengedepankan kepentingan masyarakat serta turut menjaga kelestarian lingkungan hidup".
- "Perusahaan akan selalu mendukung secara aktif segala program layanan masyarakat yang ada di lingkungan tempat Perusahaan menjalankan usaha dan operasinya demi kelestarian dan kelangsungan kehidupan masyarakat dan komunitas itu sendiri dalam bentuk pemberian sumbangan secara finansial maupun pemberian bantuan tenaga secara sukarela".
- "Perusahaan akan turut berpartisipasi dalam melestarikan lingkungan hidup dan melindungi sumber daya alam serta akan berupaya meminimalkan dampak negatif dari segala bentuk usaha dan kegiatan operasional perusahaan yang berdampak langsung kepada lingkungan hidup yang ada di sekitarnya".

Child labor in XL is prohibited. XL does not allow child or forced labor for permanent employees, outsourcing, including employees of business partners such as contractors, dealers and vendors. XL fully supports the eradication of forced and child labor as stipulated by ILO Convention Number 138 year 1973 and Government Regulation Number 20 year 1999 regarding Child Labor.

Up to now XL hasn't done any checks on its business partners regarding child labor and human rights principles in their own companies. Business cooperation contract also do not involving respect to human right issues. We have not conducted yet specific training on human right principles to our employees as well as company's security team members.

XL does not have specific procedure regarding management of indigenous people. Wide area coverage of XL's services heightens the probability of clashes between company's infrastructures and indigenous people. However, in general, company's policy regarding this aspect is stipulated in the documented company's code of ethics, which are:

- "XL is a company that constitutes part of the community wherever XL engages its business. Therefore XL shall always observe and prioritize the interests of the people and participate in preserving the life environment.
- The Company will always actively support all the existing community services program in the environment where the Company engages its business and operation in order for the preservation and continuity of the life of the community people and the community itself in the form of the provision of financial contribution or the provision of voluntary capacity.
- The Company shall participate in preserving the life environment and protect the natural resources and make the effort to minimize the negative impact from all types of business and operations of the Company which shall directly affect the surrounding life environment".

Budaya Kerja XL-Fondasi Bagi Kinerja Unggul

Sebagai bagian dari Axiata Group, XL juga menerapkan budaya kerja yang dianut oleh korporat, yaitu UI-EP atau Uncompromising Integrity-Exceptional Performance. Integritas luar biasa dan kinerja unggul adalah dua nilai yang harus dianut dan diterapkan oleh setiap karyawan XL.

XL Culture-the Foundation for Excellent Performance

As part of Axiata Group, XL also implements working culture carried out by the corporation, which are UI-EP or Uncompromising Integrity-Exceptional Performance. Uncompromising Integrity and Exceptional Performance are two values that should be believed and implemented by all XL's employees.



Uncompromising Integrity

Always doing the right think and fulfilling promises made to earn the trust of our stakeholders.

We are committed to upholding the highest standards of lawful and ethical conduct, and in demonstrating honesty, fairness and accountability in all of our dealings.

Exceptional Performance

Always pushing ourselves to deliver benchmarked outstanding performance.

We are determined to be the winner, leader and best-in-class in what we do. Whilst we are tough with performance standards, we are compassionate with people-we call it "Performance with a Heart"

Selain menganut dan menerapkan UI-EP, XL juga menerapkan tata nilai yang disesuaikan dengan kondisi perusahaan, yaitu *uncompromising integrity*, *team synergy*, *simplicity*, dan *exceptional performance* yang disebut dengan ITS XL.

Besides believing in and implementing UI-EP, XL also implement other values, which is adjusted to company's condition, which are uncompromising integrity, team synergy and simplicity. The values are commonly referred to as ITS XL.

UNCOMPROMISING INTEGRITY

Memiliki standar etika tinggi, tidak ada toleransi terhadap perilaku yang tidak etis.

Having high ethical standards, having no tolerance for unethical behavior.

TEAM SYNERGY

Penuh semangat bekerja-sama, memastikan semua proses dilakukan demi mencapai tujuan bersama.

Vigorously working together, ensuring all processes are done to achieve a common goal.

SIMPLICITY

Melakukan yang terbaik untuk memberikan solusi yang mudah digunakan dan melebihi harapan pelanggan.

Doing our best to provide a solution that easy-to-use and beyond customer's expectations.

EXCEPTIONAL PERFORMANCE

Selalu semangat dalam memberikan kinerja terbaik.

Always be enthusiastic in providing the best performance.

Mengayomi Para Pemimpin Masa Depan Nurture Future Leaders

Perusahaan menghimbau seluruh pihak ketiga manapun agar dapat memahami dan melaksanakan seluruh prinsip dan kebijakan Etika Kerja. XL mengambil tindakan tegas terhadap pelanggaran Etika Kerja dan/atau peraturan perundangan yang berlaku, yang dapat berakibat putusnya kontrak kerja sama antara Perusahaan dan pihak ketiga dimaksud. Komitmen kepatuhan Pihak Ketiga terhadap Etika Kerja yang berlaku di Perusahaan dapat dinyatakan di dalam kontrak kerja sama antara Perusahaan dengan Pihak Ketiga.

Company requests all third parties understand and implement all of XL's principles and work ethics. XL will respond firmly response to violation of work ethics and/or prevailing regulations. It could lead to termination of contract of work between XL and the third party. Commitment of obedience of the third party to the work ethics can be written in the contract of cooperation work between XL and the third party.

Budaya Kinerja Tinggi High Performance Culture



Kami memberikan apresiasi sepenuh hati bagi mereka yang berkontribusi maksimal. XL selalu mendukung penuh setiap pribadi yang ingin berprestasi untuk kemajuan bersama.

We provide a wholehearted appreciation to them who make a maximum contribution to XL. XL is fully support every person who eager to perform for mutual progress.

Manajemen Karir.

Manajemen Karir Career Management



Kami memperhatikan banyak hal yang bagi kebanyakan mata terlewat untuk dicermati. XL memiliki sistem yang terbukti memberikan ruang dan pendorong bagi pertumbuhan karir untuk masa depan karyawannya.

We take care of many things that are usually overlooked by others. XL has a proven system that provides space and promotes career development for its employees' future.

Pencapaian Manusia People Achievement



Lebih dekat dengan pelanggan adalah dengan mengetahui kebutuhan mereka. XL memberdayakan informasi ini sebagai cara untuk memberikan solusi komunikasi pasti. Menjadikan XL sebagai penyedia jasa seluler yang memiliki follower Twitter terbanyak.

To become closer to customers is to understand their needs. XL empowering the information to provide a firm communication solutions. It makes XL become a cellular provider with a largest amount of Twitter followers.

Inovasi Innovations



Kami selalu bersemangat untuk merebut hati setiap pelanggan. Dengan berbagai program yang inovatif, XL membuktikan komitmennya sebagai penyedia layanan seluler terdepan di Indonesia.

We are always eager to attract customers' understanding. By many innovative program, XL proofed its commitment as a leader in cellular service provider in Indonesia.

Penghargaan atas Hak Karyawan

XL menjunjung tinggi hak karyawan untuk berserikat dan berkumpul. Hal ini sangat bersesuaian dengan peraturan perundangan yang berlaku di Indonesia, yaitu Undang-Undang Nomor 13 tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan, sekaligus bersesuaian dengan norma internasional yang tertuang dalam Konvensi ILO Nomor 87 dan Konvensi ILO Nomor 98. Karyawan berhak dan bebas untuk membentuk organisasi ketenagakerjaan. XL menganggap organisasi ini sebagai sebuah forum hubungan industrial antara karyawan dan manajemen perusahaan. Perusahaan percaya bahwa hubungan industrial yang harmonis akan mempertinggi kinerja perusahaan secara keseluruhan.

Keselamatan dan Kesehatan Kerja-Menuju Zero Accident

Kode etik perusahaan telah menggariskan bahwa: "direksi dan Karyawan wajib untuk mengikuti dan menaati serta menjalankan peraturan-peraturan tentang kesehatan dan keselamatan kerja yang berlaku di Perusahaan, baik yang ada di unit kerja masing-masing atau lingkungan Perusahaan secara umum, sebagaimana diatur lebih lanjut di dalam Peraturan Perusahaan". Pernyataan ini menegaskan bahwa perusahaan menjunjung tinggi dan terus berusaha memastikan kinerja tinggi terhadap keselamatan dan kesehatan kerja.

Secara umum, sepanjang tahun 2014 tidak terjadi kecelakaan kerja tercatat di perusahaan, mulai kecelakaan ringan sampai kecelakaan fatal. Sepanjang tahun tersebut XL telah mencapai "zero accident" atau mencapai prestasi "tanpa kecelakaan kerja".

Respect for Labor Rights

XL highly respects employees rights to collective bargaining. This is in line with prevailing laws and regulations in Indonesia, particularly Law Number 13 year 2003 regarding Labor as well as with ILO Convention Number 87 and Number 98. Employees have a right to and are free to establish labor organization. XL considers the organization as a forum of industrial relation between company's employees and managements. XL believe that a harmonious relation will improve company performance in the long run.

Occupational Health and Safety-Toward Zero Accident

Company's code of ethics has been stipulated that "Directors and Employees are obliged to adhere to and comply with as well as carry out regulations concerning health and work safety which are prevalent in the Company, whether those in each respective work unit or in the premises of the Company in general, as further regulated in the Company Regulations". The written statement clearly shows that XL highly respects and continually strives to ensure its high performance on occupational health and safety.

In general, in 2014 there was no accident recorded by company, neither small nor fatal accident. During the year XL achieved "zero accident" or health and safety performance was achieve "without occupational accident".

Kinerja Ekonomi Economic Performance

	2013	2014	
Nilai Ekonomi yang Dihasilkan (grup)			Direct economic value generated (group)
Pendapatan ¹	5,456,583	5,919,260	Revenues
Nilai Ekonomi yang Didistribusikan (grup)			Economic value distributed (group)
Biaya Operasi ²	11,668	3,207,926	Operating Cost
Gaji Karyawan dan tunjangan ³	937	277,391	Employee wages and benefits
Pembayaran pada penyedia modal ⁴	1,152	325,673	Payments to providers of capital
Pembayaran pada Pemerintah ⁵	1,306	24,542	Payments to government
Investasi Sosial ⁶	29	3,207,926	Community investment
Nilai Ekonomi yang ditahan ⁷	918	277,391	Economic value retained
Jasa Interkoneksi Seluler	3,033	3,007	Cellular Interconnection Services
Pendapatan Usaha Seluler Bruto	19,874	22,112	Gross Cellular Revenue
Jasa Telekomunikasi Lainnya	1,476	1,457	Other Telecommunication Services
Pendapatan Usaha Bruto	21,350	23,569	Gross Revenue
Diskon	(85)	(109)	Discount
Pendapatan Usaha Bruto setelah dikurangi diskon	21,265	23,460	Gross Revenue Net of Discount

¹ Penjualan bersih ditambah pendapatan dari investasi keuangan dan penjualan asset/Net sales plus revenues from financial investments and sales of Asset

² Termasuk pembayaran kepada pemasok, investasi non-strategis, royalty, dan fasilitasi/(Payments to suppliers, non-strategic investments, royalties, and facilitation payments)

³ Jumlah uang keluar untuk karyawan (pembayaran sekarang, di luar komitmen masa depan)/Total monetary outflows for employees (current payments, not future commitments)

⁴ Semua pembayaran keuangan kepada penyedia modal/All financial payments made to the providers of the organization's capital

⁵ Pajak Bruto/Gross taxes

⁶ Sumbangan sukarela dan investasi dana pada masyarakat luas termasuk donasi/Voluntary contributions and investment of funds in the broader community includes donations

⁷ Dihitung sebagai Nilai ekonomi yang dihasilkan dikurangi dengan nilai ekonomi yang didistribusikan-investasi, equity release, dll/calculated as Economic value generated less Economic value distributed-Investments, equity release, etc

Ikhtisar Lingkungan Environment Highlights

	2013	2014	
BTS			BTS
BTS Non-CFC	10,141	10,575	Non-CFC BTS
BTS dengan CDC	138	138	BTS using CDC
BTS dengan PLN	5,025	20,076	BTS using PLN
BTS dengan IVS	3,490	3,490	BTS using IVS
Green BTS	8,507	10,575	Green BTS

Ikhtisar Ketenagakerjaan Workforce Highlights

Aspek GRI G4	2014		2013		GRI G4 Aspect
	Pria Male	Wanita Female	Pria Male	Wanita Female	
Ketenagakerjaan, karyawan baru, orang	199	88	169	57	Employment, new employment, person
< 30 tahun	63	33	78	38	< 30 years
30-50 tahun	134	55	88	18	30-50 years
> 50 tahun	1	2	3	1	> 50 years

Aspek GRI G4	2014		2013		GRI G4 Aspect
	Pria Male	Wanita Female	Pria Male	Wanita Female	
Ketenagakerjaan, turnover, orang	277	89	157	54	Employment, turnover, years
< 30 tahun	80	22	65	18	< 30 years
30-50 tahun	190	67	87	36	30-50 years
> 50 tahun	7	0	5	0	> 50 years

Aspek GRI G4	2014		2013		GRI G4 Aspect
	Pria Male	Wanita Female	Pria Male	Wanita Female	
Pelatihan, jam pelatihan rata-rata/orang (jam)					Training, average training hour/person (hour)
Manajemen madya	9.52	10.01	NA	NA	Senior Management
Eksekutif	10.48	10.02	NA	NA	Executive
Non Eksekutif	12.65	11.88	NA	NA	Non Executive
Keseluruhan	32.65	31.91	NA	NA	Overall

Catatan: Jumlah jam pelatihan yang dirinciberdasarkan tingkatan manajemen belum dilaporkan pada tahun 2013.
Note: Average training hours based on management levels are not reported in 2013.

Aspek GRI G4	Pria Male		Wanita Female		GRI G4 Aspect
	Local	Non-local	Local	Non-local	
Jumlah Total karyawan berdasarkan kategori per 31 Desember 2014					Total number of employees by employee category as at 31 Dec 2014
Manajemen Puncak (CEO)	1				Top senior management (CEO)
Manajemen Madya (CEO-1 & Mgrs & above)	641	22	185		Middle management (CEO-1 & Mgrs & above)
Eksekutif (Exec to below mgrs)	560		194		Executives (Exec to below mgrs)
Non-eksekutif (Below exec)	314		223		Non-executives (Below exec)

Aspek GRI G4	Pria Male	Wanita Female	GRI G4 Aspect
Rincian Status Karyawan per 31 Desember 2014			Total workforce details as at 31st Dec of the year
Karyawan Purna Waktu Tetap	1239	573	Permenant fulltime staff
Karyawan Purna Waktu Sementara	288	40	Temporary full time staff

Aspek GRI G4	2014		2013		GRI G4 Aspect
	Pria Male	Wanita Female	Pria Male	Wanita Female	
Pelatihan, persentase karyawan yang memperoleh evaluasi kinerja dan pengembangan karir (%)					Training, percentage of employees having performance evaluation and career development (%)
Level GM	100	100	NA	NA	GM Level
Level Manajer	100	100	NA	NA	Manager Level
Level Supervisor	100	100	NA	NA	Supervisor Level
Staf	100	100	NA	NA	Staff
Keseluruhan	100	100	NA	NA	Overall

Aspek GRI G4	2014		2013		GRI G4 Aspect
Keberagaman dan kesetaraan kesempatan					Diversity and equal opportunity
Persentase pegawai berdasarkan Gender (Pria vs Wanita)					Persentase of employees based on Gender (Male vs Female)
	Pria Male	Wanita Female	Pria Male	Wanita Female	
Kelompok Usia					Age Group
(< 30 tahun)	20	17	NA	NA	(< 30 years)
(30-50 tahun)	78	81	NA	NA	(30-50 years)
(>50 tahun)	2	2	NA	NA	(>50 years)
Jumlah Pegawai	2,140		2,021		Number of Employee

Aspek GRI G4	2014		2013		GRI G4 Aspect
	Pria Male	Wanita Female	Pria Male	Wanita Female	
Keselamatan dan Kesehatan Kerja	0	0	0	0	Occupational Health and Safety
Kecelakaan fatal, kasus	0	0	0	0	Accident, fatal, case
Kecelakaan parah, (> 21 hari tidak masuk kerja), kasus	0	0	0	0	Accident, serious,, (> 21 days of leave, case
Kecelakaan menengah (3-21 hari tidak masuk kerja), kasus	0	0	0	0	Accident, middle, 3-21 days of leave, case
Kecelakaan ringan (<3 hari tidak masuk kerja), kasus	0	0	0	0	Accident, light, (<3 days of leave, case
Absenteeism	0	0	0	0	Absenteeism

Product Responsibility

Product Responsibility

Deskripsi	2014	2013	Description
Insiden pelanggaran peraturan atau <i>voluntary code</i> terkait informasi produk dan jasa	0	0	Incidents of Non-Compliance with Regulations and Voluntary Codes Concerning Product and Service Information
Insiden pelanggaran peraturan atau <i>voluntary code</i> terkait komunikasi pemasaran	0	0	Incidents of Non-Compliance with Regulations and Voluntary Codes Concerning Marketing Communication
Keluhan terkait pelanggaran privasi pelanggan	0	0	Complaints concerning breaches of Customer Privacy

Indeks Isi GRI-G4 GRI-G4 Content Index

Laporan Keberlanjutan XL Axiata 2014 disusun 'sesuai dengan' Panduan GRI-G4 dan Panduan GRI-G4 untuk Pengungkapan di Sektor Layanan Keuangan dengan opsi 'inti'. Laporan ini juga mengacu pada informasi yang diungkapkan untuk umum dalam Laporan Tahunan XL Axiata 2014.

XL Axiata Sustainability Report 2014 is prepared 'in accordance' with GRI-G4 Guidelines and GRI-G4 Financial Sector Disclosure with option 'core'. This report refers to the information disclosed to the public in the XL Axiata Annual Report 2014.

Pengungkapan Standar Umum		Halaman (atau Referensi) Page Number (or Reference)	General Standard Disclosures	Prinsip UNGC Terkait Related UNGC Principles
ANALISIS DAN STRATEGI			STRATEGY AND ANALYSIS	
G4-1	Pernyataan dari manajemen puncak	12	Statement from the most senior decision-maker	CEO Commitment and Leadership
PROFIL ORGANISASI			ORGANIZATIONAL PROFILE	Context of Operation and Verification
G4-3	Nama organisasi	4	Name of the organization	
G4-4	Merek, produk, dan jasa utama	4	Primary brands, products, and services	
G4-5	Lokasi kantor pusat	3	Location of headquarters	
G4-6	Jumlah negara tempat operasi	4	Number of countries where operates	
G4-7	Sifat kepemilikan dan badan hukum	5	Nature of ownership and legal form	
G4-8	Pasar yang dilayani	4	Markets served	
G4-9	Skala organisasi	5	Scale of the organization	
G4-10	Jumlah karyawan	95	Number of employees	Principle 6: Labour
G4-11	Karyawan yang dicakup dalam perjanjian bersama	Tidak ada, terkait aturan perusahaan None, based on company regulation	Employees covered by collective bargaining agreements	Principle 3: Labour
G4-12	Rantai pasokan organisasi	18	Organization's supply chain	Value chain
G4-13	Perubahan signifikan selama periode pelaporan	Annual Report 2014	Significant changes during the reporting period	Value chain
G4-14	Prinsip kehati-hatian	32	Precautionary approach or principle	
G4-15	Perjanjian, prinsip, atau inisiatif lainnya yang diadopsi	United Nations Global Compact	Externally developed charters, principles, or other initiatives endorsed	
G4-16	Keanggotaan asosiasi	Annual Report 2014	Memberships of associations	
ASPEK MATERIAL DAN BATASANNYA YANG TERINDETIFIKASI			IDENTIFIED MATERIAL ASPECTS AND BOUNDARIES	
G4-17	Entitas yang dicakup dalam laporan keuangan konsolidasian	2	Entities included in the organization's consolidated financial statements	

Indeks Isi GRI-G4 GRI-G4 Content Index

Pengungkapan Standar Umum		Halaman (atau Referensi) Page Number (or Reference)	General Standard Disclosures	Prinsip UNGC Terkait Related UNGC Principles
G4-18	Proses untuk menetapkan isi laporan	20	Process for defining the report content	
G4-19	Aspek material yang teridentifikasi	20	Material Aspects identified	
G4-20	Batasan aspek yang di dalam organisasi	21-23	Aspect Boundary within the organization	
G4-21	Batasan aspek yang di luar organisasi	21-23	Aspect Boundary outside the organization	
G4-22	Pernyataan ulang atas informasi yang disajikan dalam laporan sebelumnya	21	Restatements of information provided in previous reports	
G4-23	Perubahan penting dibandingkan periode pelaporan sebelumnya	21	Significant changes from previous reporting periods	
PELIBATAN PEMANGKU KEPENTINGAN			STAKEHOLDER ENGAGEMENT	
G4-24	Daftar kelompok pemangku kepentingan	18-19	List of stakeholder groups	Stakeholder Engagement
G4-25	Dasar identifikasi dan pemilihan pemangku kepentingan	18	Basis for identification and selection of stakeholders	Stakeholder Engagement
G4-26	Pendekatan untuk melakukan pelibatan pemangku kepentingan	18-19	Approach to stakeholder engagement	Stakeholder Engagement
G4-27	Topik dan perhatian utama	18-19	Key topics and concerns	
PROFIL LAPORAN			Report profile	
G4-28	Periode pelaporan	2	Reporting period	
G4-29	Tanggal laporan paling terakhir	Maret March 2014	Date of most recent previous report	
G4-30	Siklus pelaporan	Tahunan Annualy	Reporting cycle	
G4-31	Poin Kontak	3	Contact point	
G4-32	Opsi 'kesesuaian dengan'	97	'In accordance' option	
G4-33	Pemeriksaan eksternal atas laporan	Internal	External assurance for the report	External COP Assessment
TATA KELOLA			GOVERNANCE	Governance
G4-34	Struktur dan komposisi tata kelola	Annual Report 2014	Governance structure and composition	Board Adoption and Oversight
ETIK DAN INTEGRITAS			ETHIC AND INTEGRITY	
G4-56	Nilai-nilai, standar dan norma-norma perilaku	9	Values, principles, standards and norms of behavior	Principle 10: Anti-corruption

PENGUNGKAPAN STANDAR SPESIFIK			SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE	
DMA dan Indikator DMA and Indicators	Nomor Halaman (atau Referensi) Page Number (or Reference)	Hal-hal yang Tidak Disajikan Omissions	Pemastian Eksternal External Assurance	Prinsip UNGC Terkait Related UNGC Principles
KATEGORI: EKONOMI			CATEGORY: ECONOMY	
ASPEK MATERIAL: KINERJA EKONOMI			MATERIAL ASPECT: ECONOMIC PERFORMANCE	
G4-DMA	24	-	-	UN Goals
G4-EC1	94	-	-	
ASPEK MATERIAL: DAMPAK EKONOMI TIDAK LANGSUNG			MATERIAL ASPECT: INDIRECT ECONOMIC IMPACT	
G4-DMA	72, 74	-	-	UN Goals
G4-EC8	74	-	-	
ASPEK MATERIAL: PRAKTIK PEMBELIAN			MATERIAL ASPECT: PROCUREMENT PRACTICE	
G4-DMA	38	-	-	UN Goals
G4-EC9	39	-	-	Value chain
KATEGORI: LINGKUNGAN			CATEGORY: ENVIRONMENT	
ASPEK MATERIAL: ENERGI			MATERIAL ASPECT: ENERGY	
G4-DMA	35	-	-	UN Goals
G4-EN6	35, 36	-	-	Value chain
ASPEK MATERIAL: AIR			MATERIAL ASPECT: WATER	
G4-DMA	37	-	-	UN Goals
G4-EN10	37	-	-	
ASPEK MATERIAL: EFLUEN DAN LIMBAH			MATERIAL ASPECT: EFFLUENTS AND WASTE	
G4-DMA	37	-	-	UN Goals
G4-EN23	37	-	-	
KATEGORI: SOSIAL			CATEGORY: SOCIAL	
SUB KATEGORI: PRAKTIK PERBURUHAN DAN PEKERJAAN YANG LAYAK			SUB CATEGORY: EMPLOYMENT AND DECENT WORK	
ASPEK MATERIAL: KETENAGAKERJAAN			MATERIAL ASPECT: EMPLOYMENT	
G4-DMA	83	-	-	UN Goals
G4-LA1	95	-	-	Principle 6: Labour
ASPEK MATERIAL: KESEHATAN DAN KESELAMATAN KERJA			MATERIAL ASPECT: OCCUPATIONAL HEALTH AND SAFETY	
G4-DMA	93	-	-	UN Goals
G4-LA6	96	-	-	Value chain
ASPEK MATERIAL: PELATIHAN DAN PENDIDIKAN			MATERIAL ASPECT: TRAINING AND EDUCATION	
G4-DMA	83	-	-	UN Goals
G4-LA9	95	-	-	
G4-LA10	85 & XL AR 2014	-	-	
G4-LA11	96	-	-	
SUB KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA			SUB CATEGORY: HUMAN RIGHTS	
ASPEK MATERIAL: NON DISKRIMINASI			MATERIAL ASPECT: NON DISCRIMINATION	
G4-DMA	86	-	-	UN Goals
G4-HR3	Tidak Ada None	-	-	Principle 2: Human Rights

PENGUNGKAPAN STANDAR SPESIFIK			SPECIFIC STANDARD DISCLOSURE	
DMA dan Indikator DMA and Indicators	Nomor Halaman (atau Referensi) Page Number (or Reference)	Hal-hal yang Tidak Disajikan Omissions	Pemastian Eksternal External Assurance	Prinsip UNGC Terkait Related UNGC Principles
ASPEK MATERIAL: PEKERJA ANAK			MATERIAL ASPECT: CHILD LABOR	
G4-DMA	90	-	-	UN Goals
G4-HR5	Tidak Ada None	-	-	Principle 4: Labour
ASPEK MATERIAL: KERJA PAKSA			MATERIAL ASPECT: FORCED OF COMPULSORY LABOR	
G4-DMA	90	-	-	UN Goals
G4-HR6	Tidak Ada None	-	-	Principle 4: Labour
SUB KATEGORI: KEMASYARAKATAN			SUB CATEGORY: SOCIETY	
ASPEK MATERIAL: MASYARAKAT LOKAL			MATERIAL ASPECT: LOCAL COMMUNITIES	
G4-DMA	40	-	-	UN Goals
G4-SO1	40, 58	-	-	Principle 1: Human Rights
ASPEK MATERIAL: ANTI KORUPSI			MATERIAL ASPECT: ANTI-CORRUPTION	
G4-DMA	33	-	-	
G4-SO5	Tidak Ada None	-	-	Principle 10: Anti-corruption
SUB KATEGORI: TANGGUNG JAWAB PRODUK			SUB CATEGORY: PRODUCT RESPONSIBILITY	
ASPEK MATERIAL: PELABELAN PRODUK DAN JASA			MATERIAL ASPECT: PRODUCT AND SERVICES LABELLING	
G4-DMA	28	-	-	UN Goals
G4-PR5	27	-	-	
ASPEK MATERIAL: KOMUNIKASI PEMASARAN			MATERIAL ASPECT: MARKETING COMMUNICATION	
G4-DMA	28	-	-	UN Goals
G4-PR7	Tidak Ada None	-	-	
ASPEK MATERIAL: PRIVASI PELANGGAN			MATERIAL ASPECT: CUSTOMER PRIVACY	
G4-DMA	29	-	-	UN Goals
G4-PR8	Tidak Ada None	-	-	
PENGUNGKAPAN SEKTOR LAYANAN KEUANGAN			FINANCIAL SERVICE SECTOR DISCLOSURE	
FS7	61-62	-	-	
FS14	68-71	-	-	

Penghargaan Awards



1 **Digital Brand of The Year 2013**

XL menjadi satu-satunya perusahaan telekomunikasi Indonesia yang meraih penghargaan *Digital Brand Awards of The Year 2013* oleh majalah Infobank. Dalam acara penghargaan ini XL meraih penghargaan sebagai penyedia layanan E-Money terpopuler kedua di kategori E-Money untuk layanan XL Tunai, bersanding dengan dua kartu e-money yang dikeluarkan oleh dua bank terbesar di Indonesia, yaitu E-Toll Card Mandiri dan Flazz BCA. XL was the only Indonesian telecommunication company that received Digital Brand Awards for the Year 2013 by Infobank magazine. At this event awards event XL was awarded as the second most popular E-Money service provider in the category of E-Money for XL Tunai service, jointly with two e-money cards issued by the two largest banks in Indonesia, namely E-Toll Card Mandiri and Flazz BCA.

2 **Excellent Service Experience Award (ESEA) 2014**

XL meraih penghargaan dalam kategori industri Telekomunikasi sebagai *Excellent Performance in Delivering Positive Customer Experience*, berdasarkan dari penilaian *mystery shopping research*. Penilaian dilakukan berdasarkan 3 hal yaitu: *Customer Sense Experience*, *Customer Mood/Emotion Experience* dan *Customer Problem Solution Experience*.

XL won the award in Telecommunications industry category as *Excellent Performance in Delivering Positive Customer Experience*, based on mystery shopping research assessment. The assessment is based upon three topics: *Customer Sense Experience*, *Customer Mood/Emotion Experience* and *Customer Problem Solution Experience*.

3 **Top Brand Award 2014**

XL kembali meraih pengakuan publik. Kali ini XL berhasil mendapatkan penghargaan *Top Brand Award 2014* untuk kategori produk XL Pascabayar (*Post Paid Cellular Simcard*) dan XL Prabayar (*Prepaid Cellular Simcard*) yang digelar Majalah Marketing bersama dengan Frontier Consulting Group. Penghargaan ini diberikan sebagai apresiasi atas upaya XL memelihara kepercayaan pelanggan dalam membangun *Top of Mind Share*, *Top of Market Share* dan *Top of Commitment Share*.

XL achieved public recognition again. This time XL successfully won Top Brand Award 2014 for product category XL Postpaid (Post Paid Cellular Simcard) and XL Prepaid (Prepaid Cellular Simcard) by Marketing Magazine and Frontier Consulting Group. This award was given in appreciation of XL efforts to maintain customer confidence in building Top of Mind Share, Top of Market Share and Top of Commitment Share.

4 **iCIO Award 2014**

XL memenangkan penghargaan iCIO Award 2014 untuk kategori *The Most Innovative CIO* yang diraih oleh Ongki Kurniawan-Chief Service Management Officer XL.

XL won iCIO Award 2014 in The Most Innovative CIO category achieved by Ongki Kurniawan-XL Chief Service Management Officer.

Penghargaan Awards



5 **Men's Obsession Award 2014**

CEO XL, Hasnul Suhaimi, kembali meraih pengakuan publik. Beliau dianugerahi penghargaan sebagai *Most Inspirational Chief Executive Officer* dalam ajang Men's Obsession Award 2014 yang digagas oleh majalah Men's Obsession bersama dengan 8 orang pemenang lainnya yang berasal dari berbagai macam bidang industri.

XL CEO, Hasnul Suhaimi, again achieved public recognition. He won the award as the Most Inspirational Chief Executive Officer in Men's Obsession Award 2014 event, organized by Men's Obsession magazine with other 8 winners from various industries.

6 **Frost & Sullivan Award 2014**

Komitmen XL untuk selalu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya kembali meraih pengakuan Internasional. Kali ini dalam ajang *Best Customer Experience 2014* yang diadakan oleh Frost & Sullivan dengan kategori *Indonesian Telecommunication Best Customer Experience in Store*.

XL's commitment to always provide the best services to its customers again won international recognition. This time for the Best Customer Experience In Store category at the Best Customer Experience 2014 event held by Frost & Sullivan.

7 **Selular Award 2014**

Dalam ajang Selular Award 11th yang diselenggarakan oleh Majalah Selular, XL berhasil mendapatkan penghargaan untuk kategori *Best Innovative Services-XL Rumahnya Android* dan *Best Customer Care Service*. Penghargaan ini diberikan kepada XL sebagai apresiasi atas upaya XL yang tidak pernah berhenti berinovasi untuk melayani, memanjakan, memelihara kepercayaan pelanggan melalui Customer Care Service.

In the 11th Selular Award event organized by Selular Magazine, XL successfully won the award for Best Innovative Services-XL Rumahnya Android and Best Customer Care Service categories. These awards were given to XL as in appreciation of its tireless efforts to innovate, serve, pamper, maintain customer confidence through Customer Care Service.

8 **Fortune Indonesia's Most Admired Companies Award 2014**

Dua penghargaan berhasil diraih XL dalam ajang *Fortune Indonesia's Most Admired Companies Award 2014* yang digelar majalah Fortune, yaitu *The Best 20 Of Most Admired Companies In Indonesia* dan *The Third Winner In Infrastructure, Utilities, and Transportation Industry*.

Two awards were won by XL in Fortune Indonesia's Most Admired Companies Award 2014 event held by Fortune magazine, namely The Best 20 of Most Admired Companies in Indonesia and The Third Winner in Infrastructure, Utilities, and Transportation Industry.



9 **Telecom Asia Awards 2014**

XL kembali meraih penghargaan internasional sebagai *Best Emerging Markets Carrier* dalam gelaran 17th Annual Telecom Asia Awards 2014. XL again won international award as Best Emerging Markets Carrier at the 17th Annual Telkom Asia Awards 2014.

10 **Top IT & Top Telco 2014**

XL meraih pengakuan publik dengan merebut empat penghargaan sebagai "*Top IT Innovation in Telco 2014, Top Pre-paid GSM 2014, Top Post-paid GSM 2014 dan Top Wireless Internet 2014*" dalam ajang tahunan *Top IT & Top Telco 2014* yang digelar oleh Majalah Itech.

XL earned public recognition by winning four awards as "*Top IT Innovation in Telco 2014, Top Pre-paid GSM 2014, Top Post-paid GSM 2014 and Top Wireless Internet 2014*" in an annual event of Top IT & Telco Top 2014 held by Itech Magazine.

11 **Frost & Sullivan 2014 Asia Pacific ICT Award**

XL meraih Frost & Sullivan 2014 Asia Pacific ICT Award untuk kategori *the Most Innovative Telecom Service Provider of the Year*.

XL won the Frost & Sullivan 2014 Asia Pacific ICT Award in the Most Innovative Telecom Service Provider of the Year category.

12 **Frost & Sullivan 2014**

XL memenangkan penghargaan untuk *Indonesia Mobile Digital Service Provider of The Year* dalam ajang Frost & Sullivan 2014. Penghargaan dari Frost & Sullivan ini didasarkan atas kinerja dan prestasi yang memuaskan dari segi pertumbuhan bisnis, pengembangan strategi bisnis dan produk, inovasi teknologi, pelayanan pelanggan serta kepemimpinan dalam menjalankan usahanya melalui perbandingan dengan pemain pasar di sektor usaha yang serupa. XL received an award for Indonesia Mobile Digital Service Provider of the Year at the Frost & Sullivan 2014 Awards. This award from Frost & Sullivan was based on satisfactory performance and progress in terms of business growth, business and products strategy development, technology innovation, customer service and leadership in running its business with in comparison with other market players in similar business sectors.

13 **Tanda Kehormatan Satyalancana Wira Karya**

Diberikan khusus oleh Presiden Republik Indonesia kepada CEO XL, Hasnul Suhaimi, atas jasanya dalam memberikan darma bakti kepada negara dan bangsa Indonesia sehingga menjadi teladan bagi orang lain. A special award presented by the President of the Republic of Indonesia to XL CEO, Hasnul Suhaimi, for his devotion to Indonesia nation and for setting a good example and for being a role model for others.

Penghargaan Awards



14 Penghargaan dari Menteri Komunikasi dan Informatika

Diberikan kepada CEO XL, Hasnul Suhaimi, atas kerja sama yang terjalin baik selama ini.

Awarded to XL CEO, Hasnul Suhaimi, for sound cooperation over the years.

15 PR of The Year 2014

XL meraih *Indonesia's Best of The Best Marketing PR Program 2014* untuk program Sosialisasi Kesiapan Ujicoba Teknologi 4G-LTE untuk Dukung APEC 2013 dalam ajang "PR of The Year 2014". Ajang anugerah tahunan ini diselenggarakan oleh MIX Marketing Communication, bagi program dan tokoh PR terbaik Indonesia.

XL won *Indonesia's Best of the Best Marketing PR Program 2014* for Dissemination Program of 4G-LTE Technology Testing Readiness to Support APEC 2013 in "PR of the Year 2014" event. The annual event was organized by MIX Marketing Communication, for the best PR programs and figures in Indonesia.

16 Golden Ring Award 2014

XL merebut dua penghargaan prestisius dalam ajang Golden Ring Award 2014 yaitu *Best Value Added Service* untuk Gudang Aplikasi XL Axiata dan *Best Customer Service* untuk Xplor XL Axiata. Golden Ring Award digagas oleh Forum Wartawan Telekomunikasi yang memberikan penghargaan kepada pelaku industri di bidang Information and Communication Technology (ICT) seperti vendor, operator, dan perusahaan konten yang dinilai berjasa bagi perkembangan telekomunikasi di Indonesia.

XL received two prestigious awards at the Golden Ring Awards 2014 event, namely *Best Value Added Service* for Gudang Aplikasi XL Axiata and *Best Customer Service* for Xplor XL Axiata. Golden Ring Award was initiated by Telecommunications Journalists Forum that rewards players in Information and Communication Technology (ICT) industry such as vendors, operators, and content companies for their devotion to telecommunication development in Indonesia.

17 Best Companies in Creating Leaders from Within

XL terpilih menjadi penerima penghargaan *Best Companies in Creating Leaders from Within 2014* dalam ajang Indonesia Leadership and Human Capital Summit 2014 yang diprakarsai oleh Majalah SWA berkolaborasi dengan NBO Indonesia. Penilaian perusahaan pemenang dilakukan berdasarkan penerapan human resources management dan dibandingkan dengan dampaknya terhadap bisnis perusahaan.

XL was chosen to receive *Best Companies in Creating Leaders from Within 2014* award in Indonesia Leadership and Human Capital Summit 2014 event, organized by SWA Magazine in collaboration with NBO Indonesia. Assessment of the winning company was based on implementation of human resources management and its impact on the company's business.



18 **Provider Pendukung Komunitas Indonesia**

XL menerima penghargaan dari Indonesia Community Network (ICN) dan Idbudperindo sebagai "Provider Pendukung Komunitas Indonesia". Hari Komunitas Nasional jatuh setiap tanggal 28 September telah ditetapkan sejak setahun yang lalu oleh ICN bersama 200 komunitas lainnya di Indonesia.

Indonesian Community Support Provider

XL received an award from Indonesian Community Network (ICN) and Idbudperindo as "Indonesian Community Support Provider." The National Community Day falls on September 28 of each year that which was set a year ago by ICN together with 200 other communities in Indonesia.

19 **Asian Legal Business Indonesia Law Awards 2014**

XL kembali meraih pengakuan atas kinerja yang ditunjukkannya. Baru-baru ini XL memenangkan dua penghargaan prestisius dalam Asian Legal Business Indonesia Law Awards 2014 kategori *M&A Deal of the Year* dan *Indonesia Deal of the Year*, keduanya untuk akuisisi XL terhadap AXIS.

XL again won recognition for its proven performance. XL recently won two prestigious awards in Asian Legal Business Indonesia Law Awards 2014 for *M&A Deal of the Year* and *Indonesia Deal of the Year* categories, both for acquisition of AXIS by XL.

20 **Strategy into Performance Execution Excellence (SPEX2) Awards 2014**

XL meraih 2 penghargaan dari GML Consulting dan Kompas Gramedia Grup dalam ajang Strategy into Performance Execution Excellence (SPEX2) Awards 2014. Dalam ajang prestisius ini, XL berhasil meraih penghargaan The Best in Telecommunication Industry dan The Best Strategy Execution Officer.

XL received 2 awards from GML Consulting and Kompas Gramedia Group at the Strategy into Performance Execution Excellence (SPEX2) Awards 2014. At this prestigious event, XL was awarded The Best in Telecommunications Industry and The Best Strategy Execution Officer.

21 **Contact Center World Global Industry Award 2014**

Tim Customer Service berhasil merebut 4 medali dengan mengalahkan perwakilan dari region lain dalam acara yang digelar di Las Vegas, Amerika Serikat (10-14 November 2014). Penghargaan untuk XL adalah *Best Customer Service-Gold Medal* untuk Becquini Akbar, *Best Direct Response Campaign-Gold medal* untuk Filino Nicholas, *Best Loyalty Program-Silver medal* untuk Becquini Akbar, dan *Best Technology Innovation-Silver medal* untuk Yudhistira.

Customer Service teams successfully won four medals by beating representatives from other regions in an event held in Las Vegas, United States (November 10-14, 2014). The awards for XL were Best Service-Gold Medal for Becquini Akbar, Best Direct Response Campaign-Gold medal for Filino Nicholas, Best Loyalty Program-Silver medal for Becquini Akbar, and Best Technology Innovation-Silver medal for Yudhishtira.

Penghargaan Awards



22 **Asia Corporate Excellence & Sustainability Awards (ACES) 2014**

XL kembali mencatatkan prestasi gemilangnya. Kali ini pengakuan publik diraih XL dalam ajang bergengsi tingkat Asia yaitu the Asia Corporate Excellence & Sustainability Awards (ACES) 2014 yang digelar tahunan oleh MORS Group. XL terpilih sebagai Top Community Care Companies in Asia.

XL repeated its impressive achievements. This time XL achieved public recognition at the prestigious Asian level, namely the Asian Corporate Excellence and Sustainability Awards (ACES) 2014, held annually by MORS Group. XL was chosen one of Top Community Care Companies in Asia.

23 **Brand Activation Award 2014**

Dua penghargaan bergengsi direbut XL dalam ajang penghargaan Brand Activation Award 2014 yang digagas Majalah MIX. XL meraih predikat Indonesia Most Experiential Brand Activation 2014 untuk kategori World Cup Activation-Riding on World Cup 2014 Momentum serta Roadshow Activation-Ngabuburit Berkah Sampai Puas.

XL received two prestigious awards at the Brand Activation Awards 2014, initiated by MIX Magazine. XL was awarded Indonesia Most Experienced Brand Activation 2014 for World Cup Activation-Riding on World Cup 2014 Momentum and Roadshow in the Activation-Ngabuburit Berkah Sampai Puas categories.

24 **Telecoms.com Award 2014**

XL bersama dengan Ericsson berhasil meraih penghargaan dari Telecoms.com Award 2014 untuk kategori Urban Improvements di London, Inggris. Penghargaan ini diterima oleh Head of Public and Media Relations RWCE (Region Western & Central Europe, Ericsson)-Carol Barnes.

XL together with Ericsson won an award at Telecoms.com Award 2014 in Urban Improvements category in London, England. This award was received by Head of Public and Media Relations RWCE (Region Western & Central Europe, Ericsson)-Carol Barnes.

25 **Constituent of Sustainable Responsible Investment (Sri)-Kehati Index 2014**

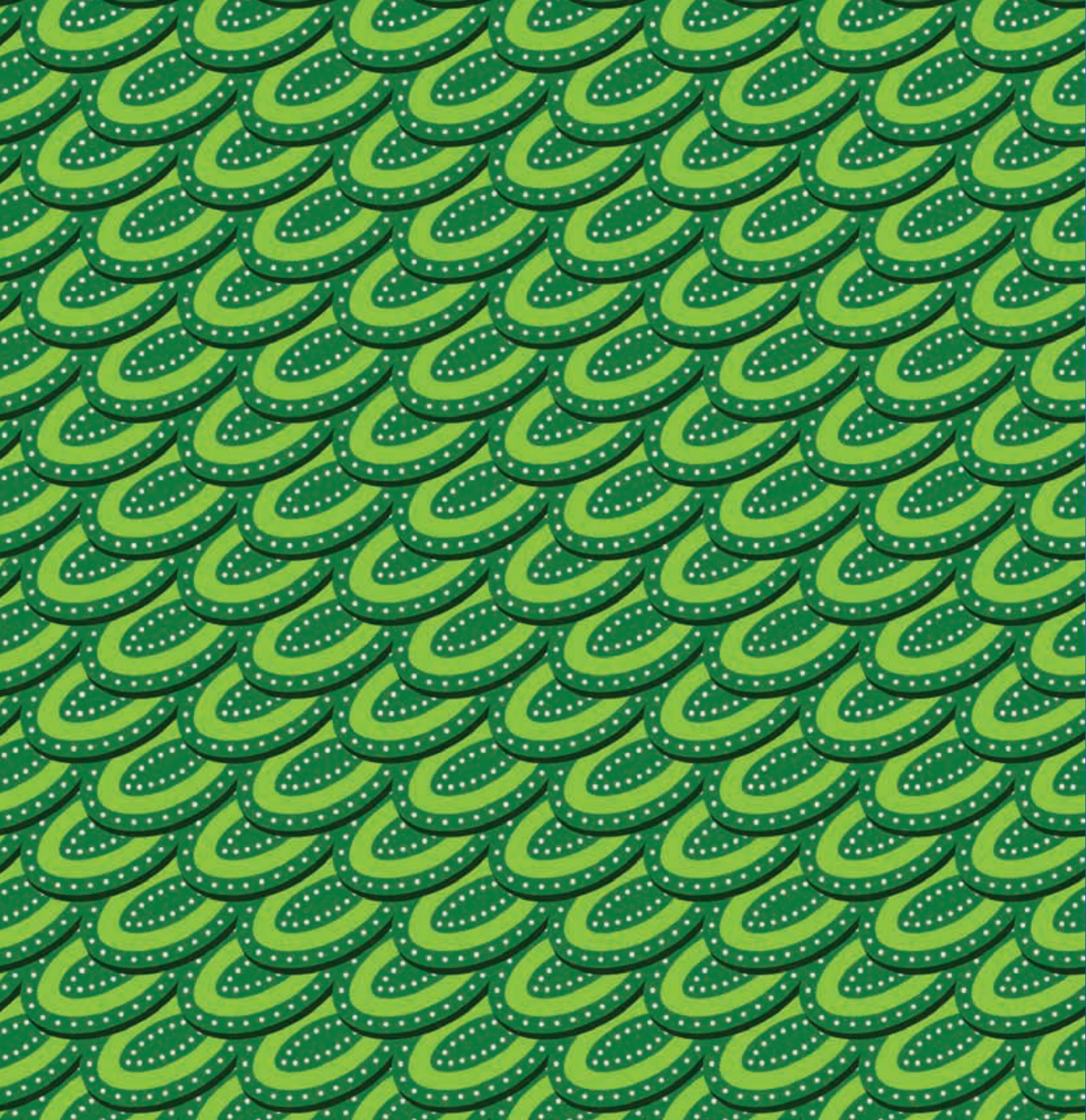
XL menerima sertifikat Constituent of Sustainable Responsible Investment (Sri)-Kehati Index 2014 untuk Periode May-October 2014 dan November 2014-April 2015.

XL received a certificate from the Constituent of Sustainable Responsible Investment (Sri)-Precautionary Index 2014 for the period May to October 2014 and November 2014 to April 2015.

26 **Top 25 Issuer with Highest Corporate Governance Score Based on CG Score Card**

XL merupakan 25 Emiten terbaik dengan nilai Tata Kelola tertinggi berdasarkan CG Score Card.

XL was included in the 25 best Issuers with the highest corporate governance score based on CG Score Card from IICD (Indonesian Institute for Corporate Director).



PT XL Axiata Tbk

grhaXL

Jl. DR Ide Anak Agung Gde Agung
Lot E4-7 No.1
Kawasan Mega Kuningan
Jakarta 12950 - Indonesia
Tel. (62-21) 576 1881
Fax. (62-21) 576 1880

www.xl.co.id

2014 Laporan Keberlanjutan
Sustainability Report