

**DIGITAL COMMUNITY SERVICE DEVELOPMENT AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO)****Patria Laksamana, Saripudin, Suharyanto**

Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbanas Institute Jakarta

Email : [iip@perbanas.id](mailto:iip@perbanas.id)**Abstrak**

PT Kereta Api Indonesia (KAI) menghadapi tantangan besar akibat pandemi COVID-19 yang terus berubah. Dalam upaya untuk bertahan dan tumbuh di tengah ketidakpastian ini, perusahaan ini telah mengadopsi pendekatan adaptasi yang proaktif. Rencana bisnis tahun 2020 - 2024 PT KAI mencakup beberapa elemen kunci, termasuk identifikasi pasar baru dan peluang bisnis potensial, pengembangan strategi pemulihan yang kuat, serta investasi dalam kampanye promosi guna meningkatkan minat penumpang. Salah satu aspek utama dari rencana ini adalah penelaahan ulang pasar dan penyesuaian kebutuhan pelanggan. PT KAI telah memprioritaskan identifikasi pasar baru yang muncul sebagai dampak dari perubahan tren perjalanan akibat pandemi. Ini mencakup peningkatan layanan kereta api jarak jauh yang dapat menjadi alternatif bagi penumpang yang enggan terbang atau menggunakan moda transportasi lain. Selain itu, perusahaan telah merancang strategi pemulihan yang berfokus pada peningkatan kualitas layanan, keamanan, dan kebersihan untuk meningkatkan kepercayaan penumpang. Investasi dalam teknologi dan inovasi juga menjadi bagian integral dari upaya pemulihan, termasuk pengembangan aplikasi mobile yang mempermudah pemesanan tiket dan memantau jadwal kereta. Terakhir, PT KAI berkomitmen untuk memperkuat promosi dan pemasaran produknya, dengan fokus pada kampanye yang menarik perhatian pelanggan potensial. Ini mencakup promosi paket perjalanan dan penawaran khusus untuk menarik penumpang kembali ke kereta api. Rencana PT KAI untuk tahun 2020 - 2024 mencerminkan komitmen perusahaan dalam menghadapi tantangan pandemi dengan beradaptasi, berinovasi, dan memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pelanggan.

Keyword : Layanan prima, Covid-19, Akses Digital, KAI, Integrasi.

*Abstract*

*PT Kereta Api Indonesia (KAI) is facing significant challenges due to the ever-changing COVID-19 pandemic. In an effort to survive and grow amidst this uncertainty, the company has adopted a proactive approach to adaptation. PT KAI's 2020-2024 business plan encompasses several key elements, including the identification of new markets and potential business opportunities, the development of a robust recovery strategy, and investment in promotional campaigns to boost passenger interest. One of the main aspects of this plan is the review of markets and the adjustment of customer needs. PT KAI has prioritized identifying emerging new markets as a result of changing travel trends due to the pandemic. This includes enhancing long-distance rail services that can serve as an alternative for passengers who are reluctant to fly or use other modes of transportation. Furthermore, the company has designed a recovery strategy focused on improving service quality, safety, and cleanliness to enhance passenger trust. Investments in technology and innovation are also an integral part of the recovery effort, including the development of mobile applications that facilitate ticket booking and monitor train schedules. Lastly, PT KAI is committed to strengthening the promotion and marketing of its products, with a focus on campaigns that capture the attention of potential customers. This includes the promotion of travel packages and special offers to entice passengers back to the railways. PT KAI's plan for 2020-2024 reflects the company's commitment to facing the pandemic's challenges by adapting, innovating, and delivering high-quality services to customers.*

**Keywords** : Digital Services dan Experience, Covid-19, Digital access, KAI, integration

## 1. PENDAHULUAN

Sejarah perkeretaapian di Indonesia memiliki perkembangan yang panjang. Berikut adalah rangkuman sejarah perkeretaapian di Indonesia:

### 1. Pra-Kemerdekaan:

Perkeretaapian pertama kali diperkenalkan di Hindia Belanda pada abad ke-19. Jalur kereta pertama di Indonesia adalah jalur Semarang-Vorstenlanden (sekarang Salatiga), yang dibuka pada tahun 1864.

### 2. Era Kolonial:

Pada era kolonial, perkeretaapian berkembang pesat dengan pembangunan jalur-jalur kereta api yang menghubungkan berbagai kota di Indonesia.

Sejumlah jalur kereta api penting, seperti jalur kereta api Trans-Sumatera, dibangun selama masa ini.

### 3. Pasca Kemerdekaan:

Setelah proklamasi kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, perkeretaapian di Indonesia mengalami beberapa perubahan. Pemerintah Indonesia mengambil alih kendali perusahaan kereta api yang sebelumnya dioperasikan oleh Belanda.

### 4. Nasionalisasi:

Pada tahun 1957, pemerintah Indonesia melakukan nasionalisasi perusahaan-perusahaan kereta api, dan membentuk Perusahaan Negara Kereta Api (PNKA) yang nantinya menjadi PT Kereta Api Indonesia (Persero) atau KAI.

### 5. Pengembangan dan Modernisasi:

Sejak kemerdekaan, perkeretaapian terus berkembang dan mengalami modernisasi. Banyak jalur kereta api yang diperpanjang dan diperbaiki.

Pembangunan jalur kereta api cepat (high-speed rail) menjadi proyek besar yang dicanangkan oleh pemerintah untuk menghubungkan beberapa kota besar di Jawa.

### 6. Masa Kini:

Kereta api tetap menjadi salah satu moda transportasi utama di Indonesia, dengan jaringan kereta api yang menghubungkan berbagai kota dan wilayah.

Perkembangan perkeretaapian di Indonesia juga melibatkan upaya peningkatan layanan, keamanan, dan kenyamanan penumpang.

Demikianlah sejarah perkeretaapian di Indonesia, yang mencerminkan perkembangan dan evolusi sistem kereta api di negara ini dari masa pra-kemerdekaan hingga masa kini.

## VISI PT Kereta Api Indonesia (Persero)

Visi PT KAI adalah “Driving The Best Transportation Ecosystem Solution for Indonesia”

Adapun aspek-aspek yang menjadi pilar dalam mencapai visi tersebut antara lain adalah:

- Safety
- Connectivity
- Customer Experience
- ESG (Environmental, Social, and Governance)
- Integration

## Latar Belakang

Pandemi COVID-19 telah memiliki dampak signifikan pada berbagai sektor ekonomi di seluruh dunia, termasuk sektor transportasi seperti PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Berikut adalah analisis yang lebih rinci tentang dampak pandemi COVID-19 pada PT KAI:

### 1. Penurunan Pendapatan:

- Terbatasnya pergerakan masyarakat selama pandemi menyebabkan penurunan drastis dalam jumlah penumpang kereta api. Banyak orang menghindari perjalanan jarak jauh untuk mengurangi risiko penularan virus.
  - Dampak terberat dirasakan oleh PT KAI dalam hal pendapatan tiket penumpang dan pendapatan dari jasa lain seperti sewa ruang di stasiun dan penjualan makanan dan minuman di kereta api.
2. Penyesuaian Jadwal:
    - PT KAI terpaksa melakukan penyesuaian jadwal operasionalnya. Beberapa perjalanan kereta api yang kurang diminati dibatalkan atau dihentikan sementara, sementara yang lain mengalami pengurangan frekuensi.
    - Penyesuaian ini dilakukan untuk menghemat biaya operasional dan mengakomodasi jumlah penumpang yang berkurang.
  3. Keselamatan dan Protokol Kesehatan:
    - PT KAI harus melaksanakan protokol kesehatan yang ketat untuk memastikan keselamatan penumpang dan karyawan. Hal ini melibatkan pemeriksaan suhu, penggunaan masker, jaga jarak fisik, dan penyediaan fasilitas cuci tangan di stasiun dan kereta.
    - Implementasi protokol ini memerlukan biaya tambahan dan perubahan dalam prosedur operasional.
  4. Inovasi Teknologi:
    - Untuk menjaga kelancaran layanan dan mengurangi kontak fisik, PT KAI mungkin harus mengadopsi inovasi teknologi seperti pembayaran online, reservasi tiket digital, dan peningkatan sistem informasi penumpang.
    - Investasi dalam teknologi ini dapat membantu PT KAI menghadapi perubahan perilaku konsumen yang lebih cenderung menggunakan layanan online.
  5. Kebijakan Pemerintah:
 

Kebijakan pembatasan perjalanan dan lockdown yang diterapkan oleh pemerintah untuk mengendalikan penyebaran virus memiliki dampak besar pada operasi PT KAI. Kebijakan-kebijakan ini dapat berdampak pada batasan pergerakan penumpang dan juga pengiriman barang melalui kereta api.

## 2. METODE PELAKSANAAN

Pengabdian masyarakat kali ini terlaksana atas kerja sama antara DP2M Perbanas Institute dan PT. Kereta Api Indonesia (Persero). Untuk itu, sebelum kami menulis laporan ini perkenalkan kami mengucapkan terima kasih kepada penanggung jawab program Pengabdian kepada Masyarakat, Dr. Ir. Markonah, M.M., ASAI. atas kepercayaan yang diberikan kepada kami untuk mengikuti kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) Internasional yang bertemakan “Digital Community Service Development and Social Entrepreneurship” pada tanggal 31 Agustus 2023 di lobi unit 6 Perbanas Institute Jakarta.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pemulihan dan Adaptasi

PT KAI harus beradaptasi dengan situasi pandemi yang terus berubah. Ini mungkin termasuk mengidentifikasi pasar baru atau peluang bisnis, mengembangkan strategi untuk pemulihan, dan berinvestasi dalam kampanye promosi untuk meningkatkan minat penumpang. Berikut merupakan gambaran umum mengenai rencana PT KAI tahun 2020 – 2024.

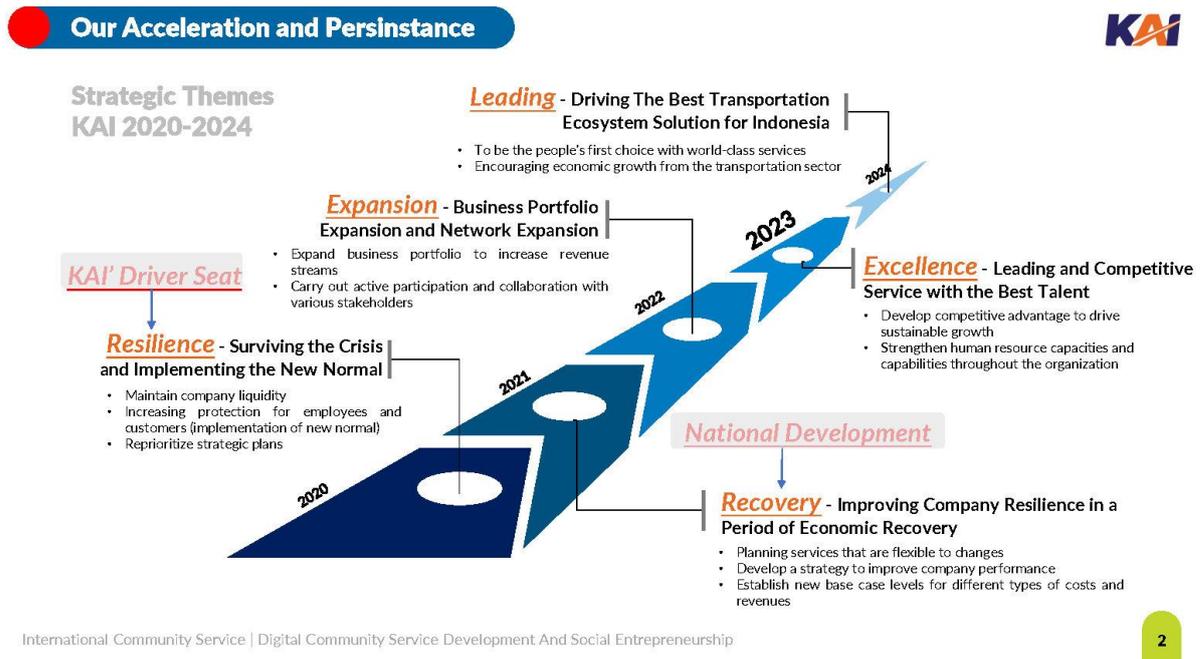


Figure 1. Strategic Themes KAI 2020 – 2024

- Tahun 2020 : merupakan Resilience - Surviving the Crisis and Implementing the New Normal. PT KAI melakukan :
  - Maintain company liquidity
  - Increasing protection for employees and customers (implementation of new normal)
  - Reprioritize strategic plans
- Tahun 2021 : merupakan Recovery - Improving Company Resilience in a Period of Economic Recovery. PT KAI melakukan :
  - Planning services that are flexible to changes
  - Develop a strategy to improve company performance
  - Establish new base case levels for different types of costs and revenues
- Tahun 2022 : merupakan Expansion - Business Portfolio Expansion and Network Expansion. PT KAI melakukan :
  - Expand business portfolio to increase revenue streams
  - Carry out active participation and collaboration with various stakeholders
- Tahun 2023 : merupakan Excellence - Leading and Competitive Service with the Best Talent. PT KAI melakukan:
  - Develop competitive advantage to drive sustainable growth
  - Strengthen human resource capacities and capabilities throughout the organization

Dalam keseluruhan, pandemi COVID-19 telah menjadi tantangan besar bagi PT KAI. Namun, dengan adaptasi yang tepat dan inovasi, perusahaan ini memiliki potensi untuk pulih dan berperan dalam mendukung pemulihan ekonomi nasional ketika situasi kembali normal. Saat ini pengguna Kereta Api di Indonesia mayoritas adalah Generasi Millennial dan Gen Z. Adapun secara rinci dapat ditunjukkan dengan data sebagai berikut:

- Baby Boomer Generation (1946 – 1964) sebesar 5,11%
- X Generation (1965 – 1976) sebesar 11,16 %
- Millennial Generation (1977 - 1995) sebesar 40,50 %
- Z Generation (1996 - 2010) sebesar 40,26 %
- Alpha Generation (2010 - Now) sebesar 2,97 %



Figure 2. Profil Pengguna Layanan PT KAI

### Digital Services dan Experience

Layanan digital dan pengalaman pengguna sangat penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). Penerapan teknologi digital dapat mempermudah akses penumpang ke layanan kereta api, memberikan informasi yang lebih baik, dan menciptakan pengalaman yang lebih nyaman. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait layanan digital di PT KAI:

- **Pemesanan Tiket Online:**
  - PT KAI telah memperkenalkan layanan pemesanan tiket secara online melalui situs web resminya dan aplikasi seluler. Hal ini memungkinkan penumpang untuk membeli tiket tanpa harus pergi ke stasiun fisik.
  - Proses pemesanan online yang mudah digunakan dan ramah pengguna adalah kunci dalam meningkatkan UX. PT KAI harus memastikan bahwa platform online mereka user-friendly, cepat, dan aman.
- **Informasi Perjalanan:**
  - Platform digital PT KAI harus memberikan informasi yang lengkap dan akurat tentang jadwal kereta api, stasiun, harga tiket, dan fasilitas di kereta. Penumpang harus dapat dengan mudah menemukan informasi yang mereka butuhkan.
  - Pemberian informasi yang jelas dan mudah dicari akan meningkatkan pengalaman penumpang dan membantu mereka merencanakan perjalanan dengan baik.
- **Pembayaran Digital:**
  - Menerima berbagai metode pembayaran digital, seperti kartu kredit, dompet digital, dan transfer bank online, akan memudahkan penumpang dalam melakukan pembayaran tiket

- dan layanan tambahan.
- Proses pembayaran yang sederhana dan aman adalah kunci dalam menciptakan UX yang positif.
- Check-in dan Boarding:
  - PT KAI dapat memperkenalkan sistem check-in dan boarding digital untuk mengurangi waktu penumpang di stasiun dan kereta api.
  - Layanan ini dapat mencakup penggunaan barcode atau QR code untuk memfasilitasi proses check-in dan boarding yang lebih efisien.
- Notifikasi dan Komunikasi:
  - PT KAI dapat menggunakan pesan teks, email, atau aplikasi seluler untuk memberi tahu penumpang tentang perubahan jadwal, penundaan, atau informasi penting lainnya sehubungan dengan perjalanan mereka.
  - Komunikasi yang efektif dengan penumpang akan membantu mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- Umpan Balik dan Evaluasi:
  - PT KAI harus mendorong penumpang untuk memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka melalui platform digital. Ini dapat membantu perusahaan untuk terus memperbaiki layanan mereka.
  - Menerima umpan balik secara terbuka dan mengambil tindakan yang sesuai adalah bagian penting dari pengelolaan UX yang sukses.
- Personalisasi:

PT KAI dapat memanfaatkan teknologi untuk memberikan pengalaman yang lebih personal kepada penumpang. Ini bisa berupa rekomendasi perjalanan, promosi spesial, atau pemberian informasi yang disesuaikan dengan preferensi individu.

PT KAI memiliki aplikasi yang digunakan memberikan layanan yang maksimal untuk para penumpang kereta. Aplikasi tersebut adalah KAI Access yang menyediakan layanan dan informasi KAI Group dalam satu aplikasi. Tidak hanya layanan pemesanan tiket kereta api, kini aplikasi andalan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yaitu KAI Access terus dikembangkan untuk menghadirkan kemudahan kepada para pelanggan, khususnya dalam mendukung pemesanan dan informasi dari layanan KAI Group. Ragam fitur yang dikembangkan tersebut meliputi pelayanan makanan, bagi pelanggan yang ingin menikmati makanan di atas kereta api maupun menu selain di atas KA, seperti makanan khas daerah yang dilalui kereta api, pelanggan bisa langsung mememesannya melalui menu Rail Food. Fitur yang dikembangkan ini tidak hanya terkait layanan angkutan penumpang saja, KAI Access bahkan memiliki layanan tentang Angkutan Barang yaitu KAI Logistik Express. Melalui menu KAI Logistik, pelanggan dapat mengecek tarif pengiriman, tracking pengiriman, dan informasi lokasi outlet KAI Logistik Express. Aplikasi KAI Access merupakan aplikasi resmi KAI yang diluncurkan pada tahun 2014 yang dapat diunduh melalui Google Play maupun App Store. Hingga November 2021, Aplikasi KAI Access telah memiliki 5.758.294 user. Sebelumnya, PTKAI baru saja meluncurkan KAIPay, yaitu layanan uang elektronik untuk mempermudah pembayaran transaksi pada KAI Access. Sejak diluncurkan, 38.232 pengguna telah melakukan aktivasi KAIPay pada aplikasi KAI Access-nya. Aplikasi KAI Access hadir untuk memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan tiket kereta api dengan harga yang lebih murah serta fitur unggulan lainnya seperti pembatalan dan reschedule online, e-boarding pass, dan berbagai layanan KAI group lainnya. Penggunaan teknologi digital dan perhatian terhadap pengalaman pengguna adalah faktor penting dalam meningkatkan layanan kereta api di PT KAI. Dengan fokus pada aspek-aspek ini, PT KAI dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada penumpangnya, meningkatkan efisiensi operasional, dan memperkuat hubungan dengan pelanggan. Layanan terbaru dari PT KAI telah menawarkan

layanan dan produk baru bagi masyarakat Indonesia guna meningkatkan kualitas layanan kepada Masyarakat umum. Adapun jenis transportasi terbaru yang ditawarkan adalah Kereta Api Cepat, LRT Jabodebek, Panoramic Train dan Hype Trip Train.

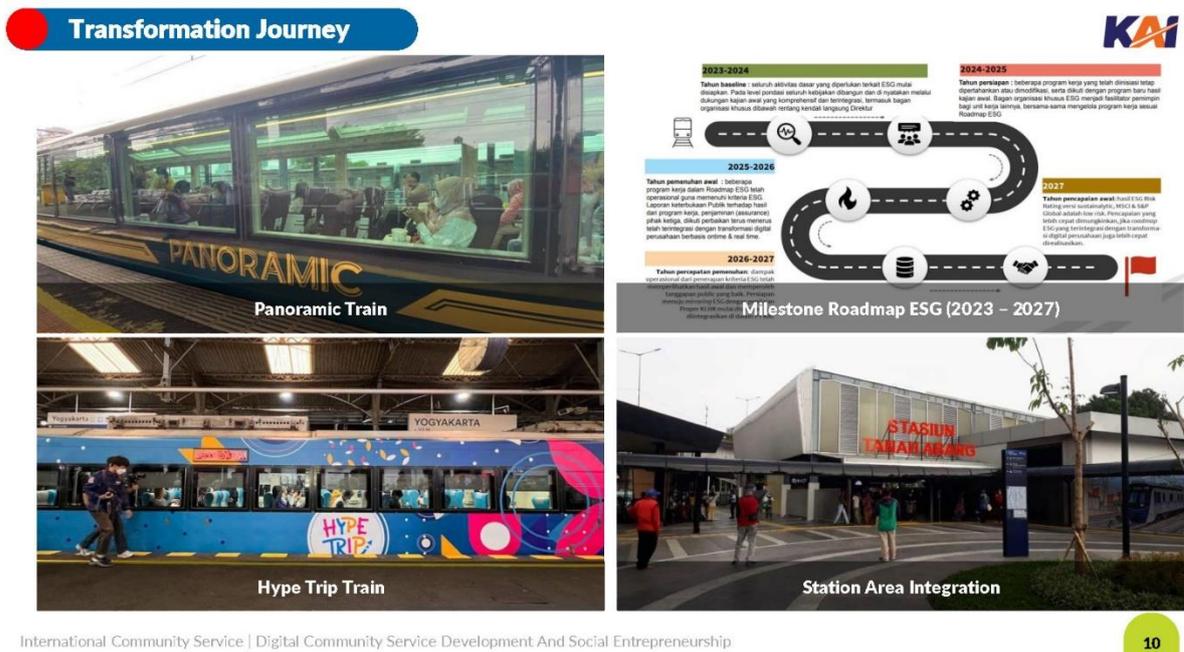
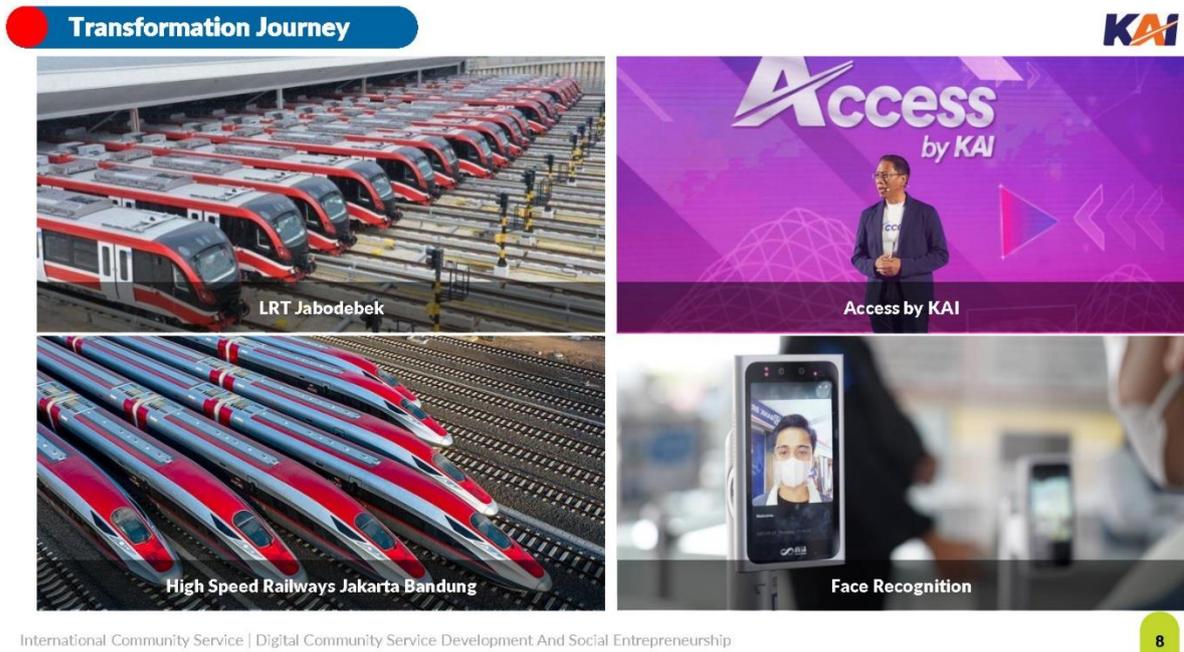


Figure 3. Transformation Journey PT KAI

#### 4. SARAN DAN SOLUSI

Beberapa saran manajerial bagi PT Kereta Api Indonesia untuk terus berkembang dan berhasil dalam menghadapi tantangan era pasca COVID-19 adalah tetap berfokus pada kebutuhan pelanggan dan inovasi. Berikut adalah hal-hal yang dapat dilakukan:

1. **Diversifikasi Layanan:** Selain perjalanan kereta api reguler, pertimbangkan untuk memperluas layanan seperti kereta wisata, kereta makan, dan kereta khusus acara

- pariwisata atau “meeting on the move”. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan menarik segmen pasar yang lebih luas.
2. **Fokus pada Kebersihan dan Kesehatan:** Menetapkan standar kebersihan yang tinggi di semua stasiun dan kereta. Berikan pelatihan kepada staf mengenai protokol kebersihan yang ditingkatkan dan pastikan pelanggan merasa aman saat menggunakan layanan.
  3. **Penggunaan Teknologi:** Meningkatkan penggunaan teknologi untuk memudahkan pelanggan dalam memesan tiket, mendapatkan informasi, dan melakukan pembayaran secara online. Juga, pertimbangkan penggunaan teknologi seperti IoT (*Internet of Things*) untuk pemeliharaan dan manajemen armada.
  4. **Fleksibilitas Pembatalan dan Pengembalian:** Menawarkan kebijakan pembatalan yang lebih fleksibel bagi pelanggan yang mungkin harus mengubah rencana perjalanan mereka karena ketidakpastian yang masih ada.
  5. **Kemitraan Strategis:** Menjalin kemitraan dengan perusahaan-perusahaan lain, seperti penyedia transportasi darat dan udara, untuk menawarkan paket perjalanan yang terintegrasi. Kemitraan strategis ini tidak hanya bersifat horisontal antar BUMN atau Perusahaan swasta nasional tetapi juga secara vertikal dengan UMKM binaan PT. KAI. Dengan demikian hal ini dapat meningkatkan daya tarik perjalanan dengan kereta api.
  6. **Promosi dan Penawaran Khusus:** Memberikan promosi khusus dan penawaran diskon untuk mendorong pelanggan kembali menggunakan kereta api. Promosikan juga perjalanan di luar musim liburan untuk mengurangi ketidakpastian permintaan.
  7. **Keberlanjutan:** Mengedepankan investasi dalam inisiatif keberlanjutan, seperti penggunaan energi terbarukan dan pengurangan jejak karbon. Hal ini tidak hanya baik untuk lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan citra perusahaan di mata pelanggan yang semakin peduli lingkungan.
  8. **Analisis Data:** Memanfaatkan analisis data untuk memahami lebih baik perilaku pelanggan, tren perjalanan, dan preferensi. Ini dapat membantu dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan meningkatkan pengalaman pelanggan.
  9. **Peningkatan Kualitas Layanan:** Memberikan pelatihan yang baik kepada staf untuk meningkatkan kualitas layanan dan keramahan mereka terhadap pelanggan. Layanan yang baik dapat menciptakan pelanggan setia.
  10. **Evaluasi Rute dan Armada:** Secara berkala melakukan evaluasi efisiensi rute dan penggunaan armada. Pertimbangkan untuk menyesuaikan rute dan frekuensi berdasarkan permintaan aktual.
  11. **Komitmen pada Keselamatan:** Selalu mengedepankan faktor keselamatan. Pastikan semua standar keselamatan diterapkan secara ketat dan lakukan perawatan rutin terhadap infrastruktur dan armada.
  12. **Ketahanan Terhadap Krisis:** Membuat rencana krisis yang kuat dan bersiap untuk menghadapi kemungkinan perubahan situasi yang cepat seperti pandemi. Belajar dari pengalaman COVID-19 dan siapkan strategi yang lebih adaptif.

## 5.SIMPULAN

Semakin berkembangnya teknologi saat ini disemua bidang, PT. Kereta Api Indonesia berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat Indonesia dibidang transportasi dengan meningkatkan pelayanan dari pembelian tiket secara konvensional ke pembelian tiket secara online dengan menggunakan aplikasi KAI Access. Dimana aplikasi ini dapat mempermudah dalam pemesanan tiket dan layanan lainnya. Adapun untuk layanan terbaru dari PT KAI telah menawarkan layanan dan produk baru bagi masyarakat Indonesia guna meningkatkan kualitas layanan kepada Masyarakat umum. Adapun jenis transportasi terbaru yang ditawarkan adalah Kereta Api Cepat, LRT Jabodebek, Panoramic Train dan Hype Trip Train. Selain itu juga

pemanfaatan teknologi digital seperti validasi wajah akan mulai digunakan untuk mendeteksi apakah orang tersebut sebagai penumpang atau tidak. Dengan demikian maka pemanfaatan teknologi digital benar-benar dapat dirasakan dan memberikan dampak langsung terhadap kualitas layanan dan pengalaman bagi pengguna kereta Api di Indonesia.

**DAFTAR PUSTAKA**

<https://www.kai.id/>

<https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/26/170000565/mengenal-apa-itu-generasi-baby-boomers-x-y-z-millennials-dan-alpha>

<https://bisnisindonesia.id/article/kereta-panoramic-dihentikan-saat-publik-sedang-sayangsayangnya>

<https://www.inews.id/multimedia/infografis/infografis-kai-luncurkan-aplikasi-access>

LAMPIRAN KEGIATAN PKM

**PERBANAS INSTITUTE** **5th** **KAI** **PERBANAS INSTITUTE** **PERBANAS INSTITUTE**

INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE  
**Digital Community Service Development and Social Entrepreneurship**

**Keynote Speech:**  
**Prof. Dr. Hermanto Siregar, M.Ec.**  
Rector of Perbanas Institute

**Panelists:**

- Prof (Dr.) Raj Kumar Singh**  
Prof and HOD Dept. Of Commerce SMS Varansi India
- Prof. Dr. Sherif Mohamed Ismail**  
Prof. Of Business Information System American University in Cairo Egypt
- Dr. Michael Baron**  
IT Project Management, Analytics, and Digital Transformation Consulting
- Prof. Dr. Haryono Umar, M.Sc., Ak., CA**  
Perbanas Institute
- Didiek Hartantyo**  
Direktur Utama PT. Kereta Api Indonesia (Persero)
- Eddy Saputra**  
Former Chairman Of Perbanas Alumni Association

**Moderator:**  
Ign. Septo Pramesworo  
Perbanas Institute

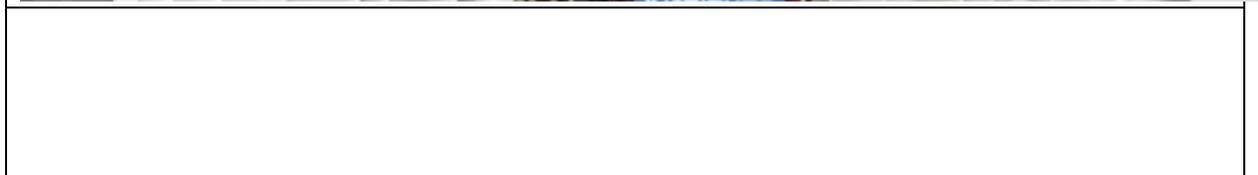
**THURSDAY 31st AUGUST 2023** **Lobby Unit 6, Perbanas Institute Jakarta (Hybrid)**

**CONTACT PERSON:**  
Akbar: +62 812 1281 0990  
Yoshi: +62 813 1163 5258

**CERTIFICATE FEE:**  
IDR 75.000-, / USD 6

**REGISTRATION:**  
  
<https://forms.gle/orZ6jxXVmE2jzDbb7>

Supported by:  
bank bjb BSI BANK DKI Bank @ BTN Danamon  
Stabilitas CMBNACA bank-victoria mandiri  
SOMPO allobank PNM BCA BRI BNI BANK INDONESIA BANK SENTRAL REPUBLIK INDONESIA mandiri



  
INTERNATIONAL CONFERENCE (DIES NATALIS 54)  
**The 1st Perbanas International Conference on Economics, Business, Management,  
Accounting, and IT (PROFICIENT)**  
**"ENHANCING THE ROLE OF BANKING INDUSTRY ON SUPPORTING SUSTAINABLE  
AND INCLUSIVE ECONOMIC TRANSFORMATION"**  
INTERNATIONAL COMMUNITY SERVICE  
**"DIGITAL COMMUNITY SERVICE DEVELOPMENT AND SOCIAL ENTREPRENEURSHIP"**



**Drs. Ign. Septo Pramesworo, M.Ed., TESOL, M.M.**  
Lecturer of Perbanas Institute

**Education**

- Perbanas Institute; Magister in Management 2018.
- Manchester University; Master in Education for Teaching English as a Second Language (TESOL) 1993
- IKIP Jakarta; Bachelor Degree 1986

**Experience**

He has been teaching in Perbanas Institute since 1988. He is the founder of English Laboratory Unit in Perbanas Institute. It is a language unit that is used to enhance the English ability of both Perbanas Institute students and lecturers as well as its administrative staff. It is also used as a training and test unit by other organizations. Therefore, he lectures not only various English Subjects and various Marketing subjects in Perbanas Institute.

Operator



GMT20230831-062510\_Recording\_1920x1080.mp4



