

Volume I 2020

mandiri

prioritas

Bangkit menjadi
MANUSIA TANGGUH



BUMN UNTUK
INDONESIA





preserving and maintaining your assets for future generations

Your assets should be entrusted in the right hands.
Mandiri private ensures that your assets are maintained and continues to grow,
for the future of your loved ones.

protect your asset	grow your asset	succession of wealth for future generations
-----------------------	--------------------	--

mandiri call 14000

Bank Mandiri is registered and supervised by Indonesia Financial Services Authority 

editorial



Pembaca yang tercinta,

Senyampang hidup kita sedang ‘jeda’ di masa pandemi saat ini, mungkin inilah saat yang tepat bagi kita untuk berintrospeksi. Mulai dari nol. Menata segala sesuatu untuk bergerak maju, bangkit, dan menghebat. *Resilient*.

Kalau kemarin mengejar kuantitas, sekarang saatnya memperkuat kualitas. Kalau tempo hari memoles permukaan, kini waktunya mempercantik yang di dalam. Karena bagaimanapun kondisinya, negeri ini selalu membutuhkan jiwa-jiwa yang unggul, tangguh, dan berkualitas sehingga kita akan menjadi bangsa yang tetap diperhitungkan di kancah global.

Pembahasan ini tentu menjadi sangat relevan dengan kondisi dunia yang saat ini sedang membutuhkan motivasi di tengah perlawanannya terhadap virus Corona. Sekaligus memberi api semangat kepada bangsa kita yang bulan lalu merayakan Hari Kemerdekaan yang ke-75. Tentunya, banyak suguhan lain pula yang informatif dan inspiratif.

Karena pandemi bukan untuk diratapi, tapi untuk dihadapi. Dengan membuktikan diri bahwa kita adalah manusia yang tangguh di segala kondisi.

Salam,

AQUARIUS RUDIANTO

“Semua tekanan dan tantangan selalu menjadi peluang bagiku untuk bangkit.”

– Kobe Bryant

redaksi

Dewan Redaksi

Elina Wirjakusuma
Pandu Dewantara S.

Redaktur Pelaksana

Dian Puspasari
Raditya Narita
Fahmi Abdul Aziz
Randy Andrian
Agus Santoso

diterbitkan oleh

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Wealth Management Group
Gedung Plaza Bapindo
Menara Mandiri 1 Lt.22
Jl. Jend. Sudirman Kav.54-55
Jakarta Selatan 12190
T: (021) 3002 8718
F: (021) 230 00714
E: helpdesk.markom@bankmandiri.co.id

bekerjasama dengan

GC Creative House (GCM Group)

Jl. Sukabumi No.36, Menteng
Jakarta Pusat 10310

Untuk pemasangan iklan, hubungi:
Sari Wardi Astuti | T: 0811-9993-775
E: sari.astuti@gcmgroup.id, sariwardi.astuti@gmail.com
Dwi Susanto | T: 0878-8698-5577
E: dwi.susanto@gcmgroup.id, dwisusantodwids@gmail.com

Seluruh artikel di dalam majalah ini tidak diperbolehkan untuk direproduksi tanpa izin khusus dari penerbit. Mandiri Prioritas dan GC Creative House (GCM Group) bertanggungjawab untuk setiap pandangan dan pernyataan yang tertulis di dalam majalah ini, termasuk untuk artikel-artikel yang direproduksi dari sumber-sumber lain. Penerbit tidak bertanggungjawab terhadap klaim yang terdapat di dalam halaman-halaman iklan majalah ini, dan penerbit juga berhak untuk menerima atau menolak iklan berdasarkan penilaian tersendiri.

Levi's[®]



OPTIK MELAWAI

+62 21 532 1111



8



48



52



56



14



26



36

Cover: 123RF

8 trend

Savoir-Faire Flair

9 trend

Uplifting Mode

10 inspiration

The Coronavirus' Code

12 priority event

Tantangan Berat Imbas
Pandemi Covid-19

14 priority event

Mengenal Virus Corona:
The Thousand Faces
Disease!

16 priority event

Siap-siap Dana Darurat
Agar Keuangan Selamat

18 priority event

Webinar Wanita.Network x Mandiri Prioritas
Bukti Kekuatan Wanita Sebagai Pilar Bisnis

20 priority event

Market Update: What Behold of Indonesia in
New Normal Phase: Melihat potensi investasi
di tahun pandemi

24 market outlook

Berinvestasi di Tengah Pandemi Covid-19

26 fashion notes

The Raising Sustainable Fashion

32 beauty news

Cantik Bersih yang Hakiki

34 nutrition facts

Superfood for Superbrain

36 highlights

Menciptakan SDM Berkualitas

42 today's business

Bangkit Kembali Setelah Badai Covid-19

48 success story

Joseph Theodorus Wulianadi
Menjual Kebahagiaan Ala Mr. Joger

52 success story

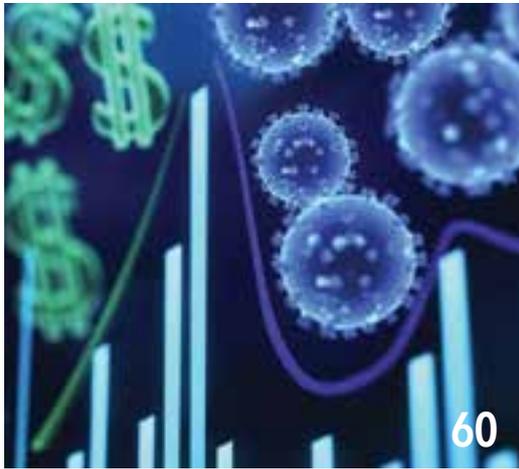
Emily Subrata
Badai Pasti Berlalu

56 success story

Futikah Munawar
Bahagia Ketika yang Lain Bahagia

contents

Volume I 2020



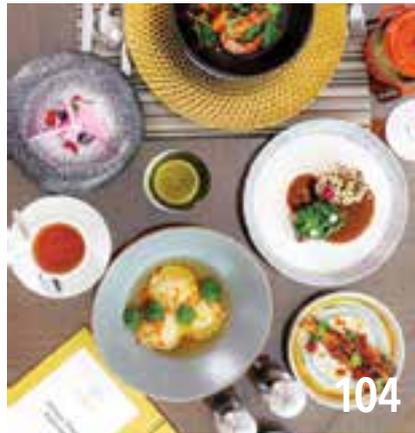
60



80



100



104



108

60 wealth management

Challenging First Half,
A Hopeful Second Half

65 lifestyle (her)

Pada Suatu Hari di Negeri Dongeng

70 lifestyle (his)

Berburu Masa Lalu dalam Sebuah Buku

76 health & fab

The New Espresso's Moment

80 automotive

Aston Martin Valhalla
Penerus Sang Dewa yang
Lebih User-Friendly

86 who's who

Yang Muda yang Sukses di Dunia Maya

90 home

Desain Interior
Tatanan Baru Lahirkan Konsep Baru

94 leisure

Virtual Photoshoot,
Ide Cerdas di Tengah Pandemi

100 art

Tatkala Seni dan Teknologi Menyelaras

104 culinary

Kemewahan Yang Nyaman di
Era New Normal

108 feng shui

Ketika Meja Kerja Butuh "Asupan" Energi

110 techno

Kreasi Konten

112 promo

114 airport services



110



Cartier Unexpected Encounters

Brand mewah asal Prancis ini mengambil tema Unexpected Encounters untuk lini jam tangan mewah mereka di tahun 2020. Hasilnya kreasi dengan eksplorasi bentuk, penggabungan elemen dalam pembuatan perhiasan serta jam tangan hingga fungsinya. Salah satu yang menarik adalah arloji seri **Tank Asymétrique** yang dikembangkan dari seri *original* Tank dengan menjadikannya case berbentuk jajaran genjang serta memutar penunjuk waktunya sejauh 30 derajat ke kanan hingga terlihat unik.



Hublot Classic Fusion Gold Crystal

Mewah, flamboyan, unik, dan kerumitan yang halus adalah kata yang tepat untuk menggambarkan jam tangan **Hublot Classic Fusion Gold Crystal**. Pada bagian *dial* dihiasi emas 24 karat yang prosesnya memakan waktu setahun hingga menjadi kristal emas. Arloji ini tersedia dalam ukuran 45 mm dan 38 mm. Case dan *bezel* terbuat dari keramik dengan hasil akhir satin, bagian belakang case dilengkapi Sapphire Crystal, dengan mesin otomatis HUB110 bertahan hingga 42 jam. Pilihan *strap* kulit buaya atau silikon warna hitam.

SAVOIR-FAIRE FLAIR

Selalu tampil berkelas dengan aksesoris terkini.



The Longines 1832

The Longines 1832 menggabungkan sejarah dengan nilai estetis miliknya ke dalam model baru. Angka 1832 sendiri menandakan tahun berdirinya Longines sebagai pembuat jam tangan asal Swiss tersebut. Koleksi teranyarnya ini dibuat dalam diameter 30 mm dan 40 mm, dengan *dial* tersedia warna hitam *matte* dan karang mutiara cokelat muda. Pada model untuk wanita bertaburkan berlian yang memberi kesan *delicate*, tali kulit buaya yang berkilau, bermesin otomatis yang dapat menyimpan energi hingga 40 jam, case dari *stainless steel*, serta tahan air hingga 30 m.



Lady Barocko

Bvlgari melansir karya seri perhiasan terbaru yang diberi nama **Barocko**, terinspirasi dari nilai estetis era Barok Roma. Kalung **Lady Arabesque** menjadi salah satu yang paling menonjol memperlihatkan sisi Barok yang ekstravaganza. Menampilkan bentuk sulur *arabesque*, bebatuan safir warna merah muda dan ungu dari Sri Lanka digabungkan bersama batu turmalin Paraiba, zamrud, dan berlian dalam ragam bentuk.



Chanel Goes to Capri

Chanel baru saja merilis koleksi

Resort 2021 secara daring dengan menciptakan kembali pantai berkerikil pulau Capri ke dalam studio di Rue Cambon, Paris, Prancis. Seluruh koleksinya diciptakan dengan gambaran dapat dikenakan untuk perjalanan ke pulau Mediterania tersebut. Suasana pulau ditangkap melalui warna dari bunga bugenvil, warna biru navy, putih yang segar, ringannya koleksi dan dengan sentuhan gaya santai artis legendaris tahun 1960-an, Brigitte Bardot ketika berlibur ke French Riviera.



Nouveau Collaboration

Onitsuka Tiger yang berasal dari Jepang melakukan kolaborasi dengan **Valentino Garavani** dengan melansir koleksi *sneaker* edisi terbatas. **Pierpaolo Piccioli** menginterpretasikan ulang sepatu seri MEXICO 66™ SD menjadi 4 warna dengan logo V pada bagian samping yang dicetak secara manual menggunakan tangan. Keempat warna baru hanya tersedia pada butik dan situs Valentino, sedangkan warna ikonis 'tricolor' juga tersedia di butik Onitsuka dan secara daring.

UPLIFTING MODE

Atmosfer positif era baru industri mode di kala pandemi.



Diesel Beachwear

Diesel melansir pakaian pantai untuk pria dan wanita, bekerja sama dengan **Sea-Doo**, brand jet ski asal Quebec, Kanada. Koleksi kolaborasi ini berfokus pada logo yang diciptakan penggabungan kedua brand, tampilan grafis modern bernuansa sportif, permainan warna cerah, dan desain bernapas era 90-an. Seluruh koleksi dapat diperoleh di butik dan situs Diesel.



Eco Luxe Bag

Stella McCartney merupakan brand mode mewah dan desainer bernama sama yang sejak lama menggaungkan konsep atau ide *sustainability* ini memiliki dua tas ikonik. Salah satunya adalah **Stella Logo Tote** yang untuk musim panas tahun ini hadir dengan model lebih kecil dilengkapi dengan tali panjang. Tas ini terbuat dari material PU gabungan Polyester serta Poliamida yang bebas PVC dan cairan pelarut sebagai komitmen bebas dari kekerasan pada binatang dan peduli lingkungan.

THE CORONAVIRUS' CODE

Selain menebar teror, ternyata virus Corona sekaligus membawa kode-kode kehidupan yang harus dipecahkan dengan hati nurani.

Aha! Akhirnya saya menemukan topik obrolan di forum virtual mingguan bersama para kolega. Ide itu muncul tiba-tiba ketika saya tidak sengaja melirik laptop istri yang baru ia buka. Di screen-nya terpampang sebuah meme dengan kalimat provokatif: *Keep calm and shop online*. Pantas saja, selama ia *work from home* belakangan ini saya selalu mendengar teriakan dari depan rumah, "Pakeeet!". Hampir setiap hari!

Kenormalan baru? Bisa jadi. Internet memang menjadi media solutif selama kita tetap di rumah menghindari penularan virus Corona. Tapi jika hanya itu yang kita 'unduh' dari munculnya pandemi ini, jelas kita keliru.

Dan obrolan di ranah virtual pun berlangsung hening tapi tetap berisi. Mungkin karena topiknya lumayan serius. Saya melontarkan ide untuk mengganti diksi "kenormalan baru" dengan yang lebih mengena, yaitu "kesadaran baru". "Dengan kenormalan baru kita mengubah kebiasaan untuk beradaptasi terhadap virus Corona yang hadir di tengah hidup kita," jelas saya. "Tapi dengan kesadaran baru, kita mengubah kebiasaan itu dengan jauh lebih sadar. Tahu mana yang tepat dan yang keliru. Paham mana yang bermanfaat

dan yang merugikan. Ya seperti menerjemahkan meme *Keep calm and shop online* tadi. Belanja daring tentu boleh saja, tapi kalau setiap hari...?"

Vivi, teman kuliah yang sekarang menjadi motivator menangkap cepat maksud saya tersebut. "Setuju!" katanya. "Dengan kesadaran baru, pikiran kita akan lebih jernih menangkap dan mengunduh pesan-pesan atau kode-kode yang dibawa oleh virus Corona ke dalam kehidupan kita."

Puluhan kawan lain terlihat mengernyitkan dahi. Kode? Dan Vivi pun langsung mendominasi forum. Inspirasinya sungguh luar biasa. Ia mencoba menerjemahkan kode-kode tersebut dengan gaya khas motivator. Begini kira-kira jika dituliskan:

PAKAI MASKER (makna: Tutup mulutmu)

Kita diminta untuk diam. Cobalah pikir kembali, mungkin selama ini kita terlalu banyak omong, mengumbar kata-kata yang tidak perlu dan bahkan menyakitkan orang lain, baik di dunia nyata maupun maya.

DI RUMAH SAJA (makna: Tahan dirimu)

Jangan ke mana-mana kalau tidak perlu. Tahan dulu,

jangan sembrono. Rasakan dulu dalam hati sebelum berucap, bersikap, dan bertindak. Jika kelewatan, kembali ke hatimu. Karena di situlah rumah sejatimu.

JAGA JARAK (makna: Ikhlasikan hatimu)

Selama ini kita takut lepas dari kemelekatan pada keduniawian. Bernafsu ingin terus mempertahankan kekuasaan, harta, dan jabatan. Padahal kita tahu semua itu hanya titipan dan tak akan dibawa mati. Maka, ikhlaskan.

“Intinya,” saya mencoba menyimpulkan, “selama ini kita sangat jarang menggunakan hati nurani ketika menjalani kehidupan. Gaya hidup kebablasan, merendahkan sesama, dan zalim kepada alam. Maka sekarang kita diminta untuk diam sejenak, introspeksi diri, dan memperbaiki semua itu.”

Dan saya yakin, setelah pandemi ini kita lewati, kita semua akan bangkit menjadi manusia baru. Manusia utuh yang penuh kesadaran, dan lebih tangguh menghadapi segala terpaan kehidupan.





imbas pandemi Covid-19. Bahkan dampaknya lebih parah dibandingkan krisis keuangan global pada 2008,” jelasnya.

KRISIS 2008 DAN IMBAS COVID-19

Penanganan krisis ekonomi akibat virus Corona ini berbeda dengan saat terjadinya krisis keuangan tahun 2008 yang disebabkan oleh *subprime mortgage* di Amerika Serikat (AS). “Berbeda dengan 2008, krisis keuangan global relatif lebih mudah penanganannya dibanding sekarang,” kata Dede. Pada saat itu, Dede menyebut kinerja ekspor nasional terganggu karena dampak dari krisis itu membuat pasar internasional rusak, sehingga pemerintah pun mengambil kebijakan dengan mengalihkan pasar ke dalam negeri sendiri.

Sementara kondisi sekarang yang dihadapi Indonesia adalah kombinasi antara permintaan dan suplai yang terganggu. Apalagi penyebaran pertama kali terjadi di Tiongkok yang memiliki peran besar pada produk di dunia. “Karena *demand*-nya Tiongkok kena, permintaan dari Tiongkok mengalami penurunan. Buat Indonesia terpukul karena ekspor terbesar ke Tiongkok adalah batubara dan kelapa sawit. Kemudian, punya dampak ke ekspor, investasi, daya beli,” jelasnya. Di sisi penawaran, Tiongkok merupakan penyuplai 20% produk global. Jika Tiongkok tak bisa melakukan ekspor maka beberapa perusahaan tidak bisa produksi.

Kondisi tersebut semakin rumit ketika banyak negara memutuskan membatasi pergerakan manusia melalui *lockdown* maupun PSBB untuk di Indonesia. Kebijakan tersebut memberikan dampak pada produktivitas dunia usaha dan mengubah perilaku pasar.

Pada krisis 2008, pemerintah hanya perlu mengobatinya dengan menjaga daya beli masyarakat untuk mempertahankan ekonomi domestik. “Jadi apa yang kami lakukan pada saat itu adalah memperkenalkan strategi dalam menjaga daya beli, pada dasarnya untuk memfokuskan permintaan domestik,” sebutnya.

Sayangnya virus Corona ini tak mampu hanya ditangani dengan menjaga daya beli masyarakat. Sebab dari sisi *demand* (ketersediaan) barang di Indonesia juga terganggu. Itu dikarenakan komponen bahan baku industri yang dipasok dari Tiongkok tersendat lantaran di negara tersebut turut dihajar Covid-19. “Jadi jika kita menanggapi situasi ini dengan menggunakan semua kebijakan tradisional seperti apa yang kita lakukan pada tahun 2008, dengan meningkatkan permintaan ketika produksi melambat maka akan menyebabkan inflasi. Oleh karenanya kebijakan fiskal harus hati-hati,” pungkasnya.



MENGENAL VIRUS CORONA: THE THOUSAND FACES DISEASE!

"Namun perlu diwaspadai, dalam banyak kasus, orang yang positif terkena virus ini bisa tanpa gejala. Karena itu ada sebutan tentang virus ini sebagai the thousand faces disease."

Corona Virus Disease 2019 atau COVID-19 sedang mewabah di banyak negara di dunia. Tidak hanya mengakibatkan banyak kematian, virus ini juga melumpuhkan aktivitas perekonomian di berbagai negara. Untuk mengenal lebih jauh tentang virus ini, Bank Mandiri dalam acara Market Update menghadirkan **dr. Tirza Gwendoline Matulesy, Sp.PD**, dokter penyakit dalam yang praktik di berbagai rumah sakit di Jakarta, untuk memberikan pengetahuan tentang virus yang diduga pertama kali muncul di Kota Wuhan, Tiongkok ini. Acara yang dipandu oleh **Diaz Adritya, Wealth Specialist/Advisory Bank Mandiri** ini disiarkan langsung via aplikasi Zoom dan kanal YouTube Bank Mandiri pada Senin (27/4) lalu.

Menurut dr. Tirza, jenis virus Corona ini sudah ada cukup lama. "Dari tahun 1960-an virus Corona sudah ada. Virus ini pada dasarnya adalah virus yang sering menginfeksi ke binatang dan bisa menyebar ke manusia," jelasnya.



Virus corona yang saat ini mewabah (SARS-CoV-2) dan menyebabkan penyakit COVID-19 merupakan jenis virus Corona ke-7 yang menginfeksi manusia. "Dalam kasus MERS, ditularkan dari unta ke manusia. Dalam kasus SARS, ditularkan dari musang ke manusia. Dalam kasus COVID-19, diduga ditularkan dari ular dan kelelawar. Penularan dari manusia ke manusia terjadi lewat *droplet* (partikel air liur) ketika penderita bersin atau batuk," ujar dr. Tirza.

KENALI GEJALANYA

Virus Corona menjangkiti orang yang berbeda secara berbeda pula. Menurut WHO, lanjut dr. Tirza, beberapa gejala umum COVID-19 adalah demam, kelelahan, batuk kering, sesak napas dan sakit tenggorokan, mual, pilek, dan diare (tidak selalu). "Namun perlu diwaspadai, dalam banyak kasus, orang yang positif terkena virus ini bisa tanpa gejala. Karena itu ada sebutan tentang virus ini sebagai *the thousand faces disease*," jelas dr. Tirza.

Menurut dr. Tirza, orang yang paling berisiko terkena Corona adalah para lansia, orang yang memiliki riwayat penyakit lain, seperti diabetes atau sakit jantung, orang yang memiliki penyakit pneumonia atau sakit pernapasan. "Karena itu sebaiknya hindari dulu bertemu dengan para orang tua. Jangan sampai ada kontak langsung dulu," ujar dr. Tirza.

CORONA BISA DICEGAH

Meski sampai sekarang belum ditemukan vaksin untuk membunuh virus ini, tapi sebenarnya virus ini bisa dicegah dengan beberapa upaya, "Cuci tangan secara teratur dengan sabun dan air atau bersihkan dengan pembersih tangan berbasis alkohol. Pertahankan jarak minimal 1 meter antara Anda dan orang yang batuk atau bersin. Hindari menyentuh wajah. Tutupi mulut dan hidung saat batuk atau bersin. Tetap tinggal di rumah bila merasa tidak sehat. Jangan merokok atau aktivitas lain yang melemahkan paru-paru. Lakukan menjaga jarak secara fisik, hindari perjalanan yang tidak perlu dan menjauh dari kerumunan, serta jaga imun tubuh dengan banyak mengonsumsi vitamin," dr. Tirza menyarankan.



SIAP-SIAP DANA DARURAT AGAR KEUANGAN SELAMAT

"Dari awal, saya sebagai pemain film sadar betul pentingnya memiliki dana darurat dalam tabungan, yang bisa digunakan di bulan berikutnya jika tak dapat penghasilan."

Dana darurat merupakan aspek yang penting dalam pengelolaan keuangan untuk antisipasi ketika terjadi sesuatu hal yang tak diinginkan. Salah satunya seperti dalam kondisi pandemi Covid-19 yang telah memicu krisis finansial dan banyak aktivitas bisnis yang terhenti belakangan ini. Demikian disampaikan oleh *Wealth Specialist/Advisory Bank Mandiri* **Diaz Adritya** dalam *online talkshow #DiRumahAja* yang diselenggarakan Bank Mandiri dengan tema 'Pengelolaan Dana Darurat', Selasa (12/5) lalu via aplikasi Zoom dan YouTube Bank Mandiri.

Menurut Diaz, dana darurat harus memiliki fleksibilitas yang tinggi. Ia menyarankan untuk memiliki dana darurat dengan tabungan yang berbeda dari yang digunakan setiap harinya. Atau bisa juga disimpan dalam reksa dana pasar uang yang bisa dengan mudah dicairkan. "Dan itu dipersiapkan sedini mungkin sebelum menunggu terjadinya krisis atau musibah," tandasnya.

Acara yang dipandu oleh **Randy & Gustika**, penyiar Podcast *Unqualified* ini menghadirkan juga **Nicholas Saputra**, seorang pekerja seni yang juga pengusaha. Nico



bercerita tentang beberapa pekerjaannya yang tertunda akibat pandemi Covid-19, tapi terselamatkan karena dari dulu sudah mempersiapkan dana yang bisa menghidupinya dalam kondisi darurat seperti sekarang. “Sebagai pemain film, Juli ini seharusnya ada produksi yang jalan. Cuma, karena ada Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan anjuran #DiRumahAja, jadi ditunda dulu sampai waktu yang tidak ditentukan. Produksi yang ingin saya buat mundur juga,” ujar Nico.

Beruntung, Nico sudah menyadari sejak dini, bahwa sebagai pekerja seni dia tidak mendapatkan pemasukan yang tetap setiap bulannya. “Dari awal, saya sebagai pemain film sadar betul pentingnya memiliki dana darurat dalam tabungan, yang bisa digunakan di bulan berikutnya jika tak dapat penghasilan,” ucapnya. Salah satu sebab mengapa Nico merasa harus menyediakan dana darurat adalah saat keluarganya terkena dampak krisis moneter 1998. Kejadian itu membuka matanya bahwa penting sekali menyalahkannya dana darurat dalam pekerjaan dan pribadi, untuk kebutuhan di masa mendatang.

Untuk lebih mudah dalam mempersiapkan dana darurat, berikut ini ada beberapa hal yang bisa Anda lakukan menurut Diaz Adritya:

1

PAHAMI KONDISI TERKINI KEUANGAN ANDA

Berapa jumlah pendapatan dan pengeluaran Anda setiap bulan? Ketahui *cashflow* Anda saat ini sehingga nantinya Anda juga tahu berapa jumlah uang yang bisa Anda sisihkan untuk berbagai keperluan, seperti menabung, berinvestasi, serta mempersiapkan dana darurat.

2

TENTUKAN JUMLAH DANA DARURAT YANG HARUS DISIAPKAN

Katakanlah, dalam satu bulan, Anda harus mempersiapkan 5% sampai 10% dari total pendapatan Anda khusus untuk dana darurat. Anda bisa melakukan perhitungan prediktif untuk hal-hal yang mungkin terjadi nantinya.

3

BUKA REKENING BARU KHUSUS UNTUK DANA DARURAT

Setelah menentukan jumlah dana darurat yang sekiranya harus dikumpulkan beberapa waktu ke depan, hal yang harus Anda lakukan berikutnya yaitu membuka akun rekening baru yang dikhususkan untuk tabungan dana darurat. Tujuan membuka akun baru yaitu agar uang Anda lebih teratur pembagiannya, sehingga *budget* untuk dana darurat Anda tidak akan teralihkan untuk membiayai keperluan lain.

4

MULAI SECARA PERLAHAN

Persiapan dana darurat ini sifatnya jangka panjang, bukan sesuatu yang bisa Anda kerjakan dengan cepat dan langsung bisa diselesaikan. Mulailah secara perlahan. Meskipun pelan, asalkan konsisten dan membuat Anda termotivasi untuk mengumpulkannya lebih banyak lagi.

5

TEKAN PENGELUARAN

Kurangi pengeluaran untuk sesuatu yang sebenarnya tidak terlalu mendesak. Semakin Anda menekan pengeluaran, maka semakin banyak uang yang tersisa untuk kemudian dialokasikan khusus untuk dana darurat.



WEBINAR WANITA.NETWORK X MANDIRI PRIORITAS BUKTI KEKUATAN WANITA SEBAGAI PILAR BISNIS



Dua wanita hebat berbagi di program webinar *W.N Community Network* bertajuk *The Power of Women*. Meski mengemban peran yang sama sekali tidak ringan, mereka membuktikan kekuatannya dalam membangun serta menjaga ketahanan ekonomi keluarga maupun bisnis. Teristimewa di tengah kondisi pandemi seperti saat ini.

Kisah yang begitu inspiratif datang dari pendiri *brand* produk kecantikan Wardah, **Dr. (HC). Dra. Nurhayati Subakat, Apt.** Perjalanan bisnisnya yang dimulai sejak tahun 1985 dipenuhi tantangan. Pabrik dan kantornya ludes dilalap api pada tahun 1990. Tapi di tengah tragedi ini, Nur berusaha untuk bertahan karena ia teringat nasib karyawannya. “Kalau saya tutup berarti saya *nggak* bisa bayar karyawan,” kenangannya saat bercerita lewat aplikasi Zoom, Kamis (23/07).

Kini ketika Wardah sudah demikian besar, ia tidak banyak



berubah dalam prinsipnya untuk bermanfaat bagi orang lain. Hanya saja kali ini lebih luas cakupannya yakni termasuk bagi Indonesia. “Kalau kami hanya memikirkan keluarga sendiri, sudah banyak perusahaan asing yang ingin membeli perusahaan ini,” ungkapnya. “Tapi kami mempertahankan perusahaan ini demi membuktikan bahwa Indonesia mampu berdiri di atas kaki sendiri, mampu punya perusahaan hebat.”

Pada masa pandemi sekarang, Wardah pun tak terlepas dari dampaknya. Namun CEO PT Paragon Technology and Innovation yang menaungi Wardah ini lebih memilih untuk melihat sisi positif di baliknya. “Kita jadi mempercepat proses digitalisasi, yang sebelumnya kita rencanakan baru akan agresif di digital pada tahun 2022.” Dengan optimis ia melanjutkan, “Banyak pelajaran yang bisa kita ambil. Banyak cara kerja baru yang bisa kita terapkan, dan banyak *cost* yang bisa kita potong. Insya Allah, kalau kita tahan diuji kita akan jadi lebih hebat.”

MENGHADAPI TATANAN HIDUP NEW NORMAL

Dalam sesi yang lain, Ketua Umum IWAPI (Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia) **Dyah Anita Prihapsari** menjabarkan apa saja yang organisasinya lakukan untuk menghadapi tatanan hidup *new normal*. Di antaranya membuat *e-catalog* kuliner untuk mendorong melakukan pemesanan dari rumah, serta pelatihan *digital marketing*, seperti membuat gambar yang menarik di *marketplace*. “Masa pandemi ini memaksa kita untuk mendigitalisasi diri,” tutur wanita yang akrab disapa Nita Yudi ini. Positifnya, seperti ia ungkapkan, makin

banyak masyarakat yang lebih akrab dengan teknologi digital. “Semua jadi bisa.”

Menurutnya berwirausaha juga merupakan solusi dalam beradaptasi dengan kondisi *new normal*. “Caranya bahkan bisa dengan menjadi *reseller* bagi yang mungkin bisnisnya lagi lesu dan tidak berani menjalankan bisnis yang *unusual*,” terangnya seraya tak ketinggalan mengingatkan para pelaku bisnis untuk tetap menjaga ikatan dengan konsumen lewat, “Terus menjaga hubungan baik dengan pelanggan.”

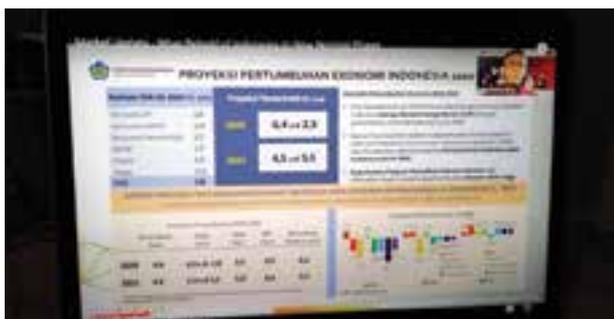
PULIH DAN MENGHEBAT

Pada webinar hasil kolaborasi antara Wanita.Network dengan Mandiri Prioritas ini, *Senior Vice President* Bank Mandiri, **Elina Wirjakusuma**, mengakui, “Peran sebagai wanita tidaklah mudah. Namun wanita memiliki kemampuan luar biasa. Tidak hanya sebagai ibu rumah tangga, tapi juga sebagai pekerja, bahkan pebisnis.” Ia melanjutkan, “Dari dua wanita hebat hari ini, semoga para wanita dapat memetik inspirasi dan menunjukkan diri sebagai garda depan dalam pemulihan ekonomi Indonesia.”

Setuju dengannya, **Svida Alisjahbana**, *Founder* of Wanita.Network dan CEO GCM Group, yang berperan sebagai moderator menutup webinar dengan harapan penuh motivasi, “Semoga ketika pandemi ini selesai, kita bukan cuma pulih dan bangkit kembali, namun juga menghebat.”



MARKET UPDATE: WHAT BEHOLD OF INDONESIA IN NEW NORMAL PHASE
MELIHAT POTENSI INVESTASI
DI TAHUN PANDEMI



Bank Mandiri menggelar webinar Market Update dengan tema “*What Behold Indonesia in New Normal Phase*” yang disiarkan langsung via aplikasi Zoom dan akun YouTube Bank Mandiri pada Selasa, 16 Juni 2020 lalu. Acara yang dipandu oleh *Wealth Specialist/Advisory* Bank Mandiri **Diaz Adritya** ini menghadirkan dua narasumber, yakni **Deni Ridwan, PhD**, Direktur Surat Utang Negara (SUN) Direktorat Jenderal Pembiayaan Pengelolaan Pembiayaan dan Resiko Kementerian Keuangan Republik Indonesia (DJPPR Kemenkeu) RI dan **Lilis Setiadi**, Presdir PT Batavia Prosperindo Aset Manajemen.

Elina Wirjakusuma, Senior Vice President Bank Mandiri, dalam sambutannya mengatakan bahwa pada saat ini, secara perlahan pemerintah melakukan pelonggaran PSBB dan negara-negara lain di dunia pun telah melonggarkan *lockdown* untuk dapat memutar kembali roda perekonomiannya. “Mayoritas negara-negara di dunia telah meluncurkan stimulus dalam bentuk fiskal dan juga moneter untuk dapat menopang



perekonomian. Begitu juga di Indonesia, pemerintah telah meluncurkan stimulus sebesar IDR677 triliun,” ungkap Elina.

EKONOMI BARU TUMBUH TAHUN 2021

Deni Ridwan mengatakan, ketika ada *second wave* dari Covid-19 akan membuat pertumbuhan ekonomi turun hingga -7,2 persen untuk skala global. “Hasil pertumbuhan ekonomi kuartal satu sudah terkoreksi hingga 2,97 di kuartal I 2020. Investasi, konsumsi pemerintah, impor, dan ekspor juga turun,” ujarnya. Ia menjelaskan, pertumbuhan ekonomi baru akan terjadi kemungkinan pada tahun 2021 dengan persentase 4,5 sampai dengan 5,5 persen.

Meski ada penurunan ekonomi, menurut Deni, penjualan Obligasi Negara Ritel (ORI) seri ORI017 justru malah mengalami kenaikan. Ia menyampaikan walaupun ORI017 ditawarkan di tengah kondisi pandemi yang penuh ketidakpastian, animo masyarakat untuk berinvestasi di ORI017 ternyata sangat tinggi. Hal itu terbukti dari ORI017 yang memecahkan rekor penerbitan Surat Berharga Negara (SBN) Ritel tertinggi sejak dijual secara *online* pada 2018, baik secara nominal, jumlah total investor maupun jumlah investor baru.

Deni Ridwan mengatakan dana hasil penjualan ORI017 akan dipergunakan untuk memenuhi sebagian kebutuhan pembiayaan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) 2020, termasuk untuk program penanggulangan dan

pemulihan dampak pandemi Covid-19. Menurutnya, animo masyarakat yang tinggi tersebut dipengaruhi berbagai aspek, antara lain:

- Aspek keamanan karena ORI merupakan produk investasi yang diterbitkan pemerintah sehingga terjamin pembayaran pokok dan kuponnya serta ditawarkan dengan imbal hasil yang menarik.
- Aspek kenyamanan karena di tengah kondisi pembatasan sosial, proses pemesanan ORI017 yang dapat dilakukan secara *online*.
- Aspek kepedulian sosial sebagai bentuk dukungan masyarakat untuk bergotong-royong bersama pemerintah mengatasi dampak pandemi Covid-19.

MENUNGGU VAKSIN COVID-19

Sementara itu, terkait perkembangan Covid-19, Lilis Setiadi melihat pasar akan optimistis dengan perkembangan vaksin. Saat ini, vaksin Covid-19 masih dalam tahap uji coba dan mendapatkan izin produksi sehingga diprediksi mulai bisa didistribusikan pada kuartal IV-2020, seperti CanSino dan Moderna. “Ketika pasar mendengar perkembangan vaksin, ini bisa memulihkan ekonomi dan optimisme,” jelasnya.

Dengan perkembangan itu, konsensus memprediksi pemulihan global bakal terlaksana pada kuartal I-2021. Pada kondisi tersebut, ekonomi dunia akan kembali seperti pada tahun 2019. “Dengan asumsi tidak ada gelombang kedua di



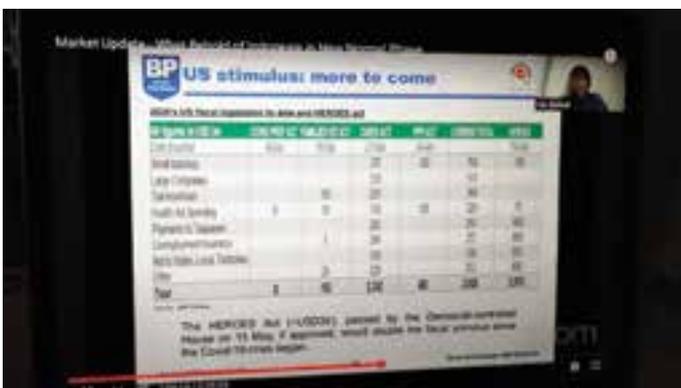
"Ketika pasar mendengar perkembangan vaksin, ini bisa memulihkan ekonomi dan optimisme."

beberapa negara," jelasnya.

Dari dalam negeri, Lilis menjelaskan, pemerintah memprediksi pertumbuhan ekonomi akan berada di kisaran -0,4% hingga 2,3% dari prediksi awal tahun yang sebesar 5,3%. Sementara itu defisit APBN diprediksi bakal mencapai 6,3% dari GDP dari yang semula ditargetkan 2,2%. Di mana pemerintah memberi stimulus Covid-19 Rp677,2 triliun atau mencapai Rp767 triliun dengan kompensasi bagi BUMN.

Dengan kondisi tersebut, Lilis memprediksi Bank Indonesia (BI) masih memiliki peluang memangkas suku bunga hingga dua kali tahun ini dengan melihat pergerakan rupiah. Sementara pertumbuhan ekonomi bakal di kisaran -0,5% hingga 0,5%. Sementara itu pertumbuhan EPS diprediksi terkontraksi -17% hingga -23% akibat terdampak Covid-19.

Atas dasar prediksi itu, Lilis menyarankan investor untuk tetap memperhatikan saham *big caps* dan bisa melihat saham dengan kapitalisasi kecil serta menengah yang memiliki kinerja solid. Selain itu, ia juga menyarankan beberapa sektor, seperti bahan konsumsi pokok, toll, dan telekomunikasi. Apalagi saat ini IHSG rata-rata diperdagangkan dengan PER 13,7 kali dan masih berpotensi meningkat.



BERINVESTASI DI TENGAH PANDEMI COVID-19

Kini, ketidakpastian ekonomi banyak dipengaruhi oleh problem kesehatan yang dirasakan oleh masyarakat dunia.

Investasi merupakan sarana yang dapat dimanfaatkan untuk dapat mencapai tujuan keuangan kita di masa depan. Adapun sebelum berinvestasi, calon investor harus mengetahui profil risiko masing-masing dengan cara menyesuaikan antara tujuan investasi dengan produk investasi tersebut. Sebagai contoh, tujuan investasi adalah untuk persiapan pensiun dalam 20 tahun ke depan sehingga dapat diasumsikan profil risiko dari tujuan investasi tersebut adalah agresif. Semakin lama/panjang tujuan investasi seseorang maka sewajarnya semakin agresif profil risikonya.

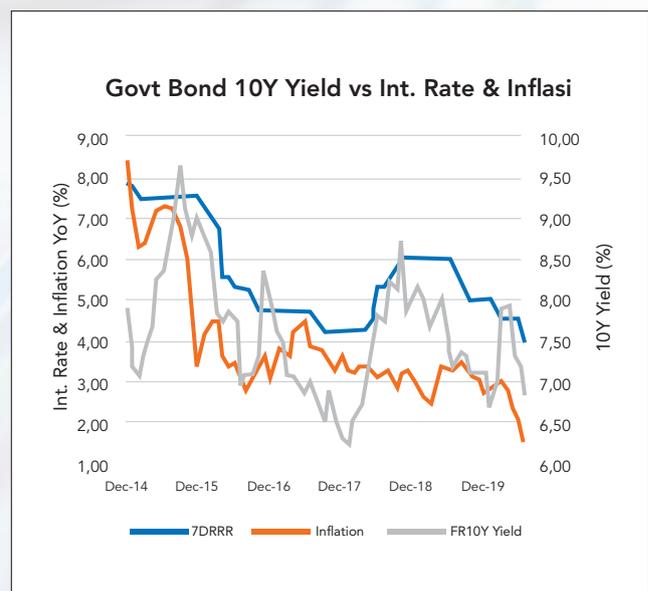
SIKLUS INVESTASI

Tujuan investasi menjadi hal yang paling penting dalam berinvestasi karena akan menentukan langkah-langkah selanjutnya guna mencocokkan profil risiko calon investor dengan profil risiko dari produk investasi. Secara umum, untuk calon investor yang memiliki profil risiko konservatif (di bawah satu tahun) dapat berinvestasi pada kelas aset yang memiliki likuiditas tinggi, seperti reksa dana pasar uang atau deposito dan tabungan. Untuk profil moderat (3-5 tahun) dapat dipertimbangkan ke obligasi pemerintah, reksa dana pendapatan tetap dan/atau reksa dana campuran. Sementara untuk profil agresif (>5 tahun) dapat berinvestasi ke pasar saham melalui reksa dana saham.

Semakin panjang jangka waktu investasi, semakin agresif profil risiko calon investor, maka semakin tinggi volatilitas dari produk investasi tersebut.

Meski demikian, berinvestasi akan selalu ada siklus—terutama pada kelas aset obligasi. Parameter yang dapat diperhatikan saat berinvestasi pada instrumen obligasi adalah inflasi suatu negara dan tren dari suku bunga acuan. Jika inflasi dan suku bunga cenderung turun, sewajarnya harga obligasi akan menguat. Hal tersebut terefleksi pada obligasi pemerintah di bulan Juli kemarin dimana *yield* obligasi pemerintah 10 tahun turun 48 bps. Seperti yang diketahui, di saat *yield* atau imbal hasil obligasi mengalami penurunan maka harga obligasi akan bergerak berlawanan arah dan akan naik. *Figure 1* menggambarkan pergerakan dari suku bunga acuan *7-day reverse repo rate* (7DRRR), inflasi, dan imbal hasil obligasi pemerintah 10 tahun yang cenderung mengalami penurunan. Penurunan dari suku bunga acuan dan juga inflasi tentunya tidak hanya dialami oleh Indonesia namun hampir seluruh negara di dunia yang mayoritas terkena dampak negatif dari pandemi Covid-19.

Pada bulan Juli, mayoritas indeks saham global cenderung menguat. Harapan dari vaksin mewarnai pasar modal secara global. Wacana tambahan stimulus yang diajukan oleh partai Demokrat di Amerika Serikat (AS) pun menjadi pendorong pergerakan harga saham. Tiga indeks saham utama AS



membukukan kinerja yang cukup signifikan dimana indeks dengan mayoritas saham teknologi, Nasdaq Composite membukukan *return* +6.83% pada bulan Juli dan sudah menguat +19.76% secara *Year to Date* (YTD). Sementara itu, Dow Jones dan S&P500 masing-masing menguat +2.38% dan +5.51% di bulan Juli, untuk Dow Jones masih negatif secara YTD (-7.39%) namun S&P500 mulai *recover*, menguat +1.25% secara YTD. Hal unik yang terjadi di pasar modal AS adalah UST 10 tahun juga mengalami peningkatan dari sisi harga (*yield* turun). *Yield* obligasi pemerintah AS dengan tenor 10 tahun turun 11 bps di bulan Juli lalu dan sudah turun 134 bps sejak awal tahun.

Pasar modal Indonesia berbeda dengan AS, IHSG di bulan Juli menguat +4.98%, namun sejak awal tahun masih jauh di area negatif (-18.25%). Dari pasar obligasi pemerintah Indonesia cukup menggembirakan dimana *yield* obligasi pemerintah 10 tahun pada Juli turun 48 bps dan sejak awal tahun sudah turun 27 bps. Hasil lelang obligasi pemerintah (sukuk dan konvensional) membuahkan hasil yang cukup baik di bulan Juli. *Incoming bid* untuk lelang obligasi pemerintah mencapai IDR133.94 triliun dan lelang sukuk mencapai IDR81.81 triliun. Meski cukup baik dari sisi lelang dan juga *yield* yang cenderung turun, asing belum kembali ke pasar obligasi Indonesia. Hal tersebut terefleksi pada data DJPPR per 3 Agustus, dimana kepemilikan asing hanya

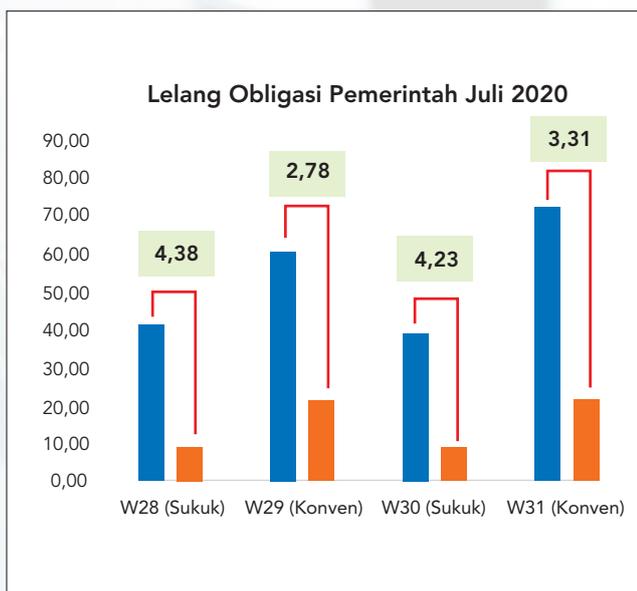
IDR916.36 triliun padahal di awal tahun (2 Januari) mencapai IDR1.035 triliun atau mengalami penurunan -11.46%. Untuk kepemilikan bank konvensional dan Bank Indonesia masing-masing mengalami peningkatan +61.87% dan +51.03%. Data tersebut merefleksikan bahwa pasar obligasi ditopang oleh pasar domestik sejak pandemi Covid-19 dan asing masih belum kembali 100% ke pasar obligasi Indonesia.

PERHATIAN TERTUJU PADA COVID-19

Perekonomian mengalami tekanan pada kuartal satu dan dua pada tahun ini. Perekonomian Indonesia masih cukup baik pada kuartal satu, dimana membukukan pertumbuhan 2.97% secara YoY, namun pada kuartal kedua akhirnya mengikuti negara-negara lainnya, mengalami kontraksi -5.32%. Penurunan tersebut seiring dengan penurunan ekonomi di Amerika Serikat yang berkontraksi -9.5% YoY, Singapura mengalami penurunan ekonomi sebesar -12.6%, dan zona Eropa yang juga mengalami penurunan terburuk pada ekonominya di kuartal kedua, yakni turun -15% YoY.

Terkontraksinya perekonomian Indonesia di kuartal kedua sudah diekspektasikan dari pelaku pasar maupun pemerintah dan kebijakan untuk dapat menopang menurunnya perekonomian Indonesia pun sudah diambil dari sisi fiskal maupun moneter. Dengan begitu diharapkan ekonomi dapat ternormalisasi pada kuartal ketiga dan keempat dimana ekspektasi pemerintah berada di level -0.4% hingga 1% pada akhir 2020. Aksi penurunan suku bunga acuan yang dilakukan Bank Indonesia di bulan Juli kemarin menjadi salah satu aksi moneter untuk menanggapi angka inflasi Juni yang berada di bawah target ($3\% \pm 1\%$) dimana inflasi Juni di level 1.96% YoY dan di bulan Juli melanjutkan perlambatannya ke level 1.54% YoY atau deflasi -0.10% secara MoM.

Investor akan mencermati perkembangan dari vaksin Covid-19 yang mayoritas sudah memasuki fase 3 pada *clinical trial*. Di sisi lain, investor juga memperhatikan pemilihan presiden AS yang akan berlangsung di bulan November dengan dua kandidat tetap yang akan maju adalah petahana Presiden Trump dan mantan Wapres Joe Biden. Dari sisi domestik, investor akan mencermati dampak dari stimulus yang sudah dikurirkan oleh pemerintah maupun bank sentral. Tentunya jumlah kasus Covid-19 dan penanganannya oleh pemerintah akan menjadi pusat perhatian.







THE RAISING SUSTAINABLE FASHION

Ada proses panjang yang holistik di balik sebuah stempel sustainable fashion.

Saat ini, kata *sustainability* menjadi topik hangat dibicarakan atau digunakan dalam industri gaya hidup. Namun, sayangnya, konsep ini sekarang makin kehilangan maknanya dan terkesan sekadar menjadi sebuah slogan demi kepentingan pemasaran.

Keprihatinan tersebut diungkapkan oleh desainer kenamaan **Stella McCartney** yang telah lama menyuarkan dan menjalankan praktik *sustainable fashion* kepada Vogue Global Conversations. "Tiba-tiba *sustainability* menjadi kata yang sangat terlalu sering digunakan dan ironisnya banyak orang tak lagi memahami benar arti sebenarnya," keluhnya. Padahal, seharusnya, *sustainable* yang berarti 'berkelanjutan' bukan sekadar mengganti kantung plastik dengan kantung ramah lingkungan, menggunakan sedotan kertas atau *stainless*, serta bukan juga mengharamkan tas kulit asli. Ada makna yang lebih dalam dari itu.

Fenomena ini memunculkan istilah baru, yaitu *greenwashing*. Ini untuk menyebut penggunaan stempel *sustainability* hanya untuk kepentingan pasar sementara praktiknya tidak *sustainable*. Sebutan kasarnya, "pura-pura ramah lingkungan". *Greenwashing* meningkatkan kesadaran kepada konsumen akan praktik berkelanjutan namun tidak yakin produk yang dibeli benar-benar dapat membuat perubahan. Karena itu pentingnya transparansi produsen yang mengklaim dirinya atau produknya berkelanjutan sangat dibutuhkan oleh konsumen.



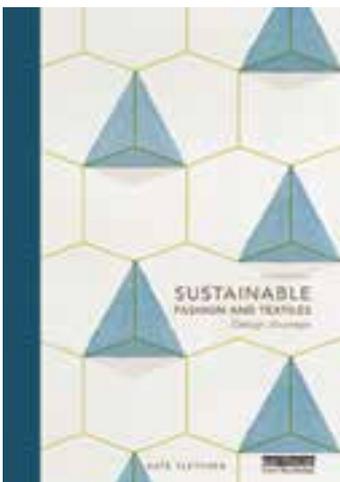
Pusat daur ulang garmen di dunia terletak di Panipat, kota di utara New Delhi, India.

Terdapat sebuah fakta menarik hasil survei yang dilakukan oleh McKinsey Amerika terkait *sustainability*. Sebanyak 66 persen (dengan 75 persen generasi *millennial*) responden mengatakan untuk mempertimbangkan wacana *sustainability* saat berbelanja barang mewah. Namun, hanya 31 persen dari Gen-Z dan 12 persen generasi *baby boomers* yang rela membayar lebih untuk produk *sustainable*. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumen tidak mengerti secara pasti arti *sustainability* atau cara mengidentifikasi *brand* yang melakukan praktik tersebut.

SUSTAINABLE FASHION

Sustainable sendiri menurut Perserikatan Bangsa-Bangsa adalah “pengembangan pemenuhan kebutuhan masa sekarang tanpa mengkompromikan kebutuhan generasi mendatang”. Sementara *sustainable fashion* dijabarkan **Kate Fletcher** pada bukunya, *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys*, adalah sebuah konsep gerakan serta proses dalam mendorong perubahan terhadap sistem industri mode dan produk yang akhirnya menuju integritas ekologi yang lebih baik dan keadilan sosial. Artinya, *sustainable fashion* tidak hanya menilik pada tekstil atau produk akhir, melainkan terhadap seluruh sistem di industri mode yang juga saling berhubungan. Dari masalah sosial, kultur, ekologis, dan sistem finansial. Hal tersebut berarti mempertimbangkan segala aspek termasuk alam, keberlangsungan makhluk hidup di masa kini serta mendatang, bisnis model, produksi yang dapat bertanggung jawab atau beretika, kebudayaan, dan tak kalah pentingnya konsumen itu sendiri. *Sustainable fashion* bukan hanya berarti ramah lingkungan pada material semata tetapi perhatian seluruh sistem dari hulu ke hilir dan lebih holistik.

Dikutip dari *The Business of Fashion*, **Claire Bergkamp**, *global sustainability*



Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys oleh Kate Fletcher



Sustainable windmill

and innovation director dari Stella McCartney serta lulusan London College of Fashion yang berfokus pada berkelanjutan dan pendauran, membagi *sustainable* menjadi tiga bagian. *Sustainability* lingkungan yang berarti berhubungan pada lingkungan hidup, mencakup asal bahan, material mentah, proyek peternakan, dan sebagainya. Lalu, *sustainability* secara sosial yang mencakup hak asasi manusia dan berhubungan tentang manusia yang terlibat di dalamnya. Dan, ketiga adalah seputar inovasi yang berhubungan dengan praktik berkelanjutan. Sebagai contoh, tim inovasi pada perusahaan sepatu olahraga akan mulai berfokus pada penggunaan busa bantalan yang inovatif namun lebih ramah lingkungan. Ketiga pembagian dilakukan agar setiap *brand* atau desainer dapat memilih fokus yang lebih sesuai bagi mereka.

Pada Copenhagen Fashion Summit 2018, Global Fashion Agenda mengeluarkan CEO Agenda 2018 bagi para pemimpin di industri mode yang dapat dijadikan sebuah patokan dasar menjalani bisnis *sustainable*. Seperti dikutip dari sebuah artikel rangkuman *The Business of Fashion*, ada tujuh langkah prioritas praktik *sustainability* dalam industri mode, yaitu:

- ✿ Transparansi pemasok material dari berbagai tingkatan.
- ✿ Perhatian efisiensi penggunaan air, energi, dan cairan kimia saat produksi.



Stella McCartney's Fashion Runshow



Maharishi



Angela Roi



Patagonia



Stella McCartney



Everlane

- ✳ Lingkungan pekerjaan yang aman dan berintegritas.
- ✳ Penggunaan material lebih ramah lingkungan lebih banyak.
- ✳ Sistem mode yang lebih berkelanjutan atau dapat didaur ulang kembali setelah usai dikonsumsi.
- ✳ Mempromosikan upah yang lebih baik hingga sektor rekanan.
- ✳ Menganalisa kembali saat mengaplikasikan teknologi seperti penggantian pekerja dengan mesin.

Meningkatnya wacana abstrak keberlanjutan hajat hidup tersebut membawa perubahan cukup signifikan pada label independen, *brand* internasional, rumah mode, desainer, dan bahkan para pemain *fast fashion*. Sebagai contoh,



Report to Society, laporan transparansi bisnis Chanel.

Chanel yang sangat tertutup tentang bisnisnya selama ratusan tahun pada tahun 2018 mempublikasikan "Report to Society". Laporan setebal 76 halaman itu berisi informasi detail tentang transparansi rumah mode gagasan Coco Chanel itu.

Tentu tidak hanya Chanel, *brand* mode dunia yang lain pun melakukan praktik berkelanjutan. Sebut saja Stella McCartney, Angela Roi, Patagonia, Maiyet, Pamela Love, Everlane, dan Clare V. Sementara Maharishi serta Noah adalah contoh lain label *streetwear* yang turut serta menjalankan praktik *sustainability*. Sedangkan untuk desainer beserta label lokal kita bisa menyebut Sejauh Mata Memandang, Setali, Jalin, Sukkha Citta, dan Felicia Budi. Sejauh Mata Memandang beserta Sukkha Citta contoh label yang berfokus pada pembuatan yang lebih etis dan lebih memperhatikan lingkungan.

Sebuah konsep *sustainability* akan menjadi agenda ekologi semata jika bisnis model masih berkuat pada pertumbuhan produksi dan penjualan. Para pemain di industri mode perlu lebih sadar akan wacana keberlanjutan yang berkesinambungan antara lingkungan, sosial, dan ekonomi. Namun, perlu diingat pula kampanye gaya hidup *sustainable* ini lebih sistematis dan harus diubah dari susunan teratas para pelaku industri serta pihak regulator yang secara paralel menjalankan upaya membangun kesadaran dan kepedulian publik terhadap isu tersebut. Jadikan isu keberlanjutan populer dengan membuatnya lebih membumi dan berkenaan pada kehidupan sehari-hari.



SEJAUH KISAH KEBERLANJUTAN

Sejauh Mata Memandang merupakan label tekstil yang terinspirasi dari pakaian nasional Indonesia dan berfokus pada batik. Label ini dapat dikatakan *slow fashion* yang tidak mengikuti tren, tak lekang oleh waktu, namun produksinya disesuaikan dengan zaman, sehingga daya terpakainya lebih tinggi dan masa pakainya dapat lebih panjang.

Chitra Subiyakto, sang pendiri yang sebelumnya merupakan *fashion stylist* ternama, sejak awal menciptakan label tersebut tidak berfokus pada konsep *sustainability*, ramah lingkungan, atau segala agenda ekologi. Penggunaan material katun, linen, dan *Tencel* alasannya terletak pada penyesuaian iklim tropis Indonesia serta faktor kenyamanan. Bahan kulit juga tidak digunakan atas kecintaannya pada binatang. "Kita dari awal tidak berfokus pada ramah lingkungan. Lebih mengambil inspirasi dari budaya pakaian nasional yang bahannya disesuaikan dengan iklim tropis. Kami berusaha menggunakan bahan yang punya masa akhir dan dapat terurai," ungkap Chitra.

Dalam obrolannya dengan tim *Mandiri Prioritas*, Chitra Subiyakto menegaskan bahwa pada praktiknya proses

produksi yang ia jalankan dilakukan secara *mindfulness* dan holistik. Dari sisi sosial ekonomi, Sejauh Mata Memandang menjalin kerja sama dengan usaha rumahan di luar kota dan ibu-ibu di Rumah Susun Marunda, Jakarta dalam memproduksi produk mereka. Sementara dari sisi ekologi dan model bisnis, label ini berusaha melakukan praktik *circular fashion*, yaitu upaya mendaur ulang sisa material dan produk pasca dikonsumsi. Sisa kain yang tidak terpakai dari pemotongan 'diberi napas kembali' pada koleksi Daur Ulang dan tahun ini dilakukan program Sejauh Daur Kembali.

Sebagai bentuk kepedulian akan lingkungan serta membangun solidaritas akan *zero waste* yang merupakan tujuan akhir dari wacana abstrak keberlangsungan hajat hidup menjadi lebih populis, Sejauh Mata Memandang melakukan kampanye yang bersifat relevan dengan kehidupan sehari-hari. Kampanye #sejauhmanakamupedulitentang sampah plastik yang terdapat hubungannya dengan pencemaran lautan, mikroplastik yang dimakan oleh ikan di lautan yang kemudian kita makan, dan lebih luasnya iklim.



CANTIK BERSIH YANG HAKIKI

*Berkomitmen untuk bersih luar dan dalam,
demi kenyamanan dan kesehatan.*

Kiprah pesohor dunia dalam mengumandangkan sebuah gerakan baru memang begitu kuat pengaruhnya. Berawal dari kicauan seorang **Gwyneth Paltrow** melalui laman Goop miliknya, muncullah gerakan *mainstream* di kalangan pencinta produk kecantikan disebut dengan “clean beauty”.

MENGEDEPANKAN KESEHATAN

Gerakan *clean beauty* ini menjadi penting karena berfokus pada kesehatan manusia. Semua produk yang memosisikan diri sebagai produk *clean beauty* haruslah dibuat dengan menggunakan bahan yang alami, sehat, tidak mengandung zat kimiawi, dan sebagainya. Meski demikian, produk ini tetaplah harus memiliki manfaat dan kualitas tinggi, yang mampu membuat pemakainya merasa nyaman, aman, dan merasa ‘sempurna’.

Gerakan ini sedikit banyak merupakan pernyataan sikap atas begitu banyaknya produk kecantikan dan perawatan diri yang menggunakan bahan-bahan yang diyakini bisa mengganggu kesehatan, dengan standar keamanan yang berlainan di setiap negara. Dilansir dari laman Goop, menurut FDA atau Badan POM di Amerika Serikat, ada 11 bahan kosmetik yang dilarang digunakan. Sementara di Eropa, ada lebih dari 13.000 jenis!

Perbedaan standar seperti ini akhirnya dirasa membingungkan dan hanya lebih banyak menimbulkan kerusakan daripada perlindungan kesehatan. Apalagi di Indonesia, mungkin bahan-bahan yang dibatasi penggunaannya di luar negeri malah masih tersedia bebas, atau sebaliknya, dengan beragam alasan. Karena itulah, cara terbaik untuk menyikapinya adalah dengan kembali ke produk alami dan yang bersih. Kalau di dunia interior dikenal **Mari Kondo** dengan prinsip *decluttering* alias bersih-bersih rumah dengan penataan minimalis, *clean beauty* bisa dianggap sebagai langkah *decluttering* untuk produk perawatan diri yang lebih baik dan sehat.

MULAI DARI MANA?

Bagi Anda yang terbiasa menggunakan produk apa pun yang tersedia di *mall* maupun gerai kecantikan, mungkin akan merasa bingung harus memulai dari mana bila ingin menerapkan pola *clean beauty* ini. Menurut **Olivia Fleming** dan **Jenna Rosenstein** dari Harper's Bazaar

Amerika Serikat, tak ada jalan lain untuk memulai sebuah gerakan baru selain melalui akal sehat. Menyadarkan diri untuk hanya menggunakan produk yang lebih sehat dan bermanfaat haruslah melibatkan keyakinan dan kebiasaan. Toh, ada istilah "bisa karena terbiasa", bukan?

Fleming dan Rosenstein menyarankan kita untuk mencoba memulai hidup secara *clean beauty* ini melalui pencarian produk alami yang bisa menggantikan produk perawatan diri yang biasa kita gunakan, di antaranya tabir surya, sabun pencuci tangan, sabun badan, *deodorant*, juga pelembap. Setelah itu, tahap berikutnya adalah mengganti produk pencuci rambut, kondisioner, perawatan wajah, juga kosmetik.

KENALI "DIRTY INGREDIENTS"-NYA

Kalau ada yang disebut "*clean beauty*", tentu yang berlawanan dengannya adalah "*dirty beauty*", bukan? Adapun bahan yang harus dihindari dalam penerapan *clean beauty* di antaranya sebagai berikut:

1. PARABEN

Bahan yang satu ini memang sudah sangat umum digunakan dalam produk perawatan diri dan kosmetik karena fungsinya sebagai pengawet dan bahan kimiawi antimikroba. Meski punya manfaat yang cukup besar, namun beberapa hasil studi ilmiah menunjukkan bahwa paraben ternyata memiliki sifat menyerupai hormon estrogen di dalam tubuh manusia, yang dalam jangka panjang berhubungan dengan gangguan para organ reproduksi, kelenjar tiroid, memicu hormon-hormon yang berhubungan dengan penyakit kanker, serta obesitas. Dalam studi lanjutan pada tahun 2019 lainnya, bahkan diketahui bahwa paparan paraben ini juga memicu timbulnya penyakit *diabetes mellitus*.

2. PEWANGI SINTETIS

Tidak bisa dimungkiri bahwa sebagai salah satu daya tarik dalam produk perawatan diri maupun kosmetika adalah aromanya yang enak. Salah satu cara untuk mendapatkannya adalah dengan menambahkan bahan-bahan kimiawi beraroma tersebut. Masalah yang kemudian timbul adalah bahan-bahan kimiawi ini dapat mengganggu kondisi tubuh, juga terkadang menimbulkan iritasi pada kulit, gangguan pernapasan, dan sebagainya.

3. HYDROQUINONE

Senyawa yang satu ini mungkin sudah cukup familiar bagi konsumen di Indonesia, karena BPOM sudah cukup sering menyita produk dengan kandungan bahan ini. *Hydroquinone*

memang dikenal sebagai bahan aktif untuk pemutihan kulit secara topikal, biasa ditemukan pada produk-produk krim dan serum yang memiliki fungsi pencerah dan pemutih kulit.

Dalam penelitian ilmiah lanjutan, ternyata ditemukan bukti bahwa senyawa ini bisa menimbulkan penyakit kanker, gangguan imun tubuh, gangguan fungsi kelenjar adrenal, dan gangguan kulit yang disebut *ochronosis*. Oleh karena itu, di banyak negara, bahan ini sudah dilarang beredar, dalam konsentrasi berapa pun dan tidak diresepkan oleh dokter.

SELEBRITAS YANG MENJALANI CLEAN BEAUTY



1. GWYNETH PALTROW

Sebagai pemilik brand "Goop", tentunya Paltrow sangat menjalani prinsip *clean beauty* ini secara total. Produknya sering dianggap 'aneh' dan kontroversial, belum lagi harganya yang kurang terjangkau semua kalangan.



2. MIRANDA KERR

Wanita cantik ini memang sudah menyatakan komitmennya untuk anti pada segala sesuatu yang tidak alami. Dia bahkan meluncurkan produknya sendiri untuk membuktikan hal tersebut.



3. JESSICA ALBA

Aktris ini meluncurkan brand "Honest" atas namanya sendiri, dengan berkomitmen pada kejujuran dan keamanan semua bahan yang digunakannya.

nutrition facts

Ketahui faktanya sebelum menyantap manfaatnya.

SUPERFOOD FOR SUPERBRAIN

Stres dan usia lanjut akan menurunkan kinerja otak. Karena itu kita perlu mengonsumsi 'makanan super' ini agar otak kita lebih superior.

Sebagai sentral bagi koordinasi seluruh fungsi tubuh kita, sulit dibayangkan banyaknya sinyal dan informasi yang mesti diproses oleh otak setiap hari, setiap jam, setiap menit, setiap detik, bahkan hitungan milidetik. Dan itu berlangsung seumur hidup kita.

Untuk menjaga otak selalu dalam kondisi paling optimal saat mengerjakan tugas supernya, kita perlu memberi asupan super bagi otak. Berikut beberapa makanan sumber gizi terbaik bagi otak, seperti diungkap *MedicalNews* dan berbagai sumber lain.

1

► IKAN

Kaya akan Omega-3 yang dibutuhkan otak untuk membangun sel saraf yang berperan dalam proses belajar dan mengingat. Dua jenis Omega-3, yakni EPA dan DHA, bahkan diduga mampu membantu kita melawan stres karena memproduksi serotonin, senyawa kimia di dalam otak yang menciptakan *mood* baik.

SUMBER TERBAIK:

Salmon, kembung, sarden.



2

◄ KACANG-KACANGAN DAN BIJI-BIJIAN

Selain Omega-3, bahan makanan ini juga merupakan sumber utama vitamin E dan antioksidan yang dapat meningkatkan kemampuan kognitif dan membantu mengurangi efek kerusakan otak terkait penuaan.

SUMBER TERBAIK:

Kedelai, walnut, dan biji rami (*flaxseed*).

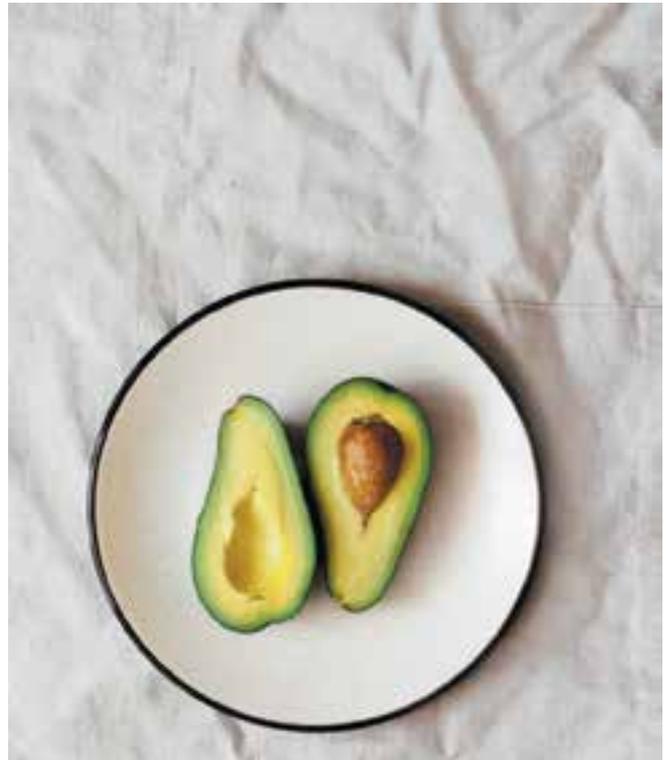
3

▶ AVOKAD

Mengandung banyak vitamin C dan E yang berfungsi sebagai antioksidan yang baik bagi kesehatan otak, termasuk menurunkan risiko penyakit Alzheimer. Juga mengandung lemak tak jenuh tunggal untuk kesehatan sirkulasi darah, termasuk sirkulasi darah ke otak.

TIP SEHAT:

Konsumsi $\frac{1}{4}$ hingga $\frac{1}{2}$ buah sekali makan dalam satu hari, atau sesuai kondisi tubuh Anda.



4

◀ BUAH BERI

Penelitian menyebutkan bahwa keluarga beri bermanfaat memelihara mekanisme pembersihan otak, yakni menyapu protein beracun serta radikal bebas yang kian berpotensi menyebabkan hilang ingatan, dan melindungi neuron dari kerusakan, seiring makin lanjutnya usia.

PILIHAN TERBAIK:

Stroberi, bluberi, dan acai berry.

5

▶ TELUR

Kandungan vitamin B6, B12, dan kolin pada telur bermanfaat bagi kesehatan otak. Penelitian mengungkapkan kolin terkait erat dengan daya ingat dan kesehatan mental.

TIP SEHAT:

Idealnya, konsumsi telur cukup 1-2 butir per hari. Pilih telur ayam ketimbang telur bebek.

Memberi asupan terbaik bagi otak perlu dilakukan secara rutin. Juga, mesti dibarengi dengan gaya hidup yang sehat seperti olahraga teratur, untuk membantu distribusi berbagai nutrisi tersebut, berikut oksigen, menuju otak secara lancar.







TETAP UNGGUL & TANGGUH DI ERA DISRUPSI

Menyandang predikat ‘negara maju’, sudah saatnya Indonesia memiliki manusia unggul yang tangguh menghadapi segala jenis persaingan.

Menjadi fokus agenda pembangunan lima tahunan terakhir dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) 2005–2025, pembangunan sumber daya manusia (SDM) sudah seharusnya dilaksanakan secara menyeluruh. Fisik maupun nonfisik (baca: mental dan spiritual). Keselarasan antara fisik, mental, dan spiritual inilah yang akan membentuk diri manusia yang unggul, tangguh, kompeten, dan adaptatif, sehingga daya saingnya pun tinggi. Sudah terwujudkah hal itu?

Sayangnya, seperti yang pernah dinyatakan oleh Menteri Keuangan **Sri Mulyani**, posisi daya saing SDM Indonesia malah turun ke peringkat 50 dunia pada tahun lalu, anjlok lima level dari tahun 2018. Salah satu penyebabnya, kualitas pendidikan yang masih harus ditingkatkan.

Tentu tidak hanya itu yang harus dipersiapkan. **Ignatius Untung**, Ketua Asosiasi E-Commerce Indonesia (iDEA), seperti dikutip dari laman wantimpres.go.id, mengatakan, kebijakan penyiapan SDM dibagi menjadi tiga tahapan sesuai dengan jangka waktunya. Untuk jangka pendek, calon tenaga kerja yang sudah siap kerja harus dibekali pengetahuan cukup melalui pendidikan vokasi. Untuk jangka menengah, transformasi kurikulum perguruan tinggi harus disesuaikan dengan kebutuhan industri. “Perlu diperhatikan, penyesuaian kurikulum ini akan makan waktu lama, sehingga pasti akan ketinggalan dengan perkembangan industri,” katanya.

Sementara untuk jangka panjang, perlu adanya kebijakan nasional yang mendorong masyarakat memiliki wawasan memadai mengenai profesi-profesi baru yang dihasilkan Revolusi Industri 4.0, sehingga mereka pun tertarik mendorong anak-anaknya untuk menimba ilmu dan keterampilan yang sesuai dengan kebutuhan Industri 4.0.

DISRUPSI DI REVOLUSI INDUSTRI 4.0

Perubahan besar terjadi begitu muncul Revolusi Industri 4.0 dampak dari terobosan teknologi yang terjadi. Dari perubahan cara hidup, bekerja, dan berhubungan satu sama lain. Dari bidang industri hingga kondisi sosial. Dan sesungguhnya, semua perubahan tersebut menawarkan peluang beserta tantangan demi mencapai masa



depan yang gemilang. Karenanya, sumber daya manusia merupakan salah satu determinan utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi dalam memanfaatkan peluang dari Revolusi Industri 4.0.

Kita semua paham, dari berbagai pengaruhnya terhadap sektor bisnis, dengan begitu era 4.0 membutuhkan kecepatan, sesuatu yang *customized*, lebih khusus, dan lebih spesifik. Yang tak kalah penting, dibutuhkan perubahan *mindset*, di antaranya harus fleksibel dan tidak kaku. Penyewaan film ternama seperti Blockbuster sampai bangkrut dan terpaksa menutup 129 gerainya pada awal 2013 setelah kalah bersaing dengan Netflix dan iTunes. Raksasa penyewaan buku, Barnes & Noble juga kewalahan menghadapi persaingan dengan toko buku *online* seperti Amazon.com. Terlebih, maraknya situs digital yang menyediakan *file* buku berbentuk PDF dan *ebook* turut memengaruhi perubahan dalam sektor bisnis tersebut.

Salah satu '*symptom*' dari Era 4.0 adalah terjadinya disrupsi, gangguan yang mengakibatkan keterkejutan dunia industri karena bermunculannya kompetitor baru yang jauh lebih efisien dan efektif, serta penemuan teknologi baru yang mengubah peta bisnis. Kondisi ini memaksa para pemain lama harus berpikir ulang bagaimana menggodok sekaligus mengimplementasikan strategi baru dalam era disrupsi ini. Dalam dua dekade terakhir, evolusi teknologi informasi dan komunikasi telah menghadirkan perubahan fundamental di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik bisnis modern.

Perubahan yang cepat dari lingkungan bisnis serta

kebutuhan pelanggan, membuat tantangan baru bagi pelaku bisnis agar dapat beradaptasi dan bertransformasi dengan lingkungan baru. Jika tidak dilakukan, bukan tidak mungkin kejadian *Blockbuster* dan *Barnes & Noble* akan menimpa bisnis Anda.

MENGHADAPI ERA DISRUPSI

Salah satu strategi penting dalam menghadapi era disrupsi ini adalah mempersiapkan *human capital* dengan membekali ilmu baru sesuai perkembangan zaman. Dengan pesatnya perubahan lini kehidupan menjadi serba digital, bukan tidak mungkin robot akan menggantikan pekerjaan manusia. SDM sebaiknya didorong untuk terus belajar dan meningkatkan pengetahuannya mengenai teknologi, karena tenaga kerja yang mampu mengaplikasikan dan mengontrol teknologilah yang mampu terus bergerak maju. Tentu, melek teknologi saja tidak cukup. Memiliki cara berpikir yang berbeda atau *out of the box* juga diperlukan, sehingga mampu membuat terobosan-terobosan baru atau penyesuaian pada bisnis agar lebih sesuai juga sangat diperlukan dalam era 4.0.

Perusahaan harus mampu menggunakan teknologi digital seperti *Big Data*, *Autonomous Robots*, *Cybersecurity*, *Cloud*, dan *Augmented Reality*. Ini sebagai perwujudan dari tiga solusi pintar dalam menghadapi revolusi industri 4.0, yaitu *smart foundation*, *smart process*, dan *smart connectivity*.

Tapi lebih daripada itu, yang paling penting adalah mengubah pola pikir dan memiliki kesadaran untuk lebih cepat dalam mengadaptasi perubahan. Seluruh SDM dalam



organisasi harus cepat beradaptasi dengan perubahan, karena efek disrupsi dapat mengubah segala hal, termasuk budaya organisasi dalam melakukan proses bisnisnya.

PERLUNYA REVOLUSI MENTAL

Presiden Soekarno, pada Pidato Peringatan Hari Kemerdekaan 17 Agustus 1956 mengatakan, “Membangun jiwa yang merdeka, mengubah cara pandang, pikiran, sikap, dan perilaku agar berorientasi pada kemajuan dan hal-hal yang modern, sehingga Indonesia menjadi bangsa yang besar dan mampu berkompetisi dengan bangsa-bangsa lain di dunia.”

Membangun suatu negara tak hanya pembangunan fisik yang sifatnya material, namun sesungguhnya membangun jiwa bangsa. Inilah yang disebut sebagai gerakan revolusi mental oleh Presiden Joko Widodo. Jiwa bangsa yang terpenting adalah jiwa merdeka, jiwa kebebasan untuk meraih kemajuan. Jiwa merdeka yang disebut Presiden Jokowi sebagai *positivisme*.

Jadi, meski di era 4.0 banyak hal diotomatisasi, *internet of things*, digitalisasi, tapi *soft skill* orang tak bisa tergantikan mesin-mesin. Bagaimana interaksi, perasaan tidak bisa diganti dengan mesin. Untuk itu, yang dibutuhkan adalah kemampuan untuk mengenali dirinya sendiri dan lingkungannya. Kemudian bagaimana ia mengelola hubungan dengan teman-temannya, lingkungan, dan sosialnya. Itu yang dinamakan *social intelligence*. Revolusi ini sangat dibutuhkan.



KARAKTER 360

Manusia yang berkarakter adalah yang dibutuhkan bangsa ini untuk mempersiapkan *human capital* yang unggul dan tangguh. Tapi karakter seperti apakah itu? Pakar pengembangan diri, **Erbe Sentanu**, menjawab dalam bukunya *Karakter 360*, yaitu manusia yang selain memiliki semangat, kemauan, kerja keras, ketekunan, dan kebahagiaan, juga bersifat adaptatif dan lentur. “Manusia yang menyadari bahwa dalam dirinya sudah terinstalasi *superintelligent software*—yaitu hati nurani dan jiwa—dan paham bagaimana menggunakannya,” kata Erbe. “Itulah manusia berkarakter utuh, seperti lingkaran penuh—360 derajat.”

Dengan kesadaran itu, ia melanjutkan, apa pun perubahan yang terjadi di luar diri kita, akan mampu kita terima, pahami, dan sikapi. Dengan menggunakan *superintelligent software* tersebut kita akan mudah menangkap “pesan Tuhan” dalam disrupsi yang terjadi. “Tuhan meminta kita harus cepat berubah, karena kita selama ini masih ‘terlalu santai’ sehingga ketinggalan dengan yang lain,” paparnya. “Tapi tentu untuk berubah kita juga harus menggunakan hati nurani, sehingga perubahan itu punya manfaat yang besar buat orang lain dan lingkungan.”

Jadi, kata penulis buku *Quantum Ikhlas* dan *The Miracle of Zona Ikhlas* ini, bukannya gampang menyerah dan putus asa, namun sebaliknya, kesadaran akan hati nurani dan jiwa ini akan membuat kita bangkit dan mengejar ketertinggalan, dan sekaligus memberikan yang terbaik untuk kemaslahatan bersama.



SOFT SKILLS YANG DIPERLUKAN DI ERA 4.0



COMPLEX PROBLEM SOLVING

Kemampuan menyelesaikan masalah yang kompleks serta belajar darinya untuk menjadi lebih baik.



CRITICAL THINKING

Mampu berpikir kritis, masuk akal, kognitif, dan membuat strategi untuk meningkatkan hasil. Berpikir dengan tujuan yang jelas, beralasan, dan berorientasi pada sasaran.



CREATIVITY

Kemampuan terus berinovasi dan bermanfaat bagi masyarakat serta lingkungan. Mampu mengembangkan sesuatu yang sudah ada menjadi lebih baik.



PEOPLE MANAGEMENT

Memiliki kemampuan untuk mengatur, memimpin, dan memanfaatkan sumber daya manusia secara tepat sasaran dan efektif.



COORDINATING WITH OTHER

Kemampuan bekerja sama dengan tim ataupun dengan orang di luar tim.



EMOTION INTELLIGENCE

Kemampuan untuk mengatur, menilai, menerima, serta mengontrol emosi dirinya dan orang lain di sekitarnya.



JUDGMENT AND DECISION MAKING

Kemampuan menarik kesimpulan atas situasi yang dihadapi dan mengambil keputusan dalam kondisi apa pun, termasuk saat sedang berada di bawah tekanan.



SERVICE ORIENTATION

Memiliki keinginan untuk membantu dan melayani orang lain sebaik mungkin tanpa mengharapkan penghargaan semata.



NEGOTIATION

Kemampuan berbicara, bernegosiasi, dan meyakinkan orang dalam aspek pekerjaan.



COGNITIVE FLEXIBILITY

Kemampuan menyusun suatu pengetahuan secara spontan, dalam banyak cara, memberi respons penyesuaian diri untuk secara radikal mengubah tuntutan situasional.

pay 5 get 6* promo delivery

dengan mandiri kartu kredit



JW MARRIOTT
JAKARTA



Periode program hingga 31 Desember 2020.

*Info: bmri.id/jwmdelivery

mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan OJK

BANGKIT SEKARANG UNTUK MENGHEBAT KEMUDIAN

*Sebuah jalan tidak akan tercipta sebelum Anda mulai melangkah.
– Paolo Coelho*

Tak ada yang bisa mengelak dari dampak pandemi Covid-19. Bukan hanya di sektor kesehatan saja, tapi juga menyeluruh dari sosial, ekonomi, hingga pariwisata. Dan gawatnya, kita tidak tahu sampai kapan kondisi ini bakal berlangsung. Bahkan Dirjen Organisasi Kesehatan Dunia (WHO) **Tedros Adhanom Ghebreyesus** sudah memastikan bahwa dampak pandemi ini akan terasa hingga puluhan tahun ke depan!

Sektor ekonomi di berbagai dunia babak belur akibat kebijakan *lockdown* yang dimaksudkan untuk memutus penularan virus Corona. Termasuk, tentu saja di Indonesia yang menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar), pergerakan perekonomian nasionalnya pun terdampak. Dan ketika *new normal*—di Indonesia disebut 'adaptasi kebiasaan baru'—diberlakukan, sebagian kalangan mengkhawatirkan gelombang kedua serangan virus Corona akan muncul.

Ekonom senior **Muhammad Chatib Basri** mengungkapkan bahwa krisis sekarang ini dampaknya lebih parah ketimbang krisis keuangan global yang terjadi di tahun 2008 yang lebih mudah ditangani. Jika pada krisis tahun 2008 kinerja ekspor nasional terganggu, pada krisis kali ini permasalahan yang harus dihadapi adalah kombinasi antara permintaan dan suplai yang terganggu. Hal ini dikarenakan penyebaran virus Covid-19 terjadi di Tiongkok yang berperan besar pada *demand* produk di dunia.

"Indonesia terpukul karena ekspor terbesar ke Tiongkok adalah batubara dan kelapa sawit. Jika negara itu tidak bisa melakukan ekspor, maka beberapa perusahaan tidak bisa produksi. Kondisi semakin rumit karena ada pembatasan gerakan manusia melalui *lockdown* atau PSBB yang tentunya memberikan dampak pada dunia usaha dan mengubah perilaku pasar," tandas mantan Menteri Keuangan RI dalam *live streaming* Market Update #DiRumahAja bersama Bank Mandiri beberapa waktu lalu.

JERITAN PARA PEBISNIS

Dan, para pelaku bisnis di Tanah Air pun menjerit dihantam pandemi. **Diana Kartika Dewi** yang menjalankan *event organizer* (EO) mengaku tidak menyangka bahwa bisnis yang dirintisnya bersama sang suami harus vakum selama pandemi Covid-19. Padahal sebelum pemerintah memberlakukan PSBB, dia mengaku beberapa kontrak proyek *event* sudah berada di genggamannya. "Satu untuk proyek pemerintah yang harusnya jalan di bulan Maret terpaksa diundur sampai masa yang belum ditentukan," akunya. "Kemudian ada satu lagi untuk perayaan hari jadi salah satu kota di Jawa Barat, dan juga proyek di bulan Juni sampai persiapan SPK buat proyek di bulan puasa."

Ketika PSBB pertama kali diberlakukan, Diana mencoba untuk tenang. Di masa itu dia coba mengontak klien untuk mengetahui *progress* proyek yang sudah dijadwalkan.



"Beberapa memutuskan diundur dan ada juga yang menunggu keputusan pemerintah. DP (*down payment*) nyaris di tangan, tapi kita tidak bisa apa-apa karena semua ini berdasarkan keputusan klien," ungkapnya.

Tapi untungnya manusia dikaruniai akal untuk menghadapi masalah dalam hidupnya. Ketika PSBB diperpanjang, Diana mulai berpikir untuk banting setir memulai bisnis baru dengan mencari peluang yang ada. Kebetulan dirinya suka memasak dan punya menu andalan siamay yang sudah diakui kelezatannya oleh teman-temannya. Berbekal rasa percaya diri ia pun menjajakan siamay secara daring, dan langsung *booming*. Bahkan, ia mengaku penjualan produk *frozen food* ini bisa diandalkan untuk menjaga dapurinya tetap ngebul. "Pokoknya kami banting setir jualan macam-macam. Mulai dari berinvestasi di usaha ayam goreng yang dikelola teman di Palu, terus jualan daging, sayur, dan akhirnya siamay yang jadi juaranya. Penjualannya di bulan puasa sangat *amazing!*" ungkapnya.

Bukan bermaksud untuk menjadi pesimistis, Diana mencoba realistis mengatakan bahwa bisnis EO-nya baru akan *kick back* di tahun 2024. Sembari menunggu masa itu, dia sementara terus menggeluti bisnis kulinernya dan mencoba peruntungan dengan berinvestasi di *cryptocurrency*. "Saya merasa senang di tengah badai pandemi masih bisa mendayung perahu dengan tenang dan tetap kompak dengan suami," pungkasnya.

DANA CADANGAN

Banting setir menjadi hal yang lumrah dilakukan oleh para pelaku bisnis sebagai upaya untuk tetap bertahan, dan bahkan bangkit. Analis ekonomi **Indra Suruadji** menyatakan hal itu justru menjadi penting di masa krisis seperti sekarang ini. "Memang krisis ini berat sekali," katanya. "Namun, saya yakin siapa pun yang berhasil keluar dan melewatinya bisa jadi lebih besar dan kuat. Banyak perusahaan yang menjadi besar sekarang ini karena telah *survive* dari krisis-krisis sebelumnya, seperti di tahun 1998 dan 2008.

Belajar dari krisis yang muncul karena pandemi Covid-19, menurut Indra, setiap orang maupun perusahaan harus memiliki dana cadangan untuk bertahan 6-12 bulan tanpa *income*. Jadi selain pembelian aset, penting untuk melakukan *saving*.

Hal ini juga disampaikan oleh Wealth Specialist/Advisory Bank Mandiri **Diaz Adritya** dalam sebuah *talkshow* daring



belum lama ini. Menurutnya, dana darurat sangat penting dalam pengelolaan keuangan untuk mengantisipasi ketika terjadi sesuatu hal yang tak diinginkan seperti pandemi Covid-19 ini. "Dana darurat harus dipersiapkan sedini mungkin, dan simpan dalam tabungan yang berbeda dengan yang digunakan setiap harinya. Atau bisa juga disimpan dalam reksadana pasar uang yang bisa dengan mudah dicairkan," kata Diaz.

Sebuah optimisme dinyatakan oleh Indra. Ia memprediksi, setelah pandemi berakhir, beberapa industri yang terdampak seperti *traveling* justru akan *booming*. Hal ini dikarenakan ada kebutuhan yang tinggi dari orang-orang yang mulai bosan di rumah saja selama pandemi. "Sekarang saja sudah mulai terasa, meski belum seoptimal sebelum pandemi. Jadi bagi industri yang terdampak, saat ini adalah masanya untuk *survive*, kemudian selanjutnya fokus mendapatkan profit," katanya.



Indra optimis tahun depan perekonomian global akan berjalan menuju normal. Berdasarkan pengamatannya pada fenomena pasar modal di Amerika Serikat, terlihat sudah ada kegairahan baru. Vaksin sudah dikembangkan, pasar modal sudah kembali bergairah, bahkan saham-saham teknologi seperti Apple sudah menembus harga tertingginya lagi. "Semoga itu semua akan memberikan harapan baru," katanya berharap.

PEMANFAATAN TEKNOLOGI DIGITAL

Di balik lintang pukang keberlangsungan bisnis akibat pandemi Covid-19 sekarang ini, tetap ada sektor yang meraup keuntungan. Beberapa industri menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dan tidak terpengaruh oleh pandemi. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian **Airlangga Hartanto**, ada lima sektor yang masih tegak berdiri dan tumbuh semakin tinggi selama

pandemi, yakni industri rokok dan tembakau, industri makanan pokok, industri batubara, industri farmasi dan alat kesehatan, dan industri minyak nabati.

Industri makanan pokok diklaim tumbuh dari 7% menjadi 13% per 17 Juni 2020. Yang tidak kalah fantastis, komoditas batubara tercatat tumbuh dari 11% di Juni 2019 menjadi 36% pada Juni 2020. Begitu juga industri minyak nabati yang didominasi minyak sawit berhasil tumbuh 25% pada periode yang sama dibandingkan tahun lalu. Sementara sektor farmasi dan alat kesehatan naik 13% karena kebutuhannya tinggi baik itu domestik maupun global. "Saya memprediksi, kenaikan seluruh sektor ini akan berlanjut dalam tatanan normal baru," ujarnya dalam pernyataan resmi kepada pers.

Sementara itu, dalam *virtual conference* bersama Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) akhir Juli lalu, Menteri Keuangan **Sri Mulyani Indrawati** mengungkapkan

kunci bisnis agar bisa bertahan selama pandemi Covid-19. Menurutnya, pelaku usaha mesti mencari jalan keluar agar bisa bertahan, karena belum ada kepastian kapan pandemi akan berakhir. Dan kunci bertahannya adalah digitalisasi. "Pandemi Covid-19 membatasi interaksi, sehingga aktivitas ekonomi benar-benar terpuak. Kegiatan bisnis yang mampu pindah ke *online* dan digital yang akan mampu *survive*," ujarnya.

Senada dengan pernyataan Sri Mulyani, **Andrew Seow**, Regional GM for Southeast Asia and Greater China at Rimini Street juga menegaskan bahwa penggunaan teknologi diperlukan untuk membantu bisnis agar tetap bertahan. Dengan bertahan, bisnis bisa berkontribusi positif terhadap perekonomian. "Memang tantangannya cukup besar, namun dengan teknologi kita bisa sukses dalam memobilisasi bisnis. Dengan teknologi beberapa produk juga lebih sukses di lingkungan Indonesia," ungkapnya.

Andrew memprediksi, tren pertumbuhan *e-commerce* akan terus berlanjut pada kuartal ketiga hingga keempat. Hal ini dikarenakan *e-commerce* menjadi salah satu alternatif untuk berjualan dalam memitigasi kondisi yang ada.

Prediksi itu diperkuat dengan survei Facebook, Bain & The Company di Indonesia dan empat negara Asia Tenggara lainnya yang menunjukkan peningkatan konsumen baru sebesar 28% yang mencoba aplikasi *e-commerce* untuk pertama kalinya. Penggunaan ini melonjak dikarenakan adanya pembatasan gerak dan interaksi langsung yang menjadikan platform *online* sebagai solusi untuk berbelanja.

Sementara itu, berdasarkan WEF Youth Survey 2020 yang diselenggarakan World Economic Forum (WEF) terungkap bahwa pandemi Covid-19 mendorong penggunaan perangkat digital yang berkontribusi lebih dari 50% pembelian di *e-commerce*. Sebanyak 87% dari 70.000 orang berusia 16-35 tahun yang disurvei menyatakan bahwa mereka meningkatkan penggunaan setidaknya satu alat digital.

Adapun aplikasi digital yang digunakan paling banyak adalah media sosial, pendidikan *online*, belanja *online*, dan pertemuan virtual. Sedangkan untuk negara yang paling banyak mengadopsi teknologi digital adalah Singapura dan Indonesia yang diklaim paling banyak berbelanja *online*.

Tentu fenomena digitalisasi ini tak boleh diabaikan. Krisis datang bukanlah untuk disesali, karena di dalam krisis tentu selalu akan ada jalan keluar. Dan hanya orang-orang yang berpikiran maju yang mampu memanfaatkan jalan keluar itu untuk kembali bangkit dan menghebat.



buy 1 get 1* weekend dining

dengan mandiri kartu kredit



Periode program hingga 31 Desember 2020.

*Info: bmri.id/jwm

mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan 



JOSEPH THEODORUS WULIANADI MENJUAL KEBAHAGIAAN ALA MR. JOGER

Tidak pernah merisaukan profit karena bisnisnya bersifat happiness oriented.

Banyak hal yang bisa dihasilkan dari olah kata-kata. Memancing tawa, membuat orang berintrospeksi diri, memacu motivasi, mengaduk emosi, dan sederet hal lainnya. Kalau ingin bukti, coba saja tengok produk olahan kata-kata karya Joger Jelek.

Mandiri Prioritas kembali memperoleh kesempatan berkunjung ke kantor dan *outlet* Joger yang terletak di Jalan Raya Kuta, Bali beberapa waktu silam. Keunikan langsung bisa dirasakan sejak pertama kali menjejakkan kaki di Joger. Para pengunjung akan disapa dengan deretan kalimat-kalimat humor dan menyentil yang bertebaran di sekeliling *outlet* hingga kantor. Nah jika selama ini kita familiar dengan kalimat “pusat oleh-oleh”, maka di Joger Anda akan menemukan kalimat “pusat tolah toleh” yang terpajang di depan *outlet*.

Beberapa waktu lalu **Joseph Theodorus Wulianadi** atau yang akrab dipanggil Mr. Joger ditemani sang istri tercinta, **Rr. Ery Koesdarijati**, menyambut hangat *Mandiri Prioritas* dan dengan senang hati menjadi *tour guide* kami menjelajah setiap sudut kantor dan *outlet* Joger.

Alih-alih menyebutnya sebagai pusat *merchandise* khas Bali, Mr. Joger memilih ‘pabrik kata-kata ketiga di dunia’ sebagai identitas Joger. Lalu, siapa yang pertama dan kedua? “Justru yang pertama dan kedua tidak ada, kami jadi berani mengaku yang ketiga, ha ha ha,” gurau Mr. Joger.

BERSAING DENGAN DIRI SENDIRI

Pabrik kata-kata Joger dirintis sejak tahun 1980, berawal dari sebuah toko sederhana pemberian orang tua Mr. Joger yang terletak di Jl. Sulawesi, Denpasar. Namun secara *de facto*, Joger lahir pada 19 Januari 1981. Nama Joger sendiri merupakan gabungan dari penggalan nama Joseph dan

Gerhard. **Gerhard Seeger** adalah teman Mr. Joger semasa bersekolah di Jerman Barat pada periode 1970-an yang pernah memberi hadiah pernikahan berupa uang sebesar USD20.000 ketika Mr. Joger kembali ke Indonesia.

Joger menasar target pangsa pasar lokal pada saat semua pengusaha membidik turis mancanegara. Hal ini menjadi keputusan piawai dari seorang Mr. Joger. Terbukti tren bisnisnya terus meningkat. Hingga kini, Joger hanya

memiliki dua *outlet*, di Jalan Raya Kuta, Denpasar, dan Teman (Tempat Penyaman) Joger di Luwus, Tabanan.

Sebenarnya, banyak permintaan ke Mr. Joger untuk membuka cabang di tiap kabupaten. Bahkan pihak-pihak dari luar Bali dan luar negeri pun menawarkan perluasan bisnis Joger. Namun semua itu belum bisa dipenuhinya. “Joger tidak boleh dijual di luar *outlet* kami. Sejauh ini, kami tidak memiliki *reseller*. Selain itu, kami juga belum terpikirkan untuk menjual secara *online*. Kami kan menjual kebahagiaan. Saya merasa bahagia kalau bisa melayani para tamu secara langsung,” ungkap pria kelahiran Denpasar, 9 September 1951 ini.

*“Kami bukan
tidak mencari
keuntungan, tapi
mengontrol keuntungan.
Bisnis kami kan
happiness oriented,
bukan profit
oriented.”*

Nama besar Joger menjadi santapan empuk bagi para penjiplak yang hendak meraup keuntungan besar. Bukan cuma sebatas desain dan tulisan yang dimiripkan, tanda tangan yang menjadi ciri khas Joger pun tidak luput ditirunya. Bahkan *brand* oleh-oleh ternama pun turut pula meniru tanpa malu-malu. Menyikapi hal tersebut, Mr. Joger berkata dengan enteng, “Kan Anda sendiri yang bilang mereka mirip Joger. Artinya, mereka bukan pesaing, tapi pengekor. Masa kami bersaing sama ekor sendiri.”

CIRI KHAS: UNIK DAN NYELENEH

Banyak keunikan yang dilakukan Mr. Joger dalam menjalankan bisnisnya. Misalnya, ia membatasi pembelian produk maksimal 12 buah saja untuk satu orang pembeli. Padahal Joger menyediakan lebih dari 15 ribu *item* produk. “Supaya yang lain bisa kebagian, ha ha ha,” dalih Mr. Joger yang menggelari dirinya BAA, BSS. ‘Bukan Apa-apa, Bukan Siapa-siapa’.

Tahun lalu, Mr. Joger kembali membuat kejutan—dan sudah pasti nyeleneh tapi unik, yaitu meluncurkan produk jam tangan yang berjalan mundur. “Jam tangan mundur adalah bentuk inovasi dan diperuntukkan bagi orang-orang yang berpikiran maju,” katanya—kali ini serius.

Mr. Joger memiliki kebiasaan ‘buruk’, yakni selalu menurunkan perkalian keuntungan ketika omset bisnisnya terus menanjak. “Saya bukan tipe orang yang ketika omset naik, perkaliannya terus dinaikkan. Kami memilih optimal, bukan maksimal. Optimal artinya kita mendapatkan yang sebaik-baiknya, sewajar-wajarnya, semerdeka mungkin,” jelas kakek dari dua orang cucu ini.

Berbagai ‘kenyelenehan’ dari cara Mr. Joger menjalankan bisnis berangkat dari konsep *dispromotion* yang dianutnya. Artinya, berpromosi dengan tidak mempromosikan. Dalam *dispromotion*, tidak hanya diuraikan kebaikan produk/jasa yang ditawarkan, tapi secara jujur juga senantiasa memaparkan kejelekan dan kelemahannya.

“Kami bukan tidak mencari keuntungan, tapi mengontrol keuntungan. Binis kami kan *happiness oriented*, bukan *profit oriented*. Memang banyak yang bilang munafik kalau ada pengusaha yang tidak mencari keuntungan. Lho, bagaimana kalau pengusahanya yang malah dicari oleh keuntungan? He he he,” kata Mr. Joger, mengajak berpikir.

Ketika ditanya soal target bisnisnya ke depan, Mr. Joger menjawab bahwa hal itu menjadi urusan putranya, **Armand**

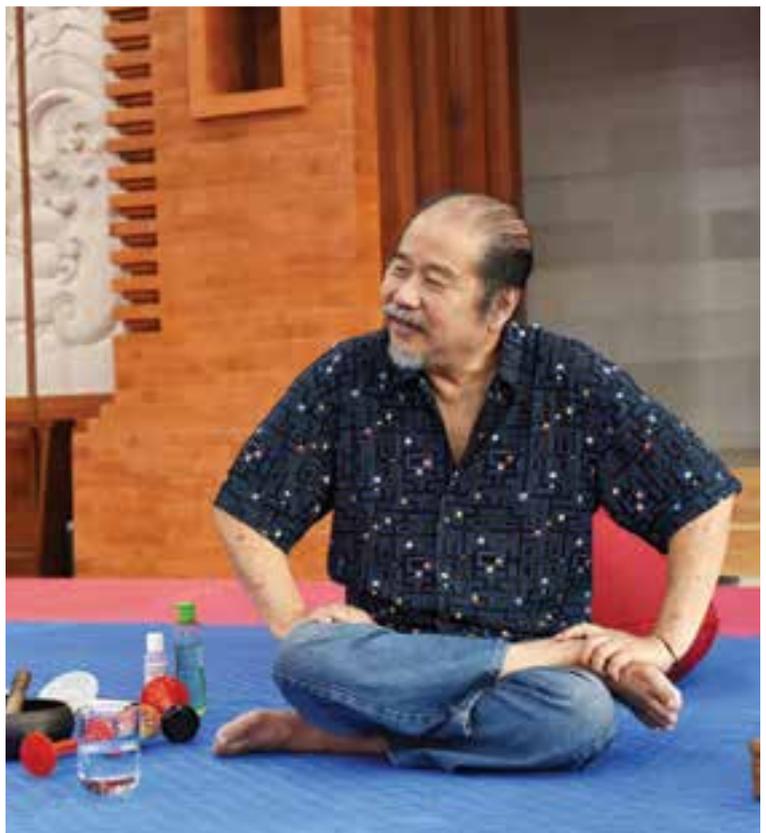
Setiawan (38). “Kepada Armand saya bilang, target kita adalah tetap menjadi diri kita sendiri yang sedikit lebih baik, sehingga lebih jujur, lebih ramah, lebih rajin, lebih bertanggung jawab, lebih berimajinasi, lebih berinisiatif, kemudian lebih bersyukur, lebih bermanfaat, lebih tekun, lebih tahu diri. Ini target setiap tiga detik, bukan setiap tahun,” ungkap pria yang pada tahun 2009 dinobatkan sebagai The President of Word oleh *Insight Bali Magazine* ini. *Hmm...* bukan Mr. Joger kalau tidak unik dan filosofis!

MENANAM MODAL AKHIRAT

Mr. Joger merasa beruntung bahwa dirinya ‘dipilih’ untuk menyelamatkan kata-kata. Ia prihatin karena masih banyak yang ‘menganiaya’ kata-kata sehingga menggunakannya secara sembarangan. Dikatakan oleh Mr. Joger bahwa ada sekitar 3.000 orang yang menjadi keluarga besar Joger dalam menghidupkan bisnis dengan menempatkan kata-kata secara wajar. Hal ini masih ditambah lagi dengan pembinaan sekitar 300 UMKM sebagai mitra produksi Joger.

Selain itu, diakui Mr. Joger bahwa Bank Mandiri juga berperan penting dalam perjalanan usahanya. “Sudah sejak lama Bank Mandiri terlibat dalam perkembangan bisnis Joger. Mulai dari penyediaan mesin EDC hingga menempatkan mesin ATM-nya di *outlet* kami,” ujanya.

Sebagai bentuk terima kasih kepada Sang Pencipta, Mr. Joger kerap menggelar berbagai program sosial, seperti pengobatan gratis, pembangunan jalan, sekolah, irigasi, rumah sakit, dan sebagainya di daerah-daerah yang membutuhkan. Untuk mengimbangi PMDN (Penanaman Modal Dunia Nyata) melalui usahanya, Mr. Joger menyertakan juga PMA (Penanaman Modal Akhirat) melalui Garing (Tiga Piring), sebuah gerakan sosial yang ia sebut sebagai niat swadaya masyarakat, bukan LSM. “Garing itu kan filosofi yang mengarahkan jiwa ke surga tapi dengan kaki tetap berpijak di bumi. Kita boleh saja berfilosofi atau berangan-angan, bercita-cita setinggi langit, tapi pilihlah langit yang realistis,” tandasnya.



EMILY SUBRATA

BADAI PASTI BERLALU

Terpaan pandemi Covid-19 memang laksana badai yang luar biasa, tapi Emily tetap optimis melihat arah ke depan.

Bak sepotong surga, pesona alam Indonesia sungguh memukau. Banyak wilayah yang menjadi incaran wisatawan, khususnya kawasan timur Indonesia, seperti Bali, Lombok, Pulau Komodo, hingga Papua. Sayangnya, serbuan virus Corona memorakporandakan pariwisata tanah air dan seluruh dunia. Sejak awal tahun 2020, jumlah kunjungan wisatawan terus menurun hingga mencapai titik nol karena seluruh tempat wisata terpaksa harus ditutup sementara.

Bisnis perhotelan termasuk yang terpukul hebat akibat pandemi Covid-19 sebab bersinggungan langsung dengan dunia pariwisata. Hal itu turut dirasakan oleh **Emily Subrata** (36), Direktur PT Griya Utama yang menangani Sudamala Resort. *“Unfortunately, right now the world is battling Covid-19. Pariwisata saat ini sangat struggle. Namun, saya mencoba untuk tidak berpandangan terlalu pendek. Kalau ada sesuatu yang kurang pas pada bisnis, kita harus memikirkan solusi ke depannya. Badai pasti berlalu,”* ujar Emily ketika ditemui di Sudamala Suites & Villas, Sanur, Bali, beberapa waktu lalu.

MEMADUKAN SENI DAN LOCAL EXPERIENCE

Sudamala Resort dirintis pertama kali pada tahun 2011 oleh **Benyamin Subrata** yang tak lain adalah ayah Emily. Kecintaan sang ayah pada Pulau Dewata diwujudkan dengan membangun Sudamala Suites & Villas di Sanur. Dengan mengusung konsep *art boutique hotel*, Ben—sapaan akrab Benyamin Subrata—memadukan tiga unsur budaya: Bali, Tiongkok, dan kolonial. Tebaran benda-benda seni mulai dari lobi hingga ke setiap kamar memanjakan setiap mata para tamu yang bertandang ke Sudamala Suites & Villas.

Seiring waktu, Sudamala Resort terus berekspansi. Selain

di Sanur, kini Sudamala juga sudah beroperasi di Amed-Bali, Lombok-NTB, Seraya-Flores, dan Labuan Bajo-NTT. Semua hotel tersebut dikemas dengan perpaduan antara seni dan *local experience*. Yang di Bali misalnya, memiliki kelebihan dari sisi seni sehingga para tamu dapat berinteraksi dengan benda-benda dan aktivitas seni. Sementara di Lombok, para tamu akan dimanjakan dengan suasana pantai lengkap dengan pemandangan *sunset* yang spektakuler. Untuk hotel di Labuan Bajo, letaknya berdekatan dengan Taman Nasional Pulau Komodo serta dikelilingi *dive site* yang keren sehingga menyajikan pengalaman berlibur yang berkesan.

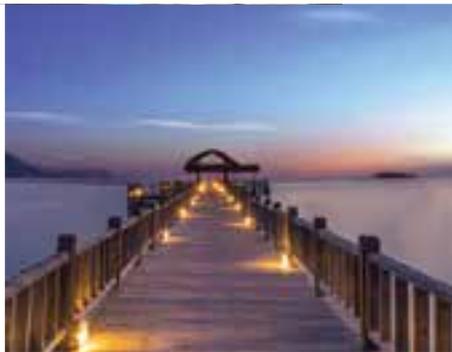
Menariknya lagi, para tamu tak sebatas menikmati fasilitas hotel yang artistik dan *cozy*, tapi juga diajak untuk merasakan *local experience*. Selama berada di dalam hotel, para tamu bisa mengikuti kegiatan yang mengeksplorasi pengalaman budaya setempat. Dikatakan Emily, bisnis *hospitality* berkaitan erat dengan pelayanan sehingga ia berupaya memperlakukan para tamu layaknya tamu pribadi.

“Kami ingin menjadi jembatan antara tamu dan lokasi di mana mereka berada. Kita mau tamu-tamu kita menikmati *experience* dengan pilihan waktu berlibur mereka yang tidak lama. Sebagai contoh, ketika kita kedatangan teman dari luar, kita pasti memberikan yang terbaik, mulai dari kamar tidur, makanan, destinasi, dan lain sebagainya. Pesan tersebut kami sampaikan kepada seluruh tim di Sudamala Resort,” jelas Emily.

JATUH HATI DENGAN HOSPITALITY

Tahun 2012 Emily kembali ke tanah air setelah selama 15 tahun tinggal di Australia untuk bersekolah dan merintis karier di dunia pendidikan. Emily sempat menjadi asisten





peneliti dan bekerja di Holmes Institute, Sydney, Australia. Dengan latar belakang industri edukasi, bukan hal mudah baginya berkecimpung di *hospitality*. Emily pun mengikuti *training* di tiga hotel—dua di Bali dan satu di Jakarta—guna mempelajari bagaimana operasional hotel. Selesai *training*, wanita lulusan University of Sydney, Australia, ini lanjut ‘terbang’ ke Swiss untuk meraih gelar MBA.

Tahun 2014, Emily pulang dari Swiss dan secara resmi bergabung di Sudamala Resort. Dia mendapati perbedaan yang cukup signifikan antara industri *hospitality* dengan manajemen pendidikan yang selama ini menjadi *concern*-nya. Namun hal itu malah membuatnya merasa tertantang dan akhirnya jatuh hati pada dunia *hospitality*.

“Secara konsep, antara *hospitality* dan edukasi berbeda sekali namun ada kesamaan, yakni *service*. Di dunia pendidikan, yang saya hadapi adalah orang-orang yang menjalankan *training* untuk sertifikasi. Sekarang saya melayani orang-orang yang sedang menikmati liburan. Oleh karenanya saya harus belajar lagi untuk mendalami seluk-beluk bisnis *hospitality*. Dan kedua bidang ini punya tantangan masing-masing,” papar Emily.

Emily memiliki pandangan yang optimis terhadap dunia pariwisata di Indonesia. Setidaknya selama enam tahun mengelola Sudamala Resort, putri sulung pasangan Ben Subrata dan **Niluh Rosye Peny Subrata** ini telah mendapati tren pertumbuhan pada bisnisnya sejalan dengan makin banyaknya wisatawan yang berkunjung ke wilayah-wilayah di Indonesia.

“Secara umum, tanpa melihat situasi Covid-19 seperti saat ini, saya sangat *excited*, karena Indonesia itu banyak sekali area-area yang belum banyak tereksplorasi dan sangat menarik untuk dikunjungi. Bicara soal wisatawan, wisatawan dosmetik saja jumlahnya sangat besar. Saat ini semua orang bisa naik pesawat layaknya naik bus, banyak pilihan dan harga sangat kompetitif. Jadi dunia *hospitality* dan dunia pariwisata itu sangat potensial,” terangnya.



Fasilitas dan layanan yang memanjakan para tamu, kata Emily, adalah komitmen dalam industri jasa. “Sama halnya dengan Bank Mandiri, perusahaan jasa dengan fasilitas yang banyak. Buat saya, menjalin hubungan dengan Bank Mandiri sangat menguntungkan. Akses dan fasilitas selalu tersedia, serta adanya kesinambungan antara personal dan bisnis,” kata Emily, memuji layanan Bank Mandiri.

AYAH SEBAGAI PANUTAN

Kiprah Emily dalam menjalankan roda bisnis keluarganya tentu tidak terlepas dari peran sang ayah. Beruntung bagi Emily memiliki seorang ayah yang memberi kebebasan dalam memilih jalan kariernya. Sebagai pebisnis andal yang memiliki beberapa perusahaan, ayahnya bisa saja memaksa Emily untuk segera terjun sejak lulus bersekolah.

“Saya memang memiliki *passion* di bidang edukasi, tapi ketika saya masuk ke *hospitality*, sama sekali tidak ada tekanan dari orang tua. Ayah memberi kebebasan kepada saya dan adik saya, **Karla Subrata**, untuk memilih jalur yang disukai,” ungkap Emily.

Diberi kepercayaan untuk terlibat dalam mengelola perusahaan, Emily tidak menampik bahwa ada kesenjangan pola pikir dan gaya kepemimpinan dengan sang ayah. Namun begitu, ia tetap memosisikan ayahnya sebagai panutan. “Ayah adalah orang yang tidak *neko-neko*, *he is very logical*. Kalau pandangan beliau memang benar dan baik, saya pasti melakukannya. Saya juga ingin seperti ayah yang bisa mengembangkan dan menjaga perusahaan sampai ke generasi berikutnya,” pungkas Emily.

“Saya juga ingin seperti ayah yang bisa mengembangkan dan menjaga perusahaan sampai ke generasi berikutnya.”



FUTIKAH MUNAWAR BAHAGIA KETIKA YANG LAIN BAHAGIA

Membantu orang lain membuatnya bahagia. Dan mendirikan rumah sakit memicunya menarik lebih banyak bahagia.

Tidak memiliki latar belakang pendidikan kedokteran bukan berarti tak bisa terjun di dunia usaha bidang medis. **Futikah Munawar** (64) membuktikan hal tersebut dan bahkan meraih sukses. Berbekal niat, semangat, intuisi, dan dukungan suami—yang awalnya tidak setuju—Futikah memutuskan untuk mendirikan sebuah klinik PBDS (Praktik Bersama Dokter Spesialis) Binawaluya di Jl. TB Simatupang No. 71, Jakarta Timur. Klinik tiga lantai yang memberikan layanan medis untuk spesialisasi anak, kandungan, dan jantung ini berdiri pada 5 Januari 2004.

Dukungan suami menjadi sangat berarti dalam menjalankan kliniknya dan membuat kepercayaan diri Futikah menguat. Sangat beralasan, sebab sang suami, **DR. dr. M. Munawar, SpJP(K), FIHA, FESC, FAAC**, adalah salah satu dokter spesialis jantung ternama di negeri ini. Ia menjadi tim dokter kepresidenan di era kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. “Dan setidaknya ilmu akuntansi yang saya punya bermanfaat juga, karena saya yang memegang urusan keuangan,” kilah Futikah yang pernah mengenyam pendidikan di Akademi Akuntansi dan Perbankan Yogyakarta ini.

MENJADI YANG PERTAMA

Dan perjalanan pun tak terhenti seiring waktu. Dua tahun sejak berdiri, tepatnya pada 10 September 2006, klinik Binawaluya bertransformasi menjadi RS Jantung Binawaluya sekaligus mengukuhkan dirinya menjadi RS

jantung swasta pertama di Indonesia. Meski gedung sederhana, layanan dan fasilitas yang ditawarkan sudah lengkap termasuk kesiapan tenaga medis dan paramedis. Hampir semua tindakan dilakukan di sini, termasuk tindakan pembukaan penyempitan pembuluh darah tanpa operasi dengan teknik intervensi koroner perkutan (Percutaneous Coronary Intervention/PCI).

Futikah menjelaskan, keberadaan RS Jantung Binawaluya banyak membantu masyarakat Jakarta, terutama yang berdomisili di wilayah timur Jakarta. Sebab sebelum itu, satu-satunya rumah sakit jantung adalah RS Harapan Kita yang berada di Jakarta Barat.

Awal-awal beroperasinya rumah sakit menjadi hari-hari yang melelahkan bagi Futikah. Ia harus banyak berhemat karena pengeluaran untuk membeli peralatan medis, pemeliharaan, dan gaji karyawan tidak bisa dibilang sedikit. “Semua ditanggung dari pendapatan bulanan kami,” katanya.

Namun kelelahan itu tak perlu berlama-lama karena buah nikmatnya segera ia petik.

Dalam perjalanannya, RS Jantung Binawaluya tercatat mendapatkan dua kali akreditasi dari Komite Akreditasi Rumah Sakit (KARS), salah satunya adalah akreditasi bintang lima Paripurna sebagai akreditasi tertinggi dalam kualitas pelayanannya.

Tak hanya itu, RS Jantung Binawaluya juga menjadi rumah sakit rujukan di Indonesia untuk gangguan jantung dan menjadi satu-satunya rumah sakit swasta di Indonesia yang ditetapkan sebagai rumah sakit pendidikan khusus spesialis

“Saya merasa pencapaian saya sekarang ini berkat orang lain di sekeliling saya, termasuk masyarakat sekitar.”



jantung. Para dokter spesialis yang mengikuti *fellowship* di sini tak hanya dari dalam negeri, tapi juga dari luar negeri, seperti India dan Vietnam.

Kini, selain peralatan medis yang mutakhir, RS Binawaluya dilengkapi dengan hostel (*hospital hotel*), khusus untuk memudahkan keluarga pasien dari luar daerah, atau untuk pasien yang ingin beristirahat lebih nyaman.

JEDA DI MASA PANDEMI

Futikah mengaku, pandemi Covid-19 sekarang ini membuat usahanya mengalami kesulitan. Tren kunjungan pasien ke rumah sakitnya menurun lumayan banyak. "Di awal pandemi banyak yang takut datang ke rumah sakit, dan sebaliknya, para dokter pun harus ekstra hati-hati menangani pasien yang datang," kata ibu tiga orang anak yang dua di antaranya menjadi dokter spesialis jantung di RS Binawaluya ini. "Kalau dulu satu dokter bisa melayani 60 pasien per hari, sekarang total pasien yang datang paling banyak 30 per hari."

Meski begitu, di sisi lain kondisi ini memunculkan berkah bagi Futikah. Kesibukan berkurang dan dengan begitu ia bisa melakukan *upgrade* beberapa peralatan medis rumah sakit. Dan kini, setelah diberlakukannya *new normal*, kondisi sudah

mulai kembali membaik. Pasien yang datang sudah paham bagaimana melindungi diri dari paparan virus Corona, dan rumah sakit pun memberlakukan protokol kesehatan yang ketat untuk keamanan pasien dan tenaga medis.

Di masa *new normal* ini RS Binawaluya juga mengadakan pemeriksaan medis secara virtual. Tujuannya, apa lagi kalau bukan untuk mencegah penularan virus. "Biasanya kita lewat Zoom, dan ini dilakukan untuk pemeriksaan tertentu yang tidak memerlukan kehadiran pasien ke rumah sakit," jelas Futikah.

TIDAK BISA DIAM

Menjadi pebisnis bukanlah cita-cita perempuan pengagum Presiden Joko Widodo ini. Bermimpi menjadi guru sejak kecil, kemudian mengubah cita-cita menjadi bankir, tapi ternyata akhirnya menikmati hidup sebagai seorang pengusaha. Bahkan, saat ini Futikah juga menjalankan bisnis properti, khususnya tanah. "Mungkin karena orang tua dulu juga menjadi pengusaha batik, jadi sedikit banyak saya ada ketertarikan di dunia bisnis," ungkapnya.

Meski begitu ibu yang punya hobi menyanyi ini merasa pencapaiannya belumlah selesai. Ia mengaku tidak bisa diam sejak kecil dan akan selalu mencari kesibukan.



“Tentu kesibukan yang positif dan bermanfaat,” kilahnya. Seperti sekarang ini, ia tidak bisa diam dan akan terus mengembangkan rumah sakitnya sehingga akan lebih banyak masyarakat yang tertolong.

Membantu orang lain memang merupakan salah satu hal yang membuat Futikah merasa bahagia. “Saya bukan siapa-siapa. Karena itu saya merasa pencapaian saya sekarang ini berkat orang lain di sekeliling saya, termasuk masyarakat sekitar. Dan saya ingin mereka berbahagia bersama saya,” ucap pemilik motto hidup ‘bahagia dunia akhirat’ ini.

Salah satu upaya berbagi kebahagiaan itu ia wujudkan dengan memberangkatkan umrah sejumlah karyawan RS Binawaluya. Dan ini akan menjadi program rutin selama ia mampu. Karena ia merasa keberhasilan RS Binawaluya bukanlah berkat dirinya saja, melainkan juga berkat dukungan kuat keluarga dan kekompakan seluruh karyawan.

Futikah juga menyebutkan peran Bank Mandiri yang selama ini menemani dan mendukung perjalanan bisnisnya hingga sekarang. “Sejak awal rumah sakit berdiri hingga sekarang, kami memercayakan sejumlah urusan keuangan kepada Bank Mandiri. Selain dekat dengan domisili saya, Bank Mandiri juga sudah teruji kredibilitasnya,” kata Futikah memberi alasan.

ANTISTRES DENGAN MENYANYI

Hingga di usianya yang sudah lebih dari setengah abad sekarang ini, Futikah masih terlihat aktif. Kegiatan sosialnya bersama teman-teman dekat masih terus berjalan. Bahkan saat perlu pergi ke luar kota pun ia mengendarai mobil sendiri, tanpa sopir. Barangkali itu pula yang membuat ia merasa jarang mengalami stres. “Harus banyak bersenang-senang,” katanya.

Satu hal yang juga membuat hidupnya jadi lebih enteng adalah bernyanyi. Futikah memang sudah gemar bernyanyi sejak kecil, menjadi “biduanita kamar mandi”. Hingga sekarang pun ketika ada waktu luang di rumah ia berkaraoke di rumah. Pun, ketika berkumpul bersama teman-teman atau sedang di tengah acara, suaranya ikut menghibur hati orang lain.

Bahkan, seakan tidak mau kalah dengan anak-anak muda, Futikah mencoba mendokumentasikan suara merdunya melalui Youtube di kanal Futikah Munawar. “Kalau ini cuma iseng aja, atas dorongan dari anak saya,” kilah ibu yang menyukai semua genre musik ini.

Ada keinginan menjadi *youtuber* atau penyanyi? “Ah, jauh laaah... ha ha ha,” katanya.

CHALLENGING FIRST HALF, A HOPEFUL SECOND HALF

*Di balik pandemi yang telah meruntuhkan kondisi, selalu ada harapan
untuk membalikkan posisi.*

Semester satu tahun 2020 menjadi pelajaran yang sangat berharga untuk sebagian besar masyarakat di dunia, terutama investor. Risiko yang dipercaya sangat jarang terjadi pun, dengan probabilitas paling kecil, terjadi di awal tahun 2020. Risiko tersebut adalah pandemi virus Corona yang kemudian dinamakan Covid-19. Terakhir, dunia menghadapi pandemi dengan skala yang serupa pada tahun 1918 saat wabah *Spanish flu*, di mana pusat pengendalian dan pencegahan penyakit Amerika Serikat (CDC) memperkirakan jumlah kasus ±500 juta *globally* dan jumlah korban mencapai ±50 juta.

RISIKO DI LUAR EKSPEKTASI

Sebenarnya banyak virus lain yang sempat menjadi kekhawatiran, namun skalanya tidak ada yang se-masif Covid-19 terkecuali *Spanish flu*. Di sinilah yang dapat dikategorikan sebagai risiko yang sangat jarang terjadi, karena terakhir dunia mengalami pandemi yang sangat masif adalah 100 tahun yang lalu, sehingga membuat probabilitas dari risiko tersebut terlihat sangat kecil. Covid-19 bisa dibilang sebagai *tail risk* yang merupakan risiko yang di luar ekspektasi frekuensi, durasi dan/atau besarnya kerugian dari yang sudah direncanakan oleh investor atau yang sudah diharapkan oleh investor.

Virus Outbreak	Period	Duration (Months)	Outbreak	Number of Cases*	Number of Deaths	Fatality Rate
Spanish Flu	Feb 1918 - Apr 1920	±24	Global	±500 juta	±50 juta	10,00%
SARS	Jan - Mar 2003	3	China & Singapore	8.100	744	9,19%
Avian Influenza	Jan - Aug 2004	8	China	1.000	455	45,50%
MERS	Sep - Nov 2012	3	Middle East	2.494	858	34,40%
Ebola	Dec 2013 - Feb 2014	3	West Africa	28.616	11.310	39,52%
Zika	Nov 2015 - Feb 2016	4	USA	174.667	18	0,01%
Covid-19	Jan - 29 Jun 2020	On Going	Global	10.249.460	504.466	4,92%

Source: Chief of Economics Bank Mandiri; cdc.gov
 * Number of cases is globally

Lockdown dan pembatasan mobilitas perekonomian di dunia terpaksa dilakukan guna memperlambat sebaran Covid-19. Negara-negara yang memberlakukan *lockdown* dan pembatasan tersebut harus mengorbankan perekonomiannya dikarenakan dampak dari *demand side* yang turun. Masyarakat tidak diperbolehkan atau dibatasi untuk keluar dari tempat tinggalnya dan mayoritas perusahaan memberlakukan *work from home* (WFH), sehingga mobilitas dan penjualan ritel pun menurun.

International Monetary Fund (IMF), World Bank (Bank Dunia), dan the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) telah menurunkan proyeksi pertumbuhan ekonomi dunia untuk tahun 2020 ini. IMF memprediksi perekonomian dunia akan mengalami kontraksi -4,9% di 2020, World Bank memprediksi -5,2%, dan OECD membuat dua skenario, di mana *single-hit scenario* diprediksi -6% dan *double-hit scenario* -7,6%.

Dampak dari *lockdown* terhadap perekonomian di mayoritas negara di dunia tentunya meningkatkan jumlah pengangguran, terutama di AS. *Small business* terkena dampak terbesar dari pandemi Covid-19 karena minimnya permintaan dari pelanggan akibat mobilitas dari masyarakat yang dibatasi. Data pengangguran di Amerika Serikat (AS) mengalami peningkatan yang sangat tajam pada bulan April, yakni sebesar 14,7%. Periode tersebut tepat saat *lockdown* diberlakukan di beberapa negara bagian di AS.

Begitu juga dengan *initial jobless claims* atau jumlah orang yang mendaftar *benefit* pengangguran di AS. Pada bulan Maret melonjak ke level tertingginya sepanjang masa, yaitu sebesar 6,9 juta orang yang mendaftar, sedangkan pada bulan April pun masih cukup tinggi, berada di level 3,9 juta. Padahal rata-rata *initial jobless claims* sepanjang 2019 hanya di level 220 ribu jiwa.

Dengan banyaknya masyarakat yang kehilangan pekerjaan dan ekspektasi menurunnya perekonomian di banyak negara di dunia, stimulus fiskal pun diluncurkan oleh berbagai negara untuk menopang perekonomiannya masing-masing. Tidak hanya pemerintah, bank sentral pun turun tangan untuk dapat membantu, salah satunya adalah the Federal Reserve (the Fed), bank sentral AS. The Fed telah mengucurkan *cash* ke pasar keuangan sebesar USD700 miliar pembelian aset, penurunan suku bunga ke range 0,25%-0,00%, dan *quantitative easing* dari sisi kredit sebesar USD300 miliar program kredit untuk bisnis dan konsumen. Secara total, the Fed telah meluncurkan lebih dari USD6 triliun likuiditas untuk menopang bisnis dan sistem keuangan.

TEKANAN PADA PASAR SAHAM

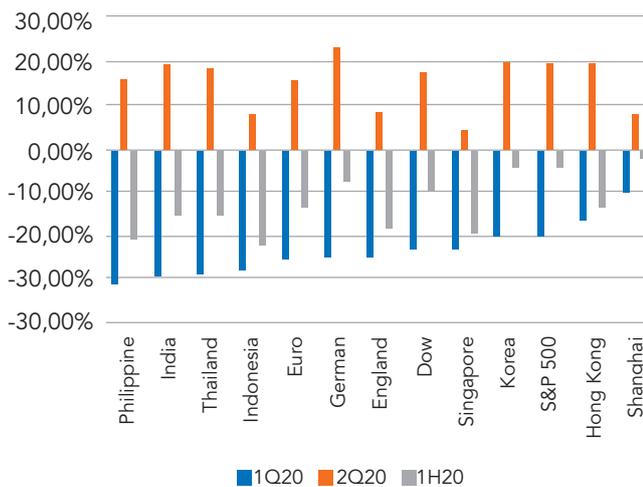
Pasar saham secara global mengalami tekanan pada pertengahan semester dua yang lalu. Pada bulan Maret lalu, kekhawatiran dari peningkatan kasus Covid-19 di Amerika Serikat (AS) dan mayoritas pasar saham global mengalami tekanan pada 1Q20 di mana secara rata-rata mengalami

Fiscal Stimulus		Central Bank Rate Cut	Country
(% GDP)	(Nominal)	(bps)	
2,00%	EUR 310Bn		Europe
10,00%	USD 2,1Tn	-150	USA
0,10%	USD 4Bn		Japan
2,40%	GBP 53Bn	-65	UK
4,60%	AUD 92,7Bn	-50	Australia
3,50%	CAD 107Bn	-100	Canada
6,00%	CHF 32Bn		Switzerland
7,90%	NOK 280Bn	-125	Norway
5,50%	SEK 375Bn		Sweden
2,40%	USD 344Bn	-15	China
4,00%	USD 80Bn	-50	South Korea
4,20%	HKD 120Bn	-100	Hong Kong
9,80%	TWD 100Bn	-25	Taiwan
11,00%	SGD 54Bn		Singapore
1,30%	USD 4,6Bn	-50	Malaysia
1,20%	PHP 27,1Bn	-75	Philippines
2,40%	USD 16,3Bn	-50	Thailand
2,50%	IDR 405Tn	-75	Indonesia
1,00%	USD 22,5Bn	-75	India

Source: Manulife Asset Management Indonesia; Bank Indonesia



Pasar Saham Global



penurunan lebih dari 20%. Kekhawatiran dari virus pun mulai memudar setelah pasar saham mengalami tekanan di 1Q20 dan harapan pertumbuhan ekonomi setelah pelonggaran *lockdown* dan juga PSBB di Indonesia.

Jumlah likuiditas yang dikururkan oleh bank sentral dan juga pemerintah di seluruh dunia meningkatkan ekspektasi bahwa masyarakat akan menggunakan kucuran dana bantuan tersebut setelah *lockdown* dan PSBB dilonggarkan. Sebagai tambahan, harapan dari penemuan vaksin pun menjadi penggerak *market* pada kuartal kedua yang lalu. Meski mayoritas menguat pada kuartal kedua, secara semester satu 2020, pasar saham masih berada di teritori negatif.

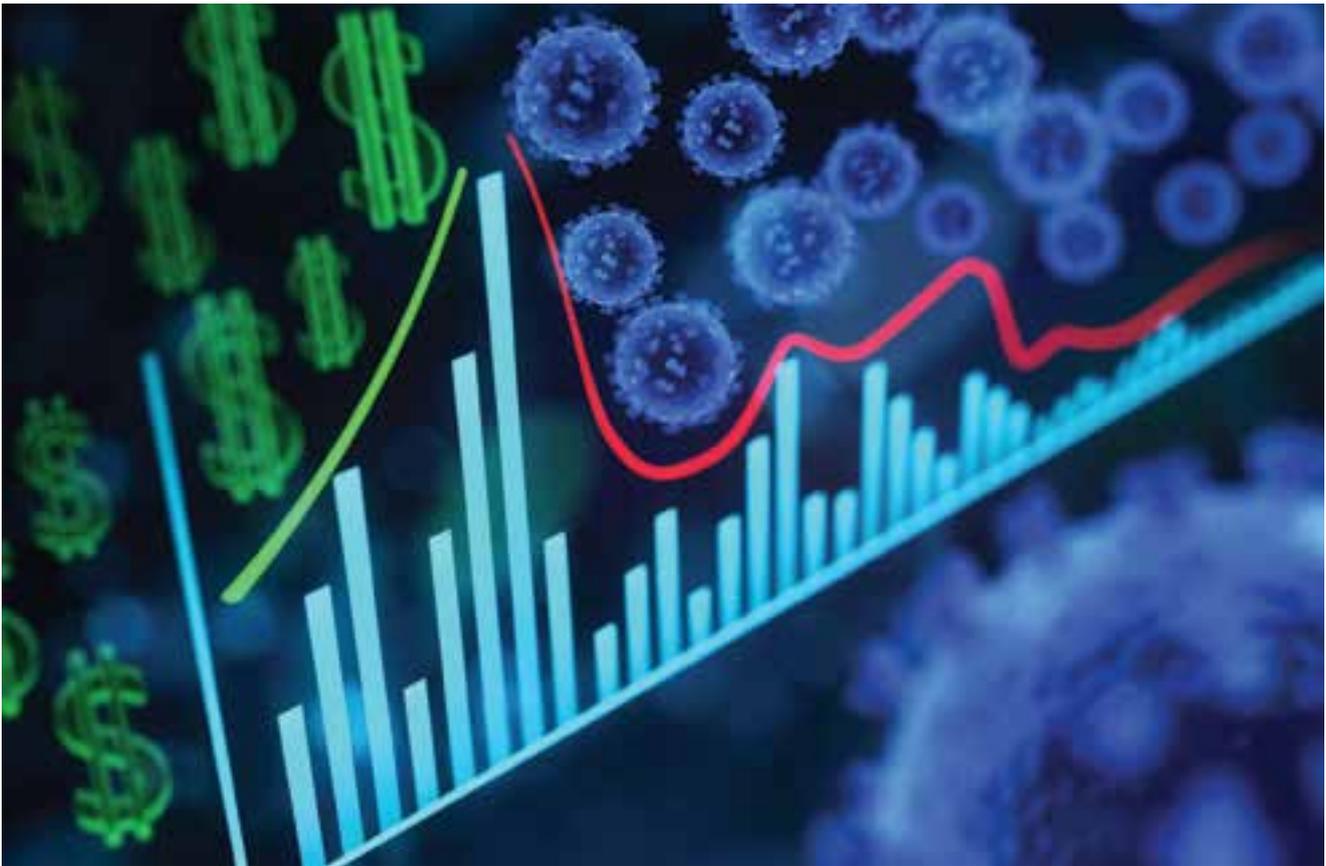
HARAPAN BARU DI TENGAH KETIDAKPASTIAN

Dengan pembukaan perekonomian di mayoritas negara setelah dua sampai tiga bulan *lockdown* merupakan harapan tinggi akan kembalinya roda perekonomian yang kembali berputar. Bergeraknya roda perekonomian dapat terlihat dari aktivitas pabrik di Tiongkok yang meningkat lebih dari ekspektasi. Hal tersebut terefleksi pada data Caixin/Markit Manufacturing PMI yang naik ke level 51,2 di bulan lalu dari bulan Mei yang hanya di level 50,7.

Dari AS, data penjualan ritel di bulan Mei mengalami peningkatan yang signifikan secara *month on month* (MoM), sebesar 17,7% di mana konsensus hanya berekspektasi di kisaran 8% dan bulan sebelumnya mengalami kontraksi -16,4%. Sebagian besar indikator ekonomi di AS dan juga Tiongkok mengindikasikan pemulihan setelah *lockdown* diperlonggar, namun tentunya risiko jumlah kasus Covid-19 bisa jadi turut meningkat. Pelonggaran PSBB di Indonesia pun menjadi dilema pemerintah. Di satu sisi perekonomian akan melambat jika PSBB diberlakukan, namun jika dilonggarkan, maka kesehatan masyarakat menjadi risiko.

Pemerintah Indonesia telah meluncurkan stimulus sebesar IDR405 triliun untuk menangani dampak negatif dari pandemi Covid-19. BI telah menurunkan Giro Wajib Minimum (GWM) untuk bank konvensional sebesar 200 bps dan 50 bps untuk bank syariah. Di samping itu, BI juga telah melakukan *quantitative easing* (QE) melalui pembelian SBN sebesar IDR503,8 triliun di periode Januari hingga Mei 2020. Tak hanya penurunan GWM dan juga intervensi pada obligasi pemerintah, BI pun menurunkan suku bunga acuan *7-day reverse repo rate* sebesar 75 bps sepanjang tahun 2020 ke level 4,25%. Inflasi Indonesia sepanjang masa





PSBB masih cukup terkendali di kisaran 2%, namun trennya cenderung melambat.

Risiko dari faktor global akan menjadi sorotan di sisa tahun 2020 ini. Selain dari kekhawatiran meningkatnya kasus Covid-19, iklim politik di AS pun akan meningkat di mana pemilihan presiden akan berlangsung pada bulan November 2020 dan Donald Trump akan berhadapan dengan mantan wapres Joe Biden. Tensi politik antara AS dan Tiongkok pun ditengarai kembali memanas setelah Tiongkok memberlakukan undang-undang keamanan di Hong Kong. Undang-undang tersebut dinilai dapat merusak status otonomi Hong Kong yang menganut asas satu negara dua sistem.

Ekspektasi terhadap perekonomian ke depan tetap harus dijaga. Salah satu cara agar roda perekonomian dapat kembali ke *full speed* adalah adanya penemuan vaksin Covid-19. Potensi dari perputaran likuiditas yang sudah dikururkan oleh bank sentral dan pemerintah seluruh dunia akan lebih tinggi jika vaksin tersebut sudah tersedia. Untuk sementara, *new normal* di berbagai negara telah diberlakukan. Contohnya, kini mayoritas restoran memotong jumlah pelanggan yang dapat duduk dan makan di lokasi dengan menerapkan prosedur kesehatan yang ketat guna mencegah penyebaran virus Covid-19.

Dari sisi strategi dan alokasi investasi, obligasi pemerintah

masih menjadi pilihan untuk *overweight* meski pada kuartal kedua pasar saham secara global meningkat cukup signifikan. *Upside* dan sentimen positif lebih banyak dari obligasi pemerintah dibandingkan saham, salah satunya adalah *yield* obligasi pemerintah Indonesia masih cenderung menarik dibandingkan dengan negara lainnya, terutama negara-negara *developed market* yang mayoritas obligasi pemerintahnya menawarkan *yield* yang negatif. Lembaga pemeringkat internasional masih mempertahankan peringkat kredit Indonesia di layak investasi (BBB/setara). Adapun risiko dari obligasi pemerintah adalah dari sisi *supply side*, karena dengan peluncuran stimulus maka pemerintah akan meluncurkan lebih banyak obligasi dari perkiraan awal, namun BI akan menjadi *standby buyer* di pasar (jika dibutuhkan).

Pasar saham Indonesia akan lebih *challenging*, akan tetapi posisi indeks saham saat ini terlihat murah dengan risiko yang cukup tinggi ke depannya. Risiko dari faktor eksternal, seperti pilpres AS serta tensi politik antara Tiongkok dan AS dikhawatirkan dapat memberikan sentimen negatif terhadap pasar saham Indonesia dan juga *emerging market*. Oleh karenanya, saham cenderung netral untuk saat ini sampai dengan sentimen dari kekhawatiran eksternal/global memudar dan perekonomian Indonesia dari sisi *trade* dan juga pariwisata dapat kembali normal.

PADA SUATU HARI DI NEGERI DONGENG...

*Nilai dalam dongeng terpatri
berpuluh-puluh tahun dan
berperan membentuk karakter maupun
kecerdasan seseorang.*





Masih ingatkah Anda dengan kisah si kancil yang mencuri ketimun, atau dua sejoli Ande-ande Lumut dan Kleting Kuning? Dongeng yang diceritakan puluhan tahun lalu oleh orang tua kita itu rasanya masih menempel dalam ingatan dan hati, bukan? Kalau pun kita tidak dapat mengingat detail ceritanya, bisa jadi kita tetap ingat nilai moral yang dikandungnya.

Terpatrynya kisah maupun nilai moral dari dongeng di dalam diri menjadi salah satu bukti bahwa dongeng dapat menciptakan kesan mendalam, bahkan mungkin lebih berkesan daripada nasihat murni orang tua. Jadi, meski zaman sekarang sudah sedemikian canggih, tradisi mendongeng tetap dapat dimanfaatkan sebagai metode mendidik dan membangun karakter anak karena sudah teruji melintasi waktu.

MENYERAP HUBUNGAN EMOSIONAL DAN TELADAN

Mendongeng (*storytelling*), seperti diungkapkan oleh **Denise E. Agosto**, seorang profesor yang risetnya fokus pada perilaku anak dan remaja, berbeda dengan membacakan cerita (*story reading*). Begitu pula dengan efeknya. "Orang-orang yang mendongeng (*storyteller*) mengungkapkan adanya hubungan emosional yang kuat terbangun dengan pendengarnya," terang Denise dalam jurnal yang dipublikasikan oleh Association for Library Service to Children (ALSC). "Ikatan yang lebih dalam dengan anak-anak juga terjalin lewat mendongeng dibandingkan membacakan cerita."

Di sisi lain, tokoh-tokoh dalam dongeng dapat dijadikan teladan oleh anak, ataupun dihindari perilakunya jika itu buruk. Lewat cerita yang mereka dengar, tanpa disadari anak mengenal dan menyerap sifat positif. Karakter protagonis dengan sifat-sifat seperti kejujuran, saling menyayangi sesama manusia maupun makhluk lain, kemandirian, dan keberanian di jalan yang benar, di dalam dongeng akan tampil sebagai pemenang. Ini tentu akan memudahkan mendorong anak untuk menirunya. Sementara tokoh antagonis, dengan sifat dan tindakannya yang tidak terpuji, pada akhirnya akan kalah dan kemudian tidak disukai oleh anak. Kehadirannya dalam dongeng membuat anak belajar membedakan hal baik dan buruk.

EFEK POSITIF

Tidak hanya membangun karakter, dongeng pun berguna dalam menstimulasi kecerdasan anak. Berikut ini beberapa contohnya, seperti disarikan dari *ResearchGate*, laman *Sahabat Keluarga* dari Kemdikbud, dan *TeachingEnglish* dari British Council.

1. KEMAMPUAN KOGNITIF

Saat mendengarkan cerita baru, anak akan memberi perhatian penuh dan termotivasi untuk mencoba memahaminya. Menurut studi, kelompok anak-anak yang mendengar cerita menunjukkan peningkatan

pemahaman cerita, terlihat saat menceritakannya kembali. Sementara anak-anak yang membaca cerita menunjukkan peningkatan kompleksitas bahasa mereka. Mendongeng dan membaca cerita juga menghasilkan dampak positif bagi anak dalam bahasa lisan.

2. KETERAMPILAN BERPIKIR KRITIS

Berpikir kritis masih erat kaitannya dengan kemampuan kognitif. Keduanya melibatkan pemikiran mendalam tentang isi dan makna cerita. Mendengarkan cerita akan membuka peluang munculnya pertanyaan dalam pikiran anak. Ia pun jadi berlatih untuk tidak menerima sebuah peristiwa begitu saja.

3. KEMAMPUAN VISUAL

Sembari mendengarkan, anak akan membayangkan situasi dan kejadian yang tengah berlangsung dalam alur dongeng. Ini menjadi stimulan yang baik bagi peningkatan kemampuan visualisasinya.

4. PEMAHAMAN AKAN BUDAYA LAIN

Berbagai daerah dan negara memiliki dongeng-dongeng yang sangat menarik. Mendongengkan cerita-cerita tersebut kepada anak dapat mengembangkan pemahaman dan wawasannya terhadap budaya lain. Juga, membentuk sikap positif kepada orang-orang dari berbagai negeri, dengan ras, tradisi, maupun agamanya yang berbeda-beda. Cerita-cerita ini memiliki benang merah yang berperan layaknya jembatan penghubung di antara budaya-budaya.

5. FOKUS DAN KEMAMPUAN BERSOSIALISASI

Saat mendengarkan cerita, anak didorong untuk berkonsentrasi. Anak juga belajar untuk lebih sabar membiarkan orang lain berbicara, sehingga meningkatkan salah satu skill yang dibutuhkan dalam bersosialisasi.

AGAR DONGENG LEBIH MENARIK

Ahli pendidikan dan *trainer* bagi pengajar, **S. Seshadri**, berbagi kepada *ParentCircle* bahwa ketika mendongeng fokuslah kepada hal-hal berikut ini:

- **Narasi**

Dalam mendongeng, kontak mata menjadi pembangun ikatan dengan si kecil. Maka, sebelum itu baca ceritanya beberapa kali agar Anda merasa familiar. Ketika bercerita, mainkan suara berdasar karakter yang ada dan mendramakan untuk menguatkan suasana dalam cerita.

- **Membolehkan interupsi**

Bebaskan anak untuk menginterupsi dan mengungkapkan pikiran, pertanyaan, maupun rasa takjubnya setelah kejadian penting dalam dongeng. Ini berguna untuk mendorong kreativitas. Kadang, anak bahkan akan menghubungkan cerita Anda dengan sesuatu yang ia dengar sebelumnya. Tandanya, ia menyimak apa yang Anda katakan.

- **Memvisualkan cerita**

Gambar menuturkan ribuan kata. Bantuan berupa visual akan membantu





menjelaskan cerita yang rumit, serta menghindari distraksi terhadap anak selama Anda bercerita. Manfaatkan boneka atau *flanel board* (papan untuk meletakkan bentuk-bentuk gambar) sebagai alat bantu.

• **Digitalisasi cara mendongeng, kalau sempat**

Jika Anda cukup akrab dengan teknologi dan punya kemampuan, kesabaran, serta waktu untuk merajut elemen dunia nyata dan virtual, mengapa tidak melakukannya menggunakan *gadget* Anda? Digitalisasi dalam mendongeng melibatkan gambar statis maupun bergerak, suara, dan menciptakan medium yang interaktif, tak cuma searah.

Tapi hindari melibatkan terlalu banyak vide, ya, karena dapat menghambat imajinasi anak. Ingat pula bahwa mendongeng gaya baru ini lebih memukau bagi anak berusia setidaknya 11 tahun, yang sudah mengerti bahwa itu keren.

• **Membuka partisipasi anak**

Ajak anak aktif secara fisik, misalnya ikut melompat atau tertawa, seperti yang dilakukan tokoh dalam cerita Anda. Juga, menirukan karakternya, efek suara, hingga nyanyian. Setelah cerita selesai, Anda bahkan dapat mengajak si kecil memerankan tokoh dan menentukan sendiri jalan ceritanya, sehingga memicu pertanyaan, “Bagaimana jika begini? Bagaimana jika begitu?” yang dapat membawakan ‘diskusi’. Cara ini lebih cocok untuk cerita yang cukup pendek dan sederhana.

Menyadari begitu besarnya nilai dan manfaat dari mendongeng, apalagi ditambah cara mendongeng yang bikin penuturan tambah menarik, yuk, turunkan tradisi ini ke anak kita.

Sebelum ia tidur nanti, dongeng apa yang ingin Anda ceritakan?

KOMUNITAS MENDONGENG

☀ **Kampung Dongeng**

Komunitas ini rutin mengadakan Pekan Kampung Dongeng, Dongeng Keliling Kampung, hingga Kampung Dongeng Jelajah Indonesia. Masih kurang? Kampung Dongeng juga punya acara Kemah Dongeng selama 3 hari.

www.kampungdongeng.com

Instagram: [@kampungdongeng](https://www.instagram.com/kampungdongeng)

☀ **Ayo Dongeng Indonesia**

Sebagai penyelenggara Festival Dongeng Internasional Indonesia, tak berlebihan rasanya kalau Ayo Dongeng Indonesia menjadi salah satu komunitas mendongeng terbesar di Indonesia.

Ayodongengindonesia.com

Instagram: [@ayodongeng_ind](https://www.instagram.com/ayodongeng_ind)

☀ **Rumah Dongeng Mentari**

Dengan memopulerkan kembali budaya bertutur, ‘rumah’ ini ingin menanamkan nilai integritas lewat dongeng. Salah satu tujuannya untuk memberantas budaya korupsi.

rumahdongengmentari.com

Instagram: [@rumahdongengmentari](https://www.instagram.com/rumahdongengmentari)

BUMN UNTUK
INDONESIA

mandiri
prioritas

dapatkan penawaran spesial*

dengan mandiri debit prioritas atau debit private

- Diskon 25%* biaya pemeriksaan USG payudara, mammografi, & bone densitometry
- Diskon 10%* biaya kamar rawat inap, pemeriksaan laboratorium, & radiologi
- Upgrade* kamar rawat inap dari VIP ke VVIP
- Harga spesial* paket MCU

Berlaku hingga 31 Desember 2020.



**Mitra
Keluarga**

life.love.laughter

*info: bmi.id/rsmitrapp

mandiri call 14000
www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri @bankmandiri
Bank Mandiri @bankmandiri



Bank Mandiri Terdaftar dan
Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



Bantu Memajukan Perbankan
Pemerintah LPS







BERBURU MASA LALU DALAM SEBUAH BUKU

Buku, bagi sebagian orang tidak hanya 'jendela' pengetahuan, tetapi juga jendela waktu.

Dalam setiap lembaran kertasnya, dalam buku tersimpan kenangan. Apalagi jika buku itu sudah berusia tua. Makin tua makin banyak kenangan di dalamnya. Meski kondisi kertasnya sudah rapuh, buku tua makin menarik bagi para penggemarnya. Tak sedikit para pemburu buku tua berani membayar mahal buku yang diincarnya. Karenanya, 'industri' dunia buku bekas, khususnya yang tua dan antik, selalu ada di setiap negara.

KISAH PARA PENGGILA BUKU

Bibliofila atau *bibliofilisme* adalah kecintaan terhadap buku. Sementara *bibliofil* adalah seorang individu yang mencintai buku. Inilah yang menjadi pasar bagi penjual buku langka. Bagi seorang bibliofil, kepemilikan buku lebih penting daripada isinya. Seorang bibliofil bisa membeli dengan harga fantastis atau bahkan mencuri buku langka karena sejarah, kisah, dan nilai dari buku itu. Hal ini dijelaskan oleh **Nicholas A. Basbanes**, penulis dan peneliti kebudayaan buku, dalam karyanya yang berjudul *A Gentle Madness*. Ia bercerita bahwa dunia mengenal banyak kolektor buku yang melakukan tindakan gila, mulai dari menggali kubur, mencuri, menipu, menyamar, sampai membunuh untuk memiliki manuskrip tertentu.



Catatan Da Vinci The Codex Leicester (Dikenal sebagai Codex Hammer)

Obsesi kolektor buku bisa menjadi cerita tersendiri, misalnya kisah tentang **Richard Heber** yang mengisi delapan rumahnya, empat di Inggris dan empat lain sisanya di berbagai benua, dengan buku-buku langka. Kegilaan para kolektor buku ini melahirkan lini bisnis yang usianya sama dengan obsesi pecandu buku, yaitu bisnis buku langka.

Salah satu buku yang paling langka dan paling banyak dicari oleh kolektor buku adalah Injil cetakan awal Guttenberg. Pada 1450, Guttenberg hanya mencetak 180 eksemplar. *Wall Street Journal* menyebutkan saat ini hanya beberapa saja yang masih bertahan dan terawat keberadaannya, kebanyakan disimpan museum dan kolektor. Jerman menjadi negara yang paling banyak menyimpan Injil Guttenberg dengan jumlah 12 buku dan disusul Amerika Serikat 11 buku.

Kitab suci ini adalah buku pertama yang dicetak dan diperbanyak ketika mesin cetak pertama kali ditemukan. Pada 22 Oktober 1987, sebuah alkitab Perjanjian Lama yang dicetak Guttenberg terjual pada seorang kolektor buku asal Jepang melalui balai lelang Christie's. Harga buku itu mencatatkan rekor penjualan tertinggi buku langka dengan nilai USD5,4 juta. Sang pemenang lelang, **Eiichi Kobayashi**, mengatakan buku itu dibeli untuk bisa dipamerkan pada publik, karena di Jepang tak ada satupun koleksi Guttenberg.

Pada 2015, *The Guardian* menulis bahwa fragmen atau bagian dari Injil Guttenberg laku dijual dengan harga USD970

'SURGA BUKU' YANG WAJIB DIKUNJUNGI

LIBRERIA ACQUA ALTA, Venesia

Buku-buku lawas di toko ini konon merupakan koleksi si empunya, Luigi Frizzo, yang didapat selama ia *traveling* ke berbagai negara. Ia menggunakan gondola tua sampai *bathtub* bekas untuk menata koleksinya. Tangga buku-buku tua di sisi lain menambah eksotis toko buku kecil ini.



Libreria Acqua Alta, Venesia

ribu. Padahal saat itu balai lelang Sotheby's memperkirakan harganya hanya mencapai USD500 ribu. Fragmen itu berisi delapan halaman dari bagian *Book of Esther*. Sebelumnya satu halaman bagian dari Injil Gutenberg laku terjual dengan harga USD55 ribu di Swann Galleries.

Sejak 1978, tak ada satupun Injil Gutenberg yang dijual utuh. Buku ini masih menjadi buku yang paling banyak dicari dan ditunggu oleh kolektor. Namun Injil Gutenberg bukanlah buku paling mahal di dunia. Pada 1994, catatan Da Vinci bertajuk *The Codex Leicester* (juga dikenal sebagai *Codex Hammer*) terjual dengan nilai USD30 juta kepada **Bill Gates**. Buku inilah yang hingga kini menjadi buku termahal di dunia.

INDONESIA PUNYA CERITA

Meski tak sefantastis cerita di luar negeri, dunia buku bekas di Indonesia juga mempunyai kisahnya sendiri. **Azmi Abubakar**, atau lebih dikenal dengan nama Daud, adalah salah satu nama yang harus disebut jika berbicara tentang dunia buku bekas di Indonesia. Azmi, pemilik toko Samudera Buku, meski sekarang sudah tidak berkecimpung dalam dunia buku bekas, tetapi ia pernah menggemparkan dunia buku bekas dengan memajang *Serat Centhini* klasik tulisan tangan dalam sebuah pameran buku dengan harga yang fantastis: Rp5 miliar! Sekarang *Serat Centhini* ia simpan dalam lemari besi di bank swasta.

Beberapa tahun lalu dunia buku bekas di Indonesia juga pernah digemparkan dengan 'keluar'-nya koleksi perpustakaan DPR RI. Tak tanggung-tanggung, buku-buku seberat hampir delapan ton itu berakhir di pasar buku loak Terminal Senen, Jakarta Pusat. Hanya dalam waktu satu bulan semua ludes! Sebab, hampir semua adalah 'buku babon'. Ini adalah sebutan untuk buku yang banyak diburu oleh para kolektor buku.

Ronald Edward Sitompoel—biasa disapa Edu, seorang pedagang buku bekas di Pasar Senen, mengisahkan hal tersebut. Dari ceritanya, tergambar alur dari mana buku-buku bekas itu berasal. Selain dari instansi yang melakukan proses *weeding* atau penyiangan koleksi buku, pada dasarnya, akar penopang peredaran buku bekas ini adalah para pengepul buku yang mengambil buku-buku bekas dari para tukang loak.

Sistem seperti ini berlaku di nyaris semua pedagang buku. Jangan salah, di tukang loak justru bisa ditemukan buku-buku bagus dengan harga yang sangat murah. Kalau sedang beruntung, para pengepul itu bisa menemukan buku-buku bekas koleksi para pejabat, atau malah orang terkenal. "Hal ini bisa terjadi karena kepemilikan buku di Indonesia itu belum mengenal regenerasi," ujar Edu. Ia lantas memberi contoh koleksi Adam Malik. Saat tokoh besar itu meninggal dunia, ia turut meninggalkan ribuan buku koleksinya. Dan tidak tahu persis alasannya, akhirnya



Shakespeare and Company, Paris

SHAKESPEARE AND COMPANY, Paris

Berdiri pada 1919, toko buku dengan desain antik ini banyak menarik minat pencinta buku dan para pelancong dunia. Toko buku ini identik dengan banyak tokoh sastrawan seperti Ernest Hemingway dan Jean Paul Sartre dan beberapa kali menjadi lokasi syuting film romantis.

ATLANTIS BOOKS, Santorini

Ketika Craig Walzer dan Oliver Wise berlibur ke Santorini namun tidak menemukan buku berbahasa Inggris, tercetuslah Atlantis Books. Kadang digelar acara pembacaan buku atau pesta dansa di sana. Terasnya yang menghadap ke laut cocok untuk menikmati momen tenggelamnya matahari.

buku itu berakhir di pasar loak. “Sebenarnya masih beruntung jatuhnya ke pedagang buku bekas. Setidaknya buku itu masih bisa dijual dan dikoleksi lagi. Kalau jatuh ke pengepul kertas, hanya akan jadi bubur kertas,” jelas Edu.

Hampir di setiap kota selalu ada pasar buku bekas. Tidak hanya di Indonesia, tetapi juga kota-kota besar di negara lain. Di Jakarta, ada beberapa sentra loakan buku yang masih ada sampai sekarang, antara lain: Terminal Senen, Kwitang, Blok M Square, Pasar Kenari Lama, dan Jatinegara. Di Bandung ada di Palasari, Jl. Cikapundung Timur, Jl. Dewi Sartika. Di Yogyakarta ada di Taman Pintar, Solo punya Pasar Buku Gladag dan Taman Sriwedari. Surabaya punya Kampung Ilmu, Malang punya Pasar Buku Wilis dan Velodrom, dan masih banyak kota lainnya.

Sejak 10 tahun terakhir, industri buku bekas Indonesia juga mengenal sistem penjualan *online*. Selain di *marketplace*, para pedagang buku juga menjajakan dagangannya di media sosial, seperti Instagram, Facebook, dan Twitter.

BUKU 'KIRI' YANG MENJUAL

Semenjak terjadi “*coup d'état*” Partai Komunis Indonesia pada tahun 1965, gerakan kiri di Indonesia dianggap sebagai musuh. Rezim Orde Baru melarang peredaran dan memberangus nyaris semua buku berhaluan kiri. Namun sejak rezim Orde Baru tumbang, maka berbondong-bondong orang mencari buku berhaluan kiri. Mendadak

buku Karl Marx, Pramoedya Ananta Toer, Tan Malaka, bahkan D.N Aidit, yang sebelumnya dilarang, menjadi populer.

Di dunia buku bekas, buku-buku kiri yang dulu dilarang dan diberangus sekarang malah menempati pangsa pasar premium. Harganya bisa mencapai ratusan ribu hingga ratusan juta per eksemplar. **Harri Gieb**, salah satu pedagang buku antik melalui akun @harrigieb, mengakui kalau buku kiri di zaman sekarang itu bisa berharga mahal. “Buku-buku kiri itu buku paling seksi di Indonesia,” katanya.

Menurut Gieb, buku kiri yang laku dengan cepat dan berharga mahal itu adalah buku atau dokumen kiri yang antik. Ia memberi contoh buku Tan Malaka yang berjudul *Dari Penjara ke Penjara*. Yang berharga mahal itu adalah cetakan-cetakan awal. Hal yang sama juga terjadi pada buku-buku Pramoedya Ananta Toer terbitan lama. Harganya bisa ratusan ribu hingga jutaan. “Buku kiri itu laku karena antiknya. Bukan soal pengetahuannya,” ujar Gieb.

Beberapa orang percaya, bahwa buku fisik akan habis ditelan kemajuan zaman. Atas nama kepraktisan, orang akan membaca buku digital. Jauh lebih ringan, ringkas, dan lebih murah. Plus, lebih ramah lingkungan. Tapi sepertinya kondisi itu tidak akan membawa pengaruh dalam industri buku antik. Meski secara statistik banyak toko buku fisik yang tutup di berbagai negara, beberapa toko buku antik di dunia tetap eksis karena mempunyai pasar yang setia dengan kegilaannya pada buku yang berbau masa lalu.

DENIZLER KITABEVI, Istanbul

Kalau mau berburu buku-buku lawas, poster, dan gambar dari abad ke-19 dan ke-20, peta dan ukiran, serta barang-barang antik, bolehlah datang ke sini. Letaknya ada di ujung selatan Istiklal Caddesi, Istanbul. Dindingnya penuh dengan pigura barang antik.

COW BOOKS, Nakameguro

Nakameguro adalah area perumahan pinggiran kota Meguro, Tokyo. Letaknya berjejer dengan toko-

toko lain di pinggir sungai. Ruangannya kecil dengan tatanan buku di rak-rak yang menempel ke tembok dan meja baca di tengah.

THE LAST BOOKSTORE, Los Angeles

Berdiri sejak tahun 2005, toko buku ini paling dikenal interiornya yang tak biasa. Tumpukan buku menghiasi segala sudut, mulai dari bentuk melengkung, melingkar, sampai jejeran buku-buku terbuka yang menggantung di rak bak burung terbang.



The Last Bookstore,
Los Angeles

menu dine in diskon **10%***
dengan mandiri debit prioritas atau debit private



Nikmati pula bonus produk berupa *loose tea* (50 mg) dan *tea infuser* senilai Rp285 ribu setiap pembelian minimal Rp1,5 juta khusus nasabah pemegang kartu mandiri debit prioritas dan private. Periode program hingga 31 Desember 2020.

**Segera bergabung menjadi nasabah mandiri prioritas,
dan dapatkan layanan khusus untuk Anda.**

Saatnya transaksi hemat, saatnya mandiri.

*Info: bmri.id/twgteapp

mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS



THE NEW ESPRESSO'S MOMENT

Dijuluki the new espresso, jamu menjadi salah satu minuman most wanted di masa pandemi Covid-19. Warisan leluhur ini telah menemukan kembali momennya.

Para pakar *marketing* memprediksi, minum jamu akan menjadi sebuah kenormalan baru selama dan pascapandemi Covid-19 nanti. Seperti minum kopi. Hal ini berkat pernyataan para ahli yang menyebutkan bahwa beberapa bahan jamu bisa menangkal virus Corona. Dosen Fakultas Farmasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, **Wahyu Dewi Tamayanti, Apt, MSc**, salah satunya.

Dalam sebuah diskusi daring, Dewi menyebutkan bahwa beberapa tanaman obat yang melalui rangkaian panjang penelitian terbukti bisa mengatasi infeksi virus yang paling dekat dengan penyebab Covid-19, yaitu virus influenza. "Kandungan beberapa tanaman obat tersebut bisa berfungsi sebagai antiviral, pendongkrak imunitas, antiinflamasi, atau untuk meningkatkan metabolisme," ucapnya.

Sesungguhnya, di awal tahun 2020 Kementerian Kesehatan RI sudah menyarankan masyarakat memanfaatkan obat tradisional berupa jamu, obat herbal terstandar, dan fitofarmaka untuk pemeliharaan kesehatan, pencegahan penyakit, dan perawatan kesehatan. Hal ini dituangkan di

dalam Surat Edaran Nomor HK.02.-02/IV.2243/2020 yang ditujukan kepada para kepala daerah di seluruh Indonesia.

Tak kurang, Presiden Joko Widodo sendiri juga turut mensosialisasikan kebiasaan minum jamu untuk menjaga kesehatan. Semua hal inilah yang membuat masyarakat kini melirik kembali minuman tradisional tersebut sebagai pencegahan infeksi virus Corona.

SEJARAH PANJANG JAMU

Jamu memiliki sejarah panjang dalam lingkup budaya tradisional Jawa. Kata jamu sendiri berasal dari dua kata Jawa Kuno; *djampi* (penyembuhan) dan *oesodo* (kesehatan). Sejarah jamu diperkuat dengan temuan artefak Cobek dan Ulekan yang saat ini disimpan di situs arkeologi Liyangan, Gunung Sindoro, Jawa Tengah. Juga di relief candi Borobudur, Prambanan, Brambang, dan sejumlah lokasi lainnya. Konon, di zaman dahulu, rahasia kesehatan dan kesaktian para pendekar dan petinggi kerajaan berasal dari latihan dan bantuan ramuan jamu.

Pada masa penjajahan Jepang tahun 1940-an dibentuk Komite Jamu Indonesia yang makin memopulerkan minuman jamu ke seluruh Indonesia. Mulai tahun 1970-an mulai berdiri perusahaan jamu dan terus berkembang hingga saat ini. Bentuk jamu ikut menyesuaikan dengan perkembangan teknologi—dari bentuk bubuk, tablet, hingga minuman kemasan sachet.

FAKTA MEDIS

Secara empiris bahan-bahan dalam jamu sudah terbukti membantu masyarakat kita untuk meningkatkan kesehatan dan sebagai obat penyembuh. Secara medis pun kini sudah banyak penelitian yang membuktikan khasiatnya. Studi oleh Sepide Mahluji dan tim pada 2013, misalnya,





menyimpulkan bahwa suplemen jahe yang dikonsumsi oral berhasil mengurangi peradangan pada pasien diabetes tipe 2. Suplemen jahe juga dapat mengurangi gangguan pencernaan, kembung, dan kram usus.

International Journal of Pharmacy and Pharmaceutical Sciences, menyebutkan, jamu beras kencur dapat membantu mengatasi gangguan pencernaan seperti sakit perut atau diare. Menurut penelitian yang dilakukan Universitas Tanjungpura Pontianak, jamu beras kencur dapat mencegah penyakit diabetes berkat kandungan fenolik yang berperan sebagai antioksidan.

Studi tahun 2012 yang dipublikasikan oleh *The American Journal of Cardiology* menemukan, mengonsumsi kunyit 4 gram per hari, 3 hari sebelum dan 5 hari setelah operasi pencangkakan *bypass* arteri koroner dapat mengurangi risiko serangan jantung sebesar 17 persen.

Ini baru tiga bahan jamu yang paling sering dimanfaatkan. Masih banyak bahan lain yang manfaat sehatnya sudah banyak juga dirasakan oleh masyarakat.

TRADISIONAL YANG KEKINIAN

Dikenal sebagai minuman tradisional, predikat tua dan tidak modern kadang melekat pada jamu. Rasanya yang getir bercampur sedikit asam jelas tidak sejalan dengan selera anak muda pada minuman kekinian yang semuanya serba manis.

Beberapa pengusaha jamu modern rupanya melihat kecenderungan ini. Mereka mencoba mengolah jamu, tidak lagi sebagai minuman tradisional tapi sebagai sebuah sajian minuman kekinian yang tetap menggunakan bahan-bahan alami, sehat, dan memiliki rasa yang enak.

Sebut saja, Suwe Ora Jamu. **Nova Dewi Setiabudi**, sang pemilik, mendirikan kafe jamu untuk memopulerkan minuman herbal ini ke kalangan anak muda. Ia kemudian membuat jamu secara *handmade* dengan cita rasa yang tidak kental dan pahit seperti jamu tradisional. Jamu buatannya juga disajikan dengan botol-botol menarik agar lebih cocok dengan target pasarnya. Ada delapan varian jamu yang diproduksi yaitu kunyit asem, wedang jahe, beras kencur, rosella, alang-alang, asem jawa, temulawak, dan kayu manis.

Ada pula Dailywell, jamu kemasan yang digagas dua anak muda, **Karen Christianti** dan **Pauline Christianti**. Berawal dari membuat ramuan jamu untuk konsumsi sendiri, bisnis jamu mereka berkembang lewat penjualan *online*. Target

pasar mereka difokuskan pada anak muda yang belum mau minum jamu untuk menjaga kesehatan. Kini produk Dailywell bisa ditemukan di sejumlah restoran dan berbagai pusat kebugaran. Varian jamu yang ditawarkan Dailywell masih terbatas, yaitu Lemon+, Tumeric dan Date Honey.



Yang paling 'berani' adalah Acaraki, sebuah kafe jamu modern yang digagas oleh **Jony Yuwono** pada tahun 2018. Dengan *tagline* *The Art of Jamu*, Acaraki menjual jamu sebagai bagian dari *lifestyle*, bukan menjual khasiatnya. Dengan mengambil inspirasi dari teknik penyeduhan kopi ala kafe, Acaraki mengadaptasi teknik serupa untuk jamunya. Dari teknik penyeduhan *pourover* (ekstraksi dengan menggunakan aliran air panas), *infusion* (ekstraksi dengan rendaman air panas), *manual espresso* (ekstraksi dengan air panas dan tekanan), dan belasan teknik penyeduhan lainnya. Bahkan, kafe yang berlokasi di Kota Tua dan Kemang, Jakarta ini juga menyajikan "jamu latte" untuk mengakrabkan anak muda minum jamu.

Jony yakin prospek jamu di masa depan akan terus meningkat, terutama semenjak pandemi Covid-19 yang membuat masyarakat global mencari cara alternatif untuk menjaga kesehatan. "Jamu sebagai warisan 'doa kesehatan' dari para leluhur perlu kita lestarikan agar 'doa kesehatan' ini dapat diwariskan kembali ke generasi akan datang," katanya.

BUMN UNTUK INDONESIA

mandiri
prioritas

living
the
amazing
with mandiri priority credit card

staycation
privilege

up to 6x
fiestapoin

airlines miles
redemption

Get it now by contacting your priority banking officer and enjoy various exclusive services and offers.



Info: bmrj.id/prioritas

mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id



Bank Mandiri Terbuka dan
Dinasia oleh Otoritas Jasa Keuangan





ASTON MARTIN VALHALLA
PENERUS SANG DEWA YANG
LEBIH *USER-FRIENDLY*

Sama-sama terinspirasi dari nama mitologi Nordik Kuno, mampukah hypercar ini menjadi penyempurna pendahulunya?

Baru-baru ini Aston Martin memperkenalkan Valhalla sebagai suksesor dari seri Valkyrie dan Valkyrie AMR Pro. Alih-alih membawa nama Valkyrie, hypercar ini mengusung nama yang seolah menegaskan posisinya sebagai regenerasi Valkyrie terbaik: Valhalla. Seperti pendahulunya, nama Valhalla berasal dari mitologi Nordik (Eropa Utara) yang merupakan rumah dari Dewa Odin, sosok yang dikenal sebagai ayah dari Zeus, sang Dewa Petir. Jadi, tidak berlebihan rasanya jika hypercar ini dilabeli sebagai "kelas dewa".

Berikut fakta-fakta seputar 'Penerus Sang Dewa' ini.



PALING CERDAS

Lahir dari kolaborasi Aston Martin dengan Red Bull Advanced Technologies dan Adrian Newey, hypercar ini memiliki *codename* "AM-RB 003" sebelum akhirnya diperkenalkan dengan nama Aston Martin Valhalla. Kelahirannya diklaim sebagai kolaborasi teknik yang paling cerdas dalam kemitraan di dunia otomotif.



ROAD-FRIENDLY

Dijuluki sebagai "Son of Valkyrie", Valhalla tetap membawa warisan dari sisi desain yang diturunkan pendahulunya, seperti pada metode konstruksi ringan dan aerodinamika. Ketika Valkyrie dihadirkan dengan kemampuan penuh untuk balapan, Valhalla disempurnakan untuk bisa digunakan setiap hari di jalan raya.

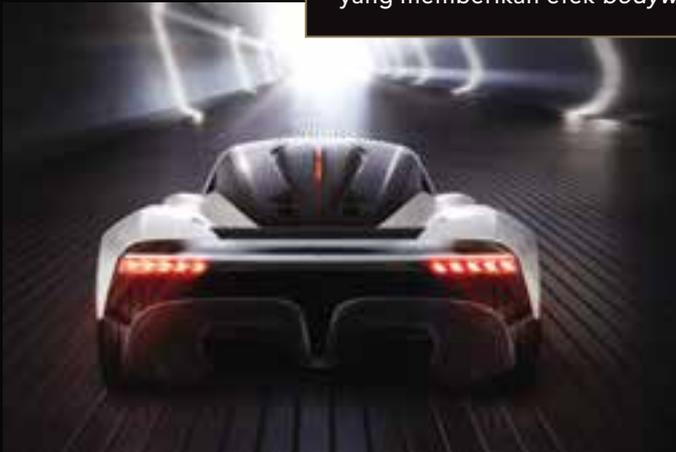
Sekalipun mengusung teknologi F1 yang otentik berbasis mesin turbocharged V-6 3.0 liter, Valhalla tetap setia pada etos teknik tanpa kompromi yang mempertimbangkan kemudahan dalam penggunaan, sehingga membuatnya terasa legal mengaspal di jalan raya.



PRODUKSI TERBATAS, MELUNCUR AKHIR 2021

Aston Martin rencananya akan memproduksi Valhalla pada akhir 2021 dengan jumlah yang sangat terbatas, yakni 500 unit saja dengan harga per unit USD1,5 juta atau sekitar Rp22 miliar. Itulah sebabnya, perusahaan ini baru merilis *render*-nya dan belum mengungkapkan detail paling menarik seperti tenaga dan torsi, meskipun diyakini akan membawa *output* gabungan dari generasi pendahulunya, yaitu sekitar 1.000 PS (735 kW dengan 986 hp).

Namun, pabrikan asal Inggris ini telah mengonfirmasi bahwa Valhalla akan menjadi kendaraan *hybrid* "nirkabel", bukan *plug-in* konvensional. Untuk mewujudkan bobotnya yang seberat 1.350 kg, pada struktur mobil ini menggunakan serat karbon yang memberikan efek *bodywork* yang ramping.



FITUR CANGGIH

Di balik kaca depannya, Valhalla memiliki kokpit canggih yang bisa menampung dua orang. Menggunakan material yang disebut sebagai "space-age", Aston Martin ingin menghadirkan interior yang minim dari distorsi selama dikemudikan. Sementara tepat di dekat kemudinya, terdapat layar yang membuat mataemudi tetap fokus di sekitar *dashboard*, sehingga tidak perlu berkeliaran ke segala sisi. Demi fokus mata yang presisi, Aston Martin meniadakan sistem *entertainment* tradisional pada Valhalla.

Tak hanya itu, *hypercar* ini juga bakal memiliki monitor detak jantung yang terpasang di roda kemudi dengan data yang ditampilkan pada *smartphone* yang terpasang di *dashboard*. Tentu saja dalam hal ini, konektivitas *bluetooth* tetap dibutuhkan, agar pengemudi bisa menerima panggilan telepon, memutar musik, dan menggunakan aplikasi navigasi dari *smartphone*.



SENJATA AKSI TERBARU JAMES BOND

Meskipun belum diproduksi, Valhalla akan tampil secara frontal di film terbaru James Bond, *No Time to Die* yang segera dirilis. Selain menjadi pelengkap keluarga Aston Martin lainnya seperti DB5, DBS Superleggera, dan V8 di film tersebut Valhalla juga bakal menambah aksi dan daya pikat James Bond.

VALHALLA VS VALKYRIE

Sebagai Son of Valkyrie, Valhalla tentunya masih memiliki DNA dari pendahulunya, terutama pada desain bodinya. Namun, semirip apa pun anak, tentu diharapkan akan lebih baik dari orang tuanya.

Berbeda dengan Valkyrie, Valhalla dihadirkan Aston Martin agar lebih *road-friendly* untuk penggunaan setiap hari. Berbicara mengenai performa mesin, seperti disebutkan sebelumnya, Aston Martin belum mengungkap detail dapur pacu yang bakal dibawa suksesor Valkyrie ini.

Namun, jika benar kelak Valhalla akan ditenagai mesin *twin-turbo V6 1.000 PS (735 kW dengan 986 hp)*, berarti performanya berada di bawah Valkyrie yang diketahui menggunakan mesin V12 berkapasitas 6,5 liter yang menghasilkan total 1.160 HP (865 kWh), di mana perputaran mesinnya bisa mencapai 11.100 rpm.

Dari sisi harga, Valkyrie jauh lebih mahal, yakni mencapai USD3,2 juta, melampaui dua kali lipatnya dari Valhalla yang dibanderol USD1,5 juta.

Meskipun terkesan sebagai *downgrade* dari Valkyrie, apakah Valhalla kehilangan daya tariknya? Tentu saja tidak! Karena memang keduanya dihadirkan dengan fokus dan segmen yang berbeda, di mana Valhalla lebih sebagai *daily driver*, sementara Valkyrie untuk mengaspal di arena balap.

Jika peruntukannya memang sebagai *supercar* yang ramah konsumen, tentunya Valhalla menjadi kendaraan yang sempurna. Bukan cuma dari sisi desainnya yang berkelas, dari sisi mesin dan teknologi *hybrid* yang dibawanya, tentu akan terasa kompetitif dibandingkan kendaraan di kelasnya.



Driven by Dreams.

Now the only thing between you and a Porsche
is a very well engineered door.

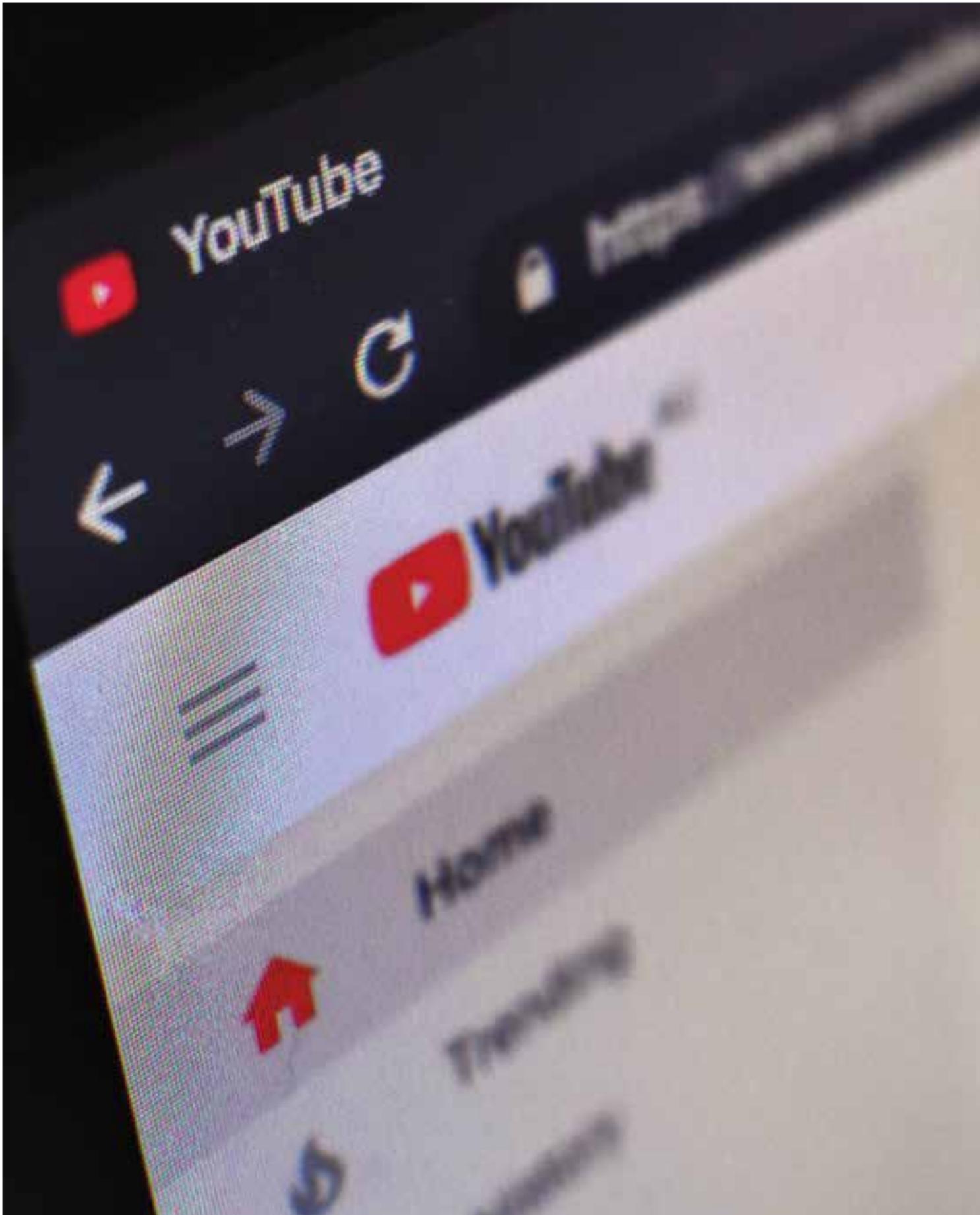



mandiri
tunas finance



PORSCHE


mandiri
prioritas



YANG MUDA YANG SUKSES DI DUNIA MAYA

Kreativitas dan kepiawaian mengolah konten menjadi penentu ketenaran di dunia maya.

Perubahan zaman memang bergulir makin cepat, terutama dengan kian berkembangnya teknologi *big data* dan koneksi internet. Banyak profesi baru yang muncul, di antaranya adalah pembuat konten, pemilik toko *online*, administrator media sosial, bintang kanal Youtube, dan lain sebagainya. Siapa yang menyangka bahwa profesi-profesi ini justru bisa meraih banyak uang dan ketenaran, bahkan mengalahkan profesi konvensional yang harus dirintis melalui jenjang pengalaman dan pendidikan tertentu. Berikut ini adalah beberapa nama yang melejit lewat kanal media sosial, yang layak mendapat apresiasi.

1. RYAN KAJI

Usia agaknya memang bukan menjadi penentu keberhasilan seseorang. Contoh nyata adalah Ryan Kaji yang usianya bahkan belum mencapai 10 tahun, tercatat sebagai YouTuber penghasilan tertinggi di dunia (hingga USD26 juta pada tahun 2019).

Ryan yang merupakan warga Texas, Amerika Serikat ini merintis keberhasilannya melalui kanal Youtube yang diisinya setiap hari dengan video-video sederhana khas anak-anak, antara lain video "unboxing", review mainan, juga vlog harian tentang kehidupannya. Salah satu video yang dikreasikannya, yang berjudul "Huge Eggs Surprise Toys Challenge" bahkan meraih dua miliar views hingga bulan Juni 2020 lalu, mengukuhkan video tersebut sebagai salah satu dari 60 video dengan penonton terbanyak di Youtube.

Berbekal *subscriber* hingga 25 juta orang dari seluruh dunia, Ryan yang menyajikan video khas anak-anak ini meraih pendapatan hingga USD11 juta pada tahun 2017, USD22 juta pada tahun 2018, dan USD26 juta pada tahun 2019. Kanal yang dikelolanya kini mulai dipersiapkan untuk disajikan dalam bahasa Spanyol dan Jepang agar mampu meraih semakin banyak penonton. Ryan pun banyak mendapat tawaran untuk merilis produk dengan namanya sendiri.



2. ATTA HALILINTAR

Indonesia patut berbangga karena juga punya bintang kanal Youtube yang berhasil merajai peringkat video paling banyak ditonton. Muhammad Attamimi Halilintar atau yang lebih dikenal dengan nama Atta Halilintar ini adalah bintang kanal YouTube, *influencer*, dan juga pengusaha lini *fashion* atas namanya sendiri. Atta yang usianya kini bahkan belum mencapai 30 tahun, hingga saat ini merupakan YouTuber dengan jumlah pengikut terbanyak di Asia dan penghasilannya berada di peringkat ke delapan terbesar di dunia.

Keberhasilannya ini memang bukan instan, karena sejak di usianya yang sangat muda, yaitu 11 tahun, Atta sudah belajar berbisnis dan mengolah kreativitas. Keluarga besarnya pun menarik untuk disaksikan, karena keluarga Atta merupakan sebuah keluarga besar, yaitu 11 kakak beradik, yang masing-masing punya keunikan dan kisahnya sendiri. Dari kejeliannya dalam berbisnis dan mengolah konten ini, Atta semakin memperkuat posisinya sebagai selebritas muda dengan penghasilan tinggi, yaitu Rp24 miliar per bulan.





3. BAIM WONG DAN PAULA VERHOEVEN (BAPAU)

Pasangan muda ini ternyata juga berhasil menyita perhatian penonton kanal Youtube, dengan jumlah pengikut saat ini yang sudah mencapai 14,4 juta orang. Baim yang mengawali karier di dunia seni peran dan Paula yang aktif sebagai model *catwalk* akhirnya menjajaki peran baru sebagai bintang kanal Youtube dengan konten-kontennya yang seru. Kabarnya, proyeksi pendapatan mereka per bulan adalah mencapai USD59.300 hingga USD 949.100, atau setara dengan Rp830,20 juta sampai Rp13,29 miliar.

Yang menjadikan kanal mereka menarik adalah pasangan ini selalu punya cara untuk berbagi kisah keseharian mereka, ditambah lagi dengan kehadiran putra mereka yang menggemaskan. Baim pun kadang cukup 'iseng' dengan membuat konten-konten mengejutkan, misalnya video *prank* dan candaan yang tidak membosankan, juga konten-konten bersifat kemanusiaan yang menggugah emosi.

4. JANG HANSOL (KOREA REOMIT)

Dengan merebaknya demam Korea di seluruh dunia termasuk Indonesia, pria asal Korea yang satu ini berhasil meraih keberhasilan menjadi Youtuber yang sampai saat ini kontennya terus mendapat sambutan positif, terutama oleh publik Indonesia.

Hansol menjadi menarik karena dirinya memiliki keunikan yang sulit ditiru orang lain, yaitu gaya bicaranya yang sangat kental Jawa Timur-an. Gaya bahasanya ini diperoleh saat dirinya tinggal di Malang, Jawa Timur, semenjak duduk di bangku sekolah dasar hingga SMA. Meski demikian, Hansol yang sekarang sudah kembali ke tanah airnya ini juga tidak meninggalkan budaya asli Korea, sehingga ia mampu berbagi kisah menarik dan informasi lainnya tentang Korea untuk para penggemar Korea di Indonesia, juga bertemu dengan Presiden RI Joko Widodo.

Berbekal cara bicaranya yang unik inilah, Hansol memantapkan diri menjadi "Orang Korea yang Medhok". Saat ini dirinya pun menjadi salah satu *influencer* untuk beberapa produk juga *marketplace*, sampai-sampai dirinya rela meninggalkan pekerjaan kantoran demi memperkuat statusnya sebagai bintang kanal Youtube, dengan penghasilan rata-rata Rp436 juta hingga Rp1,5 miliar per bulan.





DESAIN INTERIOR TATANAN BARU LAHIRKAN KONSEP BARU

Tantangan desain interior di era new normal: utamakan sehat dan fungsi, andalkan teknologi, dan tetap perhatikan estetika.

Baru-baru ini sejumlah perusahaan dunia mulai mendesain ulang ruangan kantor mereka seiring dimulainya era *new normal*. Cushman & Wakefield, perusahaan konsultan real estat raksasa Amerika Serikat, misalnya, merilis Six Feet Office atau Kantor Enam Kaki. Ini adalah konsep desain ruang kerja baru yang menerapkan jarak fisik antarkaryawan sejauh enam kaki atau sekitar 1,8 meter.

Apple dan Bloomberg setali tiga uang. Selain merancang ruangan kerja dengan koridor yang lebih luas, mereka juga menetapkan jarak antarmeja yang lebih lebar untuk karyawannya. Tidak tanggung-tanggung, untuk keperluan ini mereka menyewa konsultan Foster and Partners, firma arsitek terdepan di Britania Raya.

Perusahaan pengelolaan limbah Bee'ah di Sharjah, Uni Emirat Arab juga mendesain ulang kantor mereka. Gedung hasil desain Zaha Hadid Architects ini disebut-sebut akan menjadi contoh perkantoran masa depan. Dengan penggunaan teknologi, mereka mendesain jalur tanpa kontak yang mencegah karyawan menyentuh langsung interior gedung dengan tangan mereka. Penghuni kantor akan menggunakan sensor gerak dan pengenalan wajah untuk, misalnya, membuka pintu kantor atau lift.

Teknologi nirsentuh ini pula yang digunakan Facebook dalam melakukan eksperimen pembuatan meja yang memiliki layar virtual mengambang di atasnya. Dengan teknologi ini para karyawan bisa melakukan rapat virtual dengan tanpa menyentuh perangkat fisik di depannya. Facebook juga tengah mengerjakan apa yang mereka namakan "codec avatar", sebuah avatar virtual untuk para karyawan melakukan interaksi sosial seperti dalam dunia nyata.

BERDAMAI DENGAN CORONA

Seperti dalam film fiksi ilmiah, memang, dan ini akan lebih sering kita jumpai selama masa pandemi Covid-19 saat ini dan setelahnya nanti. Seperti juga sektor lainnya, bidang desain interior juga dituntut untuk melakukan penyesuaian dan pembaruan demi 'berdamai' dengan Coronavirus.

Untuk rumah tinggal, **Lloyd Alter**, Managing Editor Treehugger, dalam sebuah tulisannya merancang interior rumah masa depan dengan lebih memperhatikan kebutuhan protokol kesehatan. Kamar mandi yang biasanya di belakang, misalnya, akan pindah ke ruang depan. "Hingga beberapa bulan lalu hal ini tentu sangat aneh. Tapi di era Corona, inilah yang terbaik. Begitu Anda sampai di rumah dari bepergian, langsung membersihkan badan dan mencuci pakaian," urainya.

Lloyd juga menyebutkan bahwa sebaiknya desain rumah memperhatikan banyaknya sinar matahari yang masuk dan sirkulasi udara yang bagus dengan memperbanyak jendela dan ventilasi.

Dengan aktivitas *work from home* di era *new normal* maka kita akan lebih banyak menghabiskan waktu di dalam rumah. Karena itu, menurut **Adelinah Chandrarahardja** dari Himpunan Desainer Interior Indonesia (HDII), desain interior rumah pun akan banyak berubah. "Pertimbangan fungsional tentu akan lebih diutamakan, meski secara estetika juga tak boleh diabaikan, mengingat faktor psikologis seseorang







harus tetap terjaga ketika beradaptasi di era *new normal* ini,” katanya kepada *Mandiri Prioritas*.

Selain pencahayaan alami dan sirkulasi udara, lanjut Adel, area hijau juga akan menjadi fokus desain interior untuk rumah tinggal. Kita tahu, ketiga hal tersebut sangat memengaruhi dalam menjaga *mood* para penghuni rumah, sehingga cocok diterapkan di era *new normal* ini.

DESAIN INTERIOR 5.0

Secara umum, ditambahkan oleh pemilik konsultan desain interior A2J Design ini, tatanan kenormalan baru atau *new normal* akan memunculkan tren Desain Interior 5.0. Ini adalah era yang mengajak manusia menggunakan otaknya lebih jauh lagi dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tersedia. “Para desainer akan banyak menggunakan internet, AI (*artificial intelligence*), bot, dan lain-lain untuk membantu merancang karya-karyanya,” ujar Adel.

Dalam aplikasinya pun teknologi informasi juga akan diterapkan, terutama di gedung-gedung kantor, hotel, dan restoran. Untuk rapat, urusan keuangan, distribusi, dan lain-lain, teknologi ini sangat dibutuhkan di era *new normal*. Kita nanti juga akan terbiasa dengan kamera pemindai panas tubuh, *sanitizer* dan sanitasi ruangan otomatis, teknologi nirsentuh, serta *virtual meeting*. “Pada intinya, desain interior *new normal* akan lebih memprioritaskan kesehatan, memanfaatkan teknologi, mengutamakan fungsi, dan tetap memperhatikan estetika,” tandas Adel.

LENGGAPI DENGAN ADAPTASI KEBIASAAN

Adaptasi dalam hal desain interior kantor di era *new normal* dibuat untuk membuat para karyawan merasa tenang dan aman dalam bekerja. Namun demikian hal tersebut akan menjadi sia-sia jika para karyawan sendiri tidak melakukan adaptasi kebiasaan sesuai protokol kesehatan di tatanan kenormalan baru.

Oleh sebab itu perusahaan perlu juga membuat aturan bersama untuk dijalankan para karyawannya, sehingga mereka dapat terhindar dari penularan virus Corona, seperti diuraikan di laman khaleejtimes.com berikut:

- * Atur ruangan kerja karyawan sehingga memudahkan arus lalu lintas rekan kerja. Tambahkan penghalang fisik agar jarak antarorang terjaga.
- * Selalu rapikan meja dan simpan hanya barang-barang yang penting untuk membantu bekerja secara efisien.
- * Kenakan baju dengan bahan yang mudah dicuci. Siapkan disinfektan dan *hand sanitizer* di setiap meja kerja untuk membersihkan area kerja dan tangan secara teratur. Kalau perlu, atur *reminder* untuk mengingatkan saatnya cuci tangan dan membersihkan area kerja.
- * Pasang lebih banyak tanda secara umum di setiap bagian yang perlu, seperti marka untuk jaga jarak di lantai, dilarang menyentuh gagang pintu dengan tangan, dan sebagainya.
- * Mengadopsi apa yang dilakukan banyak rumah sakit selama pandemi, buatlah arus lalu lintas satu arah untuk meminimalisir kontak fisik.
- * Mengatur jadwal rapat dan waktu istirahat juga perlu dilakukan untuk menghindari kerumunan banyak orang.
- * Simpan detail kontak darurat yang mudah terlihat di meja kerja untuk digunakan ketika ada situasi darurat.
- * Setiap karyawan diharuskan menyediakan tisu sendiri di mejanya, juga tempat sampah yang dilapisi kantong plastik sehingga dapat dikosongkan tanpa menyentuh isinya.
- * Hindarkan beban kerja berlebih pada staf kebersihan dan keamanan untuk menjaga kesehatan mereka.
- * Jaga kesehatan pribadi dengan konsumsi makanan bergizi, tetap berolahraga, cukup tidur, dan minum vitamin untuk suplementasi kesehatan.



VIRTUAL PHOTOSHOOT, IDE CERDAS DI TENGAH PANDEMI

*Memadunya teknologi dan kreativitas melahirkan seni fotografi baru,
virtual photoshoot.*

Anjuran untuk tetap di rumah saja selama pandemi Covid-19 tidak mematahkan kreativitas sebagian kalangan. Meski tubuh 'dirumahkan', ide-ide kreatif di dalam kepala tetap bebas mengembara lintasruang. Dan salah satu hasil ide kreatif yang menyeruak di masa pandemi ini adalah *virtual photoshoot*.

Istilah *virtual photoshoot* merujuk pada kegiatan pemotretan yang dilakukan secara maya alias virtual. Di sini fotografer dan model atau objek foto tidak berada di satu lokasi layaknya sesi pemotretan pada umumnya. Karena posisinya di tempat yang berbeda, maka mata fotografer diwakili oleh kamera pada perangkat elektronik seperti *smartphone* atau laptop.

Jadi, foto yang diambil oleh fotografer sebenarnya adalah hasil tangkapan layar komputer laptop/desktop dari *video call* yang dilakukan bersama klien. Fotografer dapat saja menggunakan kamera profesional atau *smartphone* yang memiliki spesifikasi kamera yang mumpuni. Hasilnya? *Out of the box*.

MENDUNIA

Virtual photoshoot pertama kali diperkenalkan oleh seorang fotografer asal Florida Selatan, Amerika, **Kareem Virgo** yang bisnis fotografinya terkena imbas Covid-19. Ia bersama sang istri melakukan sesi pemotretan virtual dari rumah dan menyebarkan hasil pemotretan mereka melalui media sosial. Tak butuh waktu lama, hanya dalam beberapa minggu, hasil karya mereka menjadi tren dan sukses mendatangkan banyak klien yang ingin diambil gambarnya dengan teknik baru ini.



Dan seperti virus Corona yang menginfeksi seluruh dunia, *virtual photoshoot* pun setali tiga uang. Inovasi ini juga menyebar ke seluruh penjuru dunia, termasuk diadaptasi oleh para fotografer di Indonesia. **Michael Fabian Cools**, adalah salah satu fotografer muda Tanah Air yang hasil karyanya sudah tersebar di banyak akun media sosial milik selebritas. Sebut saja Raisa, Afgan, Nagita Slavina, Sophia Latjuba, Naura, Jihane Almira, Adinia Wirasti dan keluarga Baim Wong. Sejak melihat teknik pemotretan visual ini jadi tren di media sosial, Michael tertarik dan mulai mencoba bereksperimen dengan *style* dan caranya sendiri. Eksperimen fotografi yang dimulai sejak bulan April lalu berkembang menjadi karya apik yang berhasil mendatangkan wajah-wajah terkenal menjadi klien dan objek fotonya.

Menurut Michael, *skill* fotografi sangat berperan untuk menghasilkan karya foto yang unik di *virtual photoshoot*. "Menggunakan kamera apa pun bisa, mulai dari kamera profesional hingga kamera *smartphone*, selama digunakan dengan baik dan dengan *skill* yang mumpuni untuk menghasilkan *image* yang maksimal," jelas Michael.



Michael Fabian Cools



Mengingat prosesnya dilakukan lewat *video call*, Michael mengingatkan, unsur penting dalam *virtual photoshoot* adalah koneksi internet yang optimal. Hal itu perlu agar proses *video call* yang dilakukan tidak tersendat dan mampu menampilkan gambar secara baik. Berdasarkan pengalamannya, koneksi internet yang kurang stabil berperan sangat besar selama sesi pemotretan serta pada foto-foto yang dihasilkan.

Sebelum melakukan *shoot session*, ada beberapa persiapan yang harus dilakukan. Michael biasa mendiskusikan dahulu dengan klien mengenai konsep foto, pemilihan busana dan aksesori yang sesuai, serta properti tambahan yang mungkin diperlukan untuk mendapatkan hasil foto sesuai keinginan klien. Benda-benda yang ada di rumah seperti gelas bening dapat dimanfaatkan untuk mendapatkan efek blur pada hasil foto. Sedangkan properti lain seperti tanaman yang ada di rumah bisa digunakan untuk mempercantik hasil foto.

MANFAATKAN YANG ADA

Tidak seperti sesi pemotretan profesional lainnya, *virtual photoshoot* tidak memerlukan peralatan fotografi yang wah.

“Menggunakan kamera apa pun bisa, mulai dari kamera profesional hingga kamera *smartphone*.”

Seperti tadi sudah disebutkan, klien bisa memanfaatkan properti yang ada di rumah, seperti gelas dan tanaman. Begitu juga untuk pencahayaan, klien bisa menggunakan lampu atau *ringlight*, jika punya. Tapi untuk hasil foto yang unik, Michael lebih menyarankan penggunaan cahaya alami dari sinar matahari. Karena itu, diusahakan klien berada di ruangan dengan jendela atau mendapatkan pencahayaan matahari yang cukup.

Untuk mendapatkan pencahayaan matahari yang terbaik, pemotretan dilakukan pada pukul 10 pagi hingga 11 siang atau pada pukul 3 sampai 5 sore hari. Setiap sesi pemotretan, Michael biasa menghabiskan waktu 60 sampai 90 menit. "Lama pemotretan sangat bergantung pada koneksi internet," katanya. "Makin baik koneksi internetnya, makin sedikit waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan sesi pemotretan."

Dibandingkan dengan pemotretan profesional lainnya, diakui Michael hasil foto *virtual photoshoot* memang kurang dari segi kualitas. "Tapi hasil *virtual photoshoot* memiliki *vibe* dan *mood* yang berbeda dari hasil *photoshoot* pada umumnya," kata Michael. Hasil foto dari *virtual photoshoot* akan memiliki resolusi rendah sehingga terlihat kurang tajam. Namun kekurangan ini justru membuat foto berkesan *dreamy* dengan grid natural yang menjadi kelebihanannya.

SEMUA USIA MENIKMATI

Bila dilihat dari banyak foto hasil pemotretan visual yang bersliweran di Instagram, kebanyakan diambil dengan satu orang model/objek foto. Menurut Michael, *virtual photoshoot* bisa dilakukan dengan lebih dari satu model foto. "Jumlah orang sebagai objek foto





bisa sangat beragam. Kebetulan saya sudah mencoba foto *single portrait* sampai *family portrait* yang terdiri dari empat orang,” kata Michael. Layar laptop atau komputer yang berukuran relatif kecil bisa diatasi dengan teknik pengambilan gambar yang benar. Hal ini berpulang pada kemampuan dan *sense of art* yang dimiliki sang fotografer.

Meski populer di media sosial Instagram, pemotretan semacam ini ternyata juga disukai semua generasi. Layaknya sebuah tren, siapa saja dari golongan usia berapa pun dapat mengikuti tren yang sedang hangat asal, bersedia mencoba dan bereksperimen. “Kebetulan saya juga pernah melakukan *virtual photoshoot* dengan orang yang lebih senior dan mereka juga menikmati jalannya pemotretan,” kata Michael.

Bila Anda ingin mencoba sendiri *virtual photoshoot* sebagai hobi baru, Michael memberi sedikit tip untuk mendapatkan hasil memuaskan, “Selalu think out of the box, coba efek-efek baru, dan bereksperimen dengan style yang berbeda.” Hasil karya Michael dapat Anda lihat di akun Instagram @michaelcools.

TUTORIAL VIRTUAL PHOTOSHOOT DENGAN SMARTPHONE

TEMUKAN MODEL FOTO

Sebuah pemotretan tentu membutuhkan objek atau model foto. Anda bisa meminta bantuan teman untuk menjadi model. Diskusikan konsep foto yang ingin Anda lakukan, pastikan model sudah mengerti konsep foto yang diinginkan. Saat melakukan *video call*, Anda harus memberi arahan kepada model, misalnya ekspresi wajah yang ingin ditunjukkan, mengatur rambutnya, atau bagaimana menggunakan properti.

SIAPKAN LAPTOP DAN SMARTPHONE

Gadget seperti laptop/desktop dan *smartphone* adalah dua benda wajib saat melakukan pemotretan visual. Semakin bagus kualitas kamera *smartphone* Anda, maka hasil pemotretan juga akan semakin baik.

PASTIKAN KONEKSI INTERNET STABIL

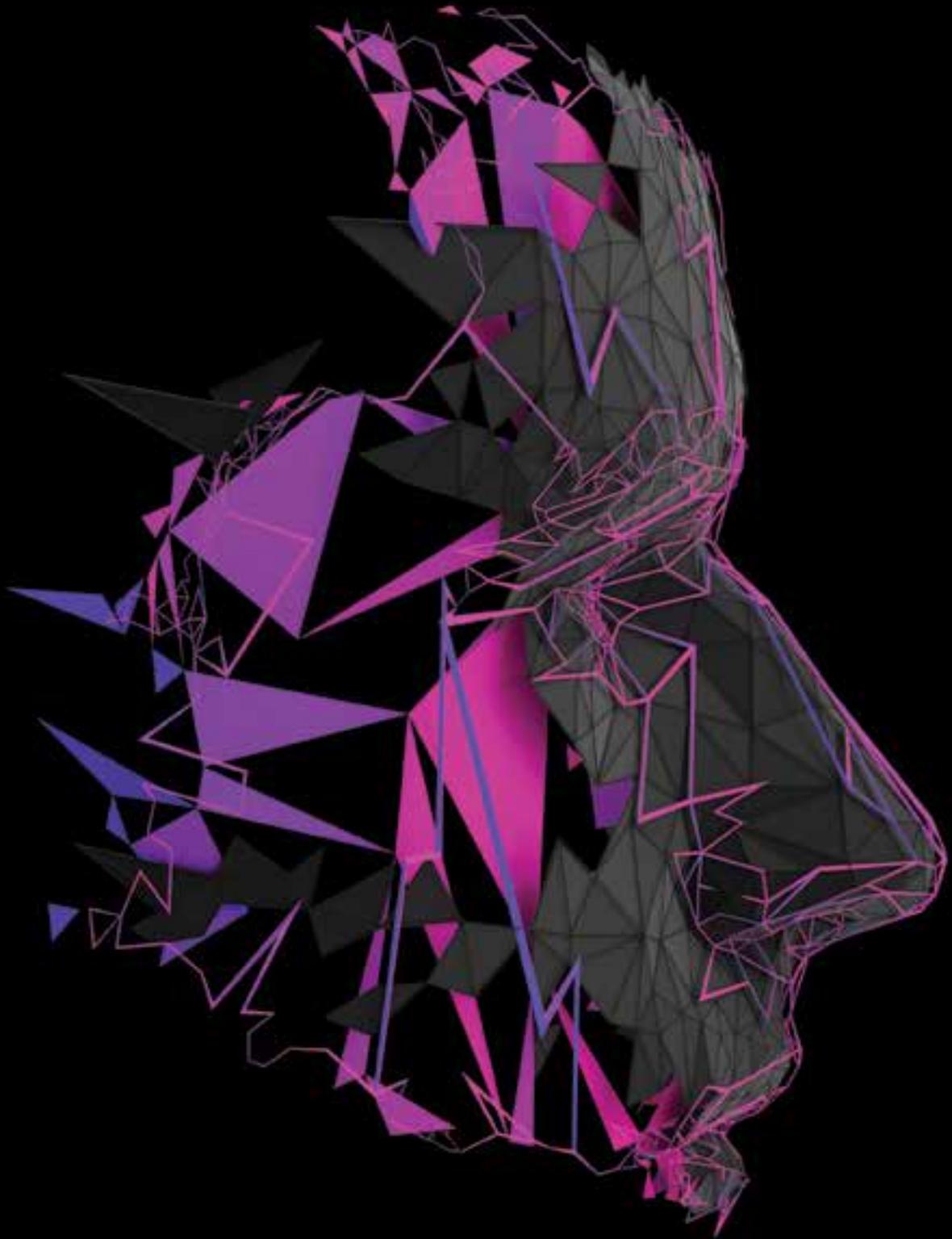
Karena prosesnya melalui *video call*, salah satu unsur penting dalam *virtual photoshoot* ini adalah koneksi internet yang optimal agar kualitas gambar yang dihasilkan tidak pecah. Jadi, pastikan koneksi internet Anda dan model cukup stabil.

SIAPKAN PROPERTI

Hasil foto *virtual photoshoot* akan kurang optimal jika *pixel* dari layar laptop Anda tampak terlalu jelas. Untuk menyiasatinya, gunakan properti sebagai *foreground*. Jika Anda pernah mendengar istilah *background*, maka pengertian *foreground* adalah kebalikannya. Properti *foreground* diletakkan di depan objek/model agar *pixel* dari layar laptop tidak terlalu terlihat. Alat-alat yang bisa dijadikan sebagai properti *foreground* cukup sederhana dan bisa ditemukan di rumah, seperti plastik bening, gelas, *bubble wrap*, dan lain-lain.

SESI PEMOTRETAN

Jika semua sudah siap, kini saatnya Anda mulai memotret dengan *smartphone*. Arahkan gaya modelnya sesuai kreativitas Anda. Pilih spot foto yang apik dan lakukan pemotretan saat pencahayaan matahari cukup.



TATKALA SENI DAN TEKNOLOGI MENYELARAS

Seni instalasi digital sangat diminati kalangan milenial saat ini. Potensinya perlu dieksplorasi lebih dalam lagi.

Sebagai kalangan yang *tech-savvy*, para milenial menempatkan teknologi bukan cuma sekadar *tools* yang mempermudah dalam beraktivitas dan berinteraksi, tetapi juga mencari inspirasi. Tak heran jika instalasi digital menjadi sebuah karya seni yang sangat diminati kalangan ini.

Sesuai namanya, instalasi adalah sebuah karya seni yang berkaitan dengan pemasangan (instalasi) sesuatu untuk dipamerkan. Mediumnya bisa berwujud dua atau tiga dimensi yang menciptakan realitas bermakna ketika melihatnya. Namun, tidak seperti seni lukis atau patung, seni instalasi harus dipasang dan disusun terlebih dahulu karena melibatkan banyak komponen benda seni bahkan di luar seni rupa.

Dari sejarahnya, seni instalasi diyakini sudah ada sejak tahun 1950-an dan berkembang di Amerika Serikat di tahun 1970-an yang merupakan bagian dari aliran *pop art*, ditandai dengan fenomena karya **Judy Pfaff** yang membuat taman di bawah laut dari ribuan jenis sampah.

Di Indonesia, seni instalasi juga hadir di era yang tidak jauh berbeda, tepatnya tahun 1975-an yang digawangi seniman **FX Harsono, Nyoman Nuarta, Munni Ardhi**, dan sebagainya.

FAVORIT MILENIAL

Dengan kemajuan teknologi, seni instalasi kini makin eksploratif tanpa batasan fisik dan transeden yang melibatkan kolaborasi seniman dengan para *geek*, seperti animator, arsitek, hingga *programmer*.

Menurut **Leo Silitonga**, Fair Director Art Moments Jakarta, kalangan milenial memang cenderung menyukai instalasi digital karena merupakan kalangan yang familiar dengan teknologi. Selain itu, dari sisi komersial kalangan ini memiliki potensi besar. "Bagi Art Moments

Jakarta sendiri, kalangan milenial itu pangsa pasar yang besar, ada sekitar 50% dari jumlah penduduk di Indonesia. Kalau tidak dirangkul dari sekarang, 10 tahun ke depan kita tidak akan dikenal," ujarnya.

Itulah sebabnya, Leo melanjutkan, sebisa mungkin galeri atau pameran seni harus melibatkan milenial. Dalam hal ini, Art Moments Jakarta sampai berkolaborasi dengan Jakarta Sneakers Day yang dikenal di kalangan milenial.

Meskipun *techno-savvy*, Leo beranggapan, pameran seni untuk kalangan milenial tidak disarankan untuk digelar secara virtual, sekalipun dalam kondisi pandemi Covid-19 seperti sekarang ini sesuatu yang virtual memang menjadi alternatif yang aman dalam menggelar berbagai pertunjukan termasuk pameran seni. "Selain butuh infrastruktur yang tidak murah, seni instalasi agak sulit dijadikan sebagai *virtual exhibition* karena kalau sudah berwujud 3D butuh pengalaman ruang yang agak sulit didapatkan secara virtual," ungkapnya.

Apalagi, menurut dia, menghadiri pameran seni saat ini merupakan ajang unjuk eksistensi yang membutuhkan interaksi dan sorotan dari orang lain. Sementara pada *virtual exhibition* tidak ada interaksi sehingga tidak ada persaingan dan permainan ego dari penikmat seni. "Jadi yang namanya virtual itu tidak ada *greget*-nya, tidak bisa memainkan ego pengunjung," dalih pria berkacamata ini.

INSTALASI DIGITAL DI DUNIA DAN INDONESIA

Sebagai *benchmark* dari kecanggihan seni instalasi digital, terdapat beberapa galeri di dunia. Di antaranya, Barbican's Curve Gallery di London, Inggris yang merupakan satu contoh sempurna display seni instalasi digital. Di sini





pengunjung bisa merasakan sensasi hujan-hujan tanpa kebasahan berkat *spotlight* yang besar untuk menciptakan pengalaman psikologis.

Selain itu, ada juga Whitney Museum of American Art di New York, AS yang merupakan agen seni digital terkemuka yang "mendaur ulang" karya seni dari 50 tahun ke belakang dengan melibatkan *coding* dan komputasi untuk menciptakan seni konseptual dari akhir tahun 1960-an.

Mundur ke belakang, di tahun 2013, **Leo Villareal** meluncurkan proyek instalasi termegah pada masanya yang membuat jembatan San Fransisco-Oakland Bay Bridge bertambah gemerlap dan indah sepanjang malam. Proyek yang bertitel "The Bay Light" ini berlangsung hingga dua tahun dengan menggunakan sebanyak 25.000 lampu LED yang terprogram secara individual untuk menghadirkan gerakan dan kerlap-kerlip yang membentuk pola tertentu.

Melakukan pemindaian alias scanning QR code lewat perangkat *smartphone* memang sudah menjadi umum sekarang ini. Tapi sebelum penggunaannya massal, seorang desainer **Sergei Tchoban** menghadirkan proyek bertitel "Russian Pavillion" di 2012 Architecture Biennale yang digelar di Venesia. Tchoban berhasil mengubah sebuah paviliun kuno penuh dengan QR code di bagian dinding, lantai, hingga atap. Pengunjung bisa melakukan pemindaian QR code tersebut untuk mendapatkan informasi mengenai Kota Skolkovo, Rusia.

Bagaimana dengan Indonesia? Negara ini memang terbelang sudah tidak awam dengan seni instalasi digital. Beberapa pameran telah diselenggarakan dan sejumlah

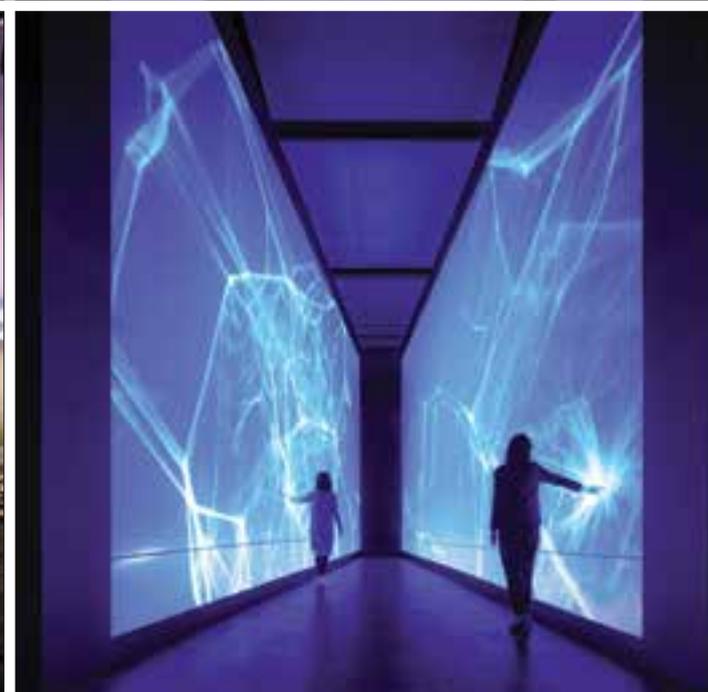
galeri juga menampilkan karya-karya seniman yang memiliki pakem ini. Salah satu yang tersohor dan viral belakangan ini adalah Museum Macan (Modern and Contemporary Art in Nusantara) yang berada di kawasan Kebon Jeruk, Jakarta. Di sini terdapat sekitar 90 karya seni rupa modern Indonesia dan juga kontemporer dari seluruh dunia.

Di antara koleksi yang ada, karya seniman Jepang, **Yayoi Kusama** yang bertitel "Infinity Mirrored Room" menjadi yang terpopuler. Pengunjung bisa merasakan sensasi interaktif di dalam ruangan yang penuh dengan lampu-lampu berwarna-warni reflektif.

MENGHAPUS KERAGUAN

Dengan begitu, apakah seni instalasi digital sepopuler itu? Tidak juga. Dengan potensinya yang besar, banyak museum dan galeri seni yang masih ragu menghadirkan instalasi digital sebagai salah satu *display*-nya. Hal ini dikarenakan masih ada keraguan mengenai kelestarian dari teknologi yang erat dengan perputaran zaman, selain kerumitan yang lebih sekadar dari proses produksi karya seni.

Padahal jika dilihat dari potensi kalangan milenial, seharusnya tidak ada lagi keraguan itu. Apalagi, di Indonesia sendiri saat ini sedang mengalami bonus demografi milenial, di mana usia produktif 15-64 tahun lebih banyak dibandingkan usia 15 tahun ke bawah dan 64 tahun ke atas. Dari kacamata ekonomi, tentu saja demografi ini bisa mendatangkan potensi komersial. Dan seni instalasi digital bisa menjadi salah satu jalannya.



KEMEWAHAN YANG NYAMAN DI ERA NEW NORMAL

Tak hanya sajian hidangan yang mewah, protokol kesehatan pun diterapkan secara ketat demi kenyamanan Anda.

Sejak awal bulan Maret 2020 lalu, seluruh dunia diguncang situasi besar, yaitu merebaknya virus Corona tipe baru yang hingga kini belum ditemukan penangkalnya. Pandemi Covid-19 yang meresahkan ini pun akhirnya menghadirkan tatanan baru dalam kehidupan, di antaranya adalah berbagai pembatasan yang harus dipatuhi demi menjaga kesehatan.

Meski demikian, sisi kenyamanan tentu tidak bisa diabaikan karena biar bagaimana pun semua orang tetap ingin dapat menjalani aktivitas dengan perasaan aman dan tenang. Menghadapi the *new normal* ini, kami ketengahkan dua rekomendasi tempat bersantap yang secara khusus menerapkan protokol kesehatan dengan sajian istimewa yang sayang untuk dilewatkan.

RAFFLES JAKARTA

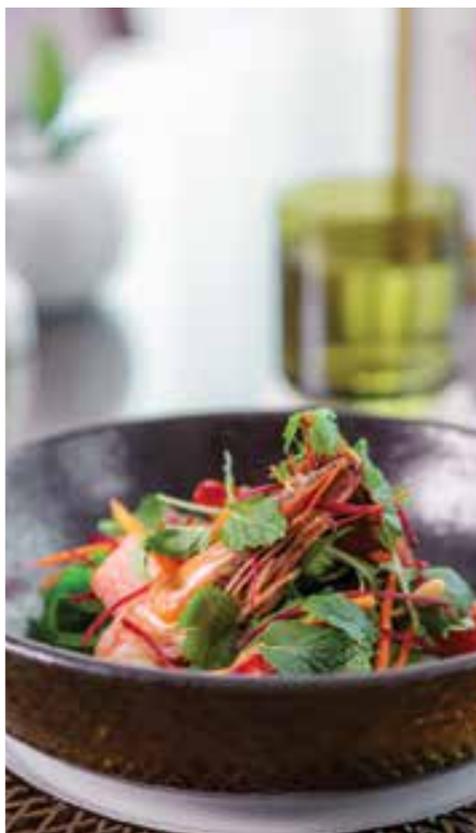
Secara khusus, hotel yang terletak di kawasan bergengsi Ciputra World 1, Jakarta Selatan ini memang tidak tanggung-tanggung dalam memastikan seluruh tamu yang hadir tetap aman dan nyaman. Raffles Jakarta memberi layanan eksklusif Private Dining dengan membuka Suite Room bagi mereka yang ingin bersantap secara lebih pribadi dan terjaga kebersihannya (higienis).

Penerapan protokol kesehatan pencegah Covid-19 di Raffles Jakarta, antara lain penggunaan masker dan *face shield*, sarung tangan, pemakaian *hand sanitizer*, dan meminimalkan sentuhan antar manusia. Perangkat digital pun digunakan untuk memesan makanan maupun kebutuhan lain sehingga setiap tamu cukup memindai QR Code yang tersedia melalui gawai pribadi.



Private Dining
Experience

RUEBEN



Sebagai pilihan menu santap yang membangkitkan selera, Raffles Jakarta merekomendasikan **Prawn Salad** sebagai hidangan pembuka. Udang besar yang dimasak dengan cara *poached* disajikan bersama salad papaya, daun bawang, daun ketumbar yang harum, lalu disiram saus wijen yang gurih lezat. Keseimbangan rasa dan komposisi bahan-bahannya membuat Anda seperti hendak diajak bertualang rasa.

Sajian selanjutnya adalah **Chicken Consomme**, yaitu *dumpling* isi daging ayam yang dihidangkan dengan sayuran kemudian disiram kaldu ayam yang gurih segar. Cita rasanya ringan dan cocok untuk 'menyambut' hidangan berat yang akan segera menjadi menu selanjutnya. Sebagai hidangan utama, **Slow-cooked Beef Short Ribs** memperkenalkan iga sapi empuk yang disajikan dengan *caramelized onion*, *smoked potato mousseline*, *kale*, jamur, dan *rice puff* yang renyah. Untuk penutupnya, ada **Eton Mess**, yaitu *dried meringue* yang disajikan dengan *diplomat cream* dan *raspberry compote*; cita rasanya yang manis membuat *meringue* cocok untuk menutup acara santap mewah yang mengesankan.

HOTEL INDONESIA KEMPINSKI JAKARTA

Hotel Indonesia Kempinski memang punya tempat spesial di hati bangsa Indonesia. Pasalnya, hotel yang diresmikan langsung oleh Proklamator Kemerdekaan RI, Ir. Soekarno pada tahun 1962 silam, hingga kini menjadi salah satu *landmark* ibukota yang terus dipertahankan keasliannya. Di berbagai sudutnya sangat tampak momen-momen bersejarah, mulai dari foto-foto hingga benda-benda ikonik tersimpan secara apik. Apalagi memasuki hari jadinya di bulan



Agustus lalu, Hotel Indonesia Kempinski terus berupaya menyajikan yang terbaik untuk seluruh tamu.

Signatures Restaurant adalah salah satu tempat bersantap kebanggaan dari hotel ini. Dengan ruang santap bersama yang sangat luas, Signatures memberi kenyamanan dan berbagai pilihan menu santap yang disajikan secara khusus oleh para *chef* profesional untuk menjamin kualitas dan penyajian yang istimewa.

Dalam penerapan *new normal*, Signatures membuka ruang santap *private* yang terletak di sisi ruang santap bersama. Seluruh meja dan perangkat makan selalu dibersihkan secara berkala sehingga meminimalkan kontaminasi. Seluruh petugas di restoran ini juga selalu mengenakan sarung tangan karet warna putih untuk menjamin kebersihan seluruh penyajian. Tak perlu khawatir dengan *cutleries* yang disiapkan di tempat ini, seluruhnya dikemas khusus dan hanya diberikan sejenak menjelang Anda bersantap.

Signatures menghadirkan beragam pilihan set menu hidangan menarik, baik dari sajian internasional maupun kuliner khas Indonesia yang tak pernah membosankan. Sebagai rekomendasi hidangan internasional, tempat ini menawarkan **Caesar Salad**, **Grilled Beef Rib Eye** dengan tingkat kematangan yang bisa disesuaikan dengan selera Anda, dan **Crème Brulee** sebagai hidangan penutup, atau Anda juga bisa menikmati **Mushroom Soup**, **Norwegian Salmon** yang sedap, dan **Fruit Salad**. Untuk hidangan khas Indonesia, tersedia **Selat Solo** yang gurih lezat, **Soto Lamongan**, **Ramesan Nasi Kuning**, dan yang paling unik, **Blue Pea Pudding** yang dibuat menggunakan bunga telang yang warnanya biru elegan.





KETIKA MEJA KERJA BUTUH 'ASUPAN' ENERGI

Menjadi salah satu tempat paling sering diakses di rumah sekarang ini, meja kerja butuh ‘asupan’ energi (chi) yang baik.

Salah satu hal terpenting untuk memberikan energi positif kepada meja kerja adalah menjaga agar selalu rapi dan tertata sehingga akan memberikan peruntungan baik bagi Anda. Selibuhnya, Anda bisa memperhatikan hal-hal berikut ini:

Material

Pilihannya beragam, namun yang terbaik adalah kayu karena bisa menjaga energi positif Anda. Bahan logam cocok untuk *shio* air dan unsur logam. Jika memilih bahan kaca, sebaiknya pasang tanaman tinggi untuk memerangkap energi karena permukaan meja kaca yang licin membuat energi tidak bisa bertahan lama. Untuk meja berbahan plastik, tambahkan berbagai elemen berwarna cerah.

Bentuk

Meja berbentuk persegi panjang akan memberikan energi untuk tumbuh dan berkembang yang sangat baik bagi bisnis atau karier Anda. Pilih yang bagian bawahnya terbuka agar energi mengalir lancar. Jika Anda bekerja di bidang kreatif dan selalu membutuhkan ide-ide segar, pilih bentuk meja setengah lingkaran. Letakkan kursi di dalam lingkaran, bukan di luarnya. Hindari bentuk oval, bundar, dan kotak. Meja kotak tidak mengalirkan energi, sedangkan meja bundar lebih cocok untuk keperluan rapat karena membuat energi mengalir untuk berpikir.

Warna

Warna putih dan abu-abu memberikan kejelasan, fokus, disiplin, dan kreativitas. Hitam berkaitan dengan konsentrasi dan keterbukaan pikiran, sedangkan hijau bersifat menjaga kebugaran, kreativitas, dan memberi ‘makan’ jiwa. Sementara biru memberi dukungan pada perkembangan dan kemajuan.

Posisi

Posisi terbaik adalah menghadap pintu. Jika tidak, tempatkan cermin sedemikian rupa sehingga Anda dapat



melihat pintu masuk. Dengan begitu, energi akan mengalir dengan mudah. Hindari meja kerja yang menghadap dinding atau jendela, sejajar atau membelakangi pintu.

Pencahayaan

Cahaya dipercaya dapat menjaga kesehatan mental, sehingga penting sumber cahaya di dekat meja. Tempatkan lampu di sebelah kiri atas untuk menarik banyak rezeki.

Penggunaan tanaman

Tanaman memiliki kemampuan untuk membenahi energi buruk. Anda bisa memilih berbagai tanaman ukuran kecil-sedang maupun sukulen. Jangan memilih tanaman merambat karena mengundang hal negatif. Tanaman yang dapat menjernihkan udara seperti lidah mertua sangat cocok diletakkan di atas meja kerja. Atau pot yang cantik dan cerah untuk membangkitkan energi.

KREASI KONTEN

Masa pandemi mendorong pribadi maupun korporasi menyerbu ranah digital. Kunci masuknya tentu dengan konten berkualitas, yang produksinya dibantu oleh perangkat yang mumpuni.



MENEKAN DISTORSI DEMI SUARA YANG JERNIH

Pada bagian belakang Rode Videomic Pro+ terdapat High Pass Filter untuk mengurangi suara-suara berfrekuensi tinggi seperti suara angin dan keramaian jalan raya. Sementara untuk mengontrol suara-suara berfrekuensi rendah yang sering bikin distorsi, ada Gain Control lengkap dengan *setting* -10dB dan +20dB.

Dengan menekan tombol On/Off dan dB beberapa kali, kita akan mengaktifkan Safety Channel. Fitur ini akan merekam suara apa adanya pada salah satu kanal suara, sementara satu kanal lainnya merekam suara 10 dB lebih rendah. Ini sangat membantu saat merekam suara dengan gaya *run and gun*. Kita jadi tidak perlu khawatir jika terjadi *peak* yang tidak diharapkan pada salah satu kanal, karena ada 'pengaman' rekaman pada kanal yang lain.



GESIT MENGKREASI KONTEN

Setelah RX100 menjadi salah satu kamera favorit para kreator konten, Sony merilis kamera saku ZV-1 yang memang berspesialisasi dalam urusan pembuatan konten, khususnya *vlog*. Untuk itu, terdapat fitur seperti *autofocus* supercepat dan mampu melakukan *autofocus* berdasar mata dan wajah pengguna. Tersedia pula fitur Background Defocus yang otomatis mengubah diafragma lensa ke bukaan paling besar untuk menghasilkan *blur* pada latar belakang.

Layar sentuh Sony ZV-1 fleksibel, dapat diputar dan dilipat. Ini tentunya akan sangat berguna saat proses pembuatan konten *vlog*. Tak ketinggalan, fitur penstabil optikal untuk menstabilkan gambar yang diambil, serta *mic* terintegrasi yang mampu menangkal suara bising dari area sekitar. Jika ingin menggunakan *mic* eksternal, terdapat port 3,5 mm untuk mengakomodasi kebutuhan tersebut. Dan, ada *hot shoe* untuk memasang aksesoris.



PRAKTIS DAN PORTABEL

Jika Anda ingin membuat konten video menggunakan *smartphone*, penggunaan gimbal (*stabilizer* eksternal) akan sangat membantu menghasilkan gambar yang lebih stabil. Terutama ketika Anda merekam sambil bergerak. Ditambah, Osmo Mobile 3 produksi DJI menghadirkan fitur Quick Roll untuk memutar orientasi dari potret ke *landscape* cukup dengan menekan tombol, tanpa perlu melepas perangkat seluler atau memutarnya secara manual. Praktis, kan?

Fitur ActiveTrack membuat perangkat ini mampu melacak dan menjaga subjek tetap di tengah *frame*. Ada pula tombol khusus untuk melakukan *zoom in* dan *out*, sehingga pengguna tidak perlu menyentuh layar ponsel untuk mengakses fungsi tersebut, dan terdapat opsi untuk menentukan kecepatan *zoom* sesuai keinginan. Tak kalah menarik, Osmo Mobile 3 punya aplikasi Mimo guna membantu Anda menciptakan konten yang lebih kreatif.



WORK SMART

Ingin memproduksi konten dengan *angle* gambar tidak biasa? Menggunakan *drone* tentunya bisa jadi salah satu pilihan. Perangkat ini bahkan kian cerdas. DJI Mavic Air 2, contohnya, dibekali fitur AirSense untuk mendeteksi apabila ada pesawat terbang di dekatnya, kemudian memperingatkan operator.

Pada bagian depan dan belakang Mavic Air 2 terdapat *obstacle sensor* untuk menghindari tabrakan. Di samping fitur autopilot, *drone* ini memiliki kemampuan *scene detection* yang dapat mengenali aneka tipe pemandangan berbeda seperti rumput, pepohonan, salju, langit biru, matahari terbit dan terbenam.

promo

Food & Beverages



10%

- Discount 10% untuk menu *dine in* di TWG Tea Salon khusus untuk pemegang Kartu Mandiri Debit Prioritas & Private.
- Dapatkan manfaat tambahan berupa *loose tea* (ukuran 50 gram) dan *tea infuser* (setara Rp285.000,-) untuk setiap minimum pembelian produk TWG Tea senilai Rp1.500.000 (satu juta lima ratus ribu rupiah) khusus untuk pemegang Kartu Mandiri Debit Prioritas & Private.

Berlaku sampai dengan 31 Desember 2020



SPECIAL PROMO

- Free 2 slices cake (any variant) untuk setiap pembelian cake dengan ukuran reguler (atau equivalen Rp74 ribu).
- Free 4 slices cake (any variant) untuk setiap pembelian cake dengan ukuran large (atau equivalen Rp148 ribu).

Berlaku sampai dengan 31 Mei 2021

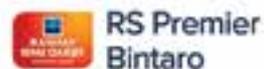
Hospital & Wellness



UP TO 10%

- Discount 10% (sepuluh persen) untuk paket MCU;
- Discount 10% (sepuluh persen) untuk biaya seluruh tipe kamar rawat;
- Discount 5% (lima persen) untuk biaya penunjang pemeriksaan lainnya, seperti: radiologi, fisioterapi, dan pemeriksaan laboratorium;
- Discount 5% (lima persen) untuk biaya pembelian obat, kecuali obat dengan harga di atas Rp1.000.000,- (satu juta Rupiah).

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020



UP TO 20%

- Fasilitas Antar Jemput dari Bandara Soekarno Hatta/Halim Perdanakusuma menuju RS Premier Bintaro untuk pasien Rawat Inap.
- Layanan pendampingan untuk Nasabah Prioritas dan Private Bank Mandiri oleh Premier Priority Liaison Officer di RS Premier Bintaro.
- Hemat 20% untuk fasilitas penunjang (MRI, CT Scan, Mammografi, Radiologi).
- Hemat 15% untuk tarif kamar perawatan (Kamar Rawat Inap) Khusus Tipe Kamar kelas 1 dan VIP.
- Free Upgrade Kelas Kamar Perawatan Untuk Tipe Kamar kelas 1 ke kamar kelas VIP.
- Hemat 15% untuk paket MCU (Tidak Berlaku untuk aplikasi Visa Bepergian).
- Free Biaya Ambulance untuk rawat inap.
 - Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020



SPECIAL PROMO

- Paket *Ultramage* dari harga Rp58.000.000,- menjadi Rp48.000.000,- (Free PRP)
- Paket *Ultherapy Quattro* dari harga Rp30.000.000,- menjadi Rp25.000.000,- (Free *Pure Intense White Facial*)
- Paket *Thermage* dari harga Rp40.000.000,- menjadi Rp30.000.000,- (Free IFR)
- Paket PRP *skin restoration set of 4* dari harga Rp25.000.000,- menjadi Rp18.500.000,- (Free Instalift)

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020



50%

Pemberian *discount* sebesar 50% untuk beberapa paket *treatment* (harga sudah termasuk pajak).

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020

Hospital & Wellness



UP TO **20%**

- Keringanan biaya 10% (sepuluh persen) untuk semua jenis pemeriksaan laboratorium per parameter yang dikerjakan sendiri oleh Laboratorium Klinik Prodia kecuali pemeriksaan yang dirujuk keluar oleh Laboratorium Klinik Prodia/tidak dikerjakan sendiri oleh Laboratorium Klinik Prodia.
- Keringanan biaya 15% (lima belas persen) untuk panel *wellness testing*.
 - Pemeriksaan EKG, Rontgen Thorax, Treadmill, USG Abdomen, dan Mammografi hanya berlaku pada cabang yang memiliki fasilitas tersebut.
- Keringanan biaya sebesar 15% (lima belas persen) untuk pemeriksaan di specialty clinic Prodia, seperti Prodia Children Health Centre, Prodia Women's Health Centre, dan Prodia Senior Health Centre.
- Program *tactical* berupa keringanan biaya sebesar 20% untuk paket pemeriksaan Prodia Nutrigenomics periode 1 Januari - 31 Maret 2020. Dimana harga dari pemeriksaan Prodia Nutrigenomics tahun 2020 sebelum diskon yaitu sebesar Rp7,000,000,- (Tujuh Juta Rupiah).

Berlaku sampai dengan 30 November 2020



UP TO **25%**

- a. Keringanan Biaya sebesar 25% untuk:
 - Pemeriksaan USG Payudara
Berlaku di seluruh lokasi RS Mitra Keluarga.
 - Pemeriksaan Mammografi
Hanya berlaku di RS Mitra Keluarga: Bekasi, Cibubur, Kelapa Gading, Kemayoran, Surabaya.
 - Paket Bone Densitometry
Hanya berlaku di RS Mitra Keluarga: Bekasi, Kemayoran, Surabaya.
 - b. Keringanan Biaya sebesar 10% untuk:
 - Biaya kamar rawat inap.
 - c. Gratis Upgrade kelas kamar rawat dari VIP ke VVIP
(jika kelas kamar VIP penuh dan selama kamar VVIP tersedia).
- d. Gratis layanan penjemputan ambulance ke RS Mitra Keluarga terdekat untuk pasien yang akan rawat inap (tergantung ketersediaan).
- e. *Special Price* untuk Paket MCU (Cardio Basic & Cardio Advanced).

Berlaku sampai dengan 31 Januari 2021



10%

- *Discount* sepuluh persen (10%) untuk seluruh paket Executive Health Screening berlaku di Gleneagles Hospital, Mount Elizabeth Hospital, Mount Elizabeth Novena Hospital, Parkway East Hospital, Paragon and The Arcade
- *Discount* lima persen (5%) untuk biaya rawat inap (tidak termasuk honor dokter, layanan di unit gawat darurat rumah sakit, biaya rawat jalan, pajak barang dan jasa serta barang non diskon termasuk namun tidak terbatas pada biaya kamar dan makanan pendamping, dialisa ginjal, layanan gizi, home care dan layanan non medis di rumah sakit). Untuk menghindari keraguan, diskon ini tidak dapat digabungkan dengan program diskon lain atau paket rumah sakit yang ditetapkan Parkway dari waktu ke waktu.
- Transportasi gratis dua kali dari dan ke bandara Singapura bagi Nasabah Mandiri yang akan menjalani rawat inap di Mount Elizabeth Hospital, Mount Elizabeth Novena Hospital, Gleneagles Hospital dan Parkway East Hospital ke rumah sakit tujuan dan sebaliknya. Pemberitahuan penggunaan layanan ini harus disampaikan minimal 2 hari kerja ke Pusat Bantuan Pasien Parkway untuk pengaturan.

Berlaku sampai dengan 31 Desember 2021



10%

- Nasabah pemegang Kartu Mandiri Debit Prioritas & Private secara otomatis akan menjadi member MMC Priority serta menikmati benefit/layanan sesuai katalog MMC Priority.
- *Special discount* sebesar 10% untuk seluruh paket Medical Check-Up.
- *Free Pick Up Ambulance* dari Bandara Soekarno Hatta Jakarta/Halim Perdanakusuma Jakarta ke RS MMC dengan terlebih dahulu melakukan reservasi selambatnya 2 hari sebelum kedatangan ke nomor telp (021) 5203435 Ext. 1040. Reservasi dapat dilakukan secara langsung oleh Nasabah atau melalui perwakilan Bank Mandiri Prioritas.
- *Free Upgrade Room* (dari kelas VIP ke VIP Deluxe, atau ke Grand Royal/Sujud Executive Ward, apabila kamar tersedia).

Berlaku sampai dengan 30 April 2021

airport services



airport executive lounge



airport handling



bandung
Bandara Husein Sastranegara
● Sapphire Lounge ✨

banjarmasin
Bandara Syamsudin Noor
● Concordia Executive Lounge ✨

batam
Bandara Hang Nadim
● El John Lounge ✨

denpasar
Bandara Ngurah Rai
● TG Lounge (Internasional) ✨
● Concordia Executive Lounge (Domestik) ✨

jakarta
Bandara Soekarno Hatta III Ultimate
● Sapphire Temporary Lounge (Gate 13) (Domestik) ✨
● Warung Koffie Batavia (Domestik) ✨
● Hongtang (Domestik) ✨
● Happy Chappy (Domestik) ✨
● Anomali Coffee (Domestik) ✨
● Waroeng Kita (Domestik) ✨

makassar
Bandara Sultan Hasanuddin
● Concordia Executive Lounge ✨

malang
Bandara Abdul Rachman Saleh
● East Java Executive Lounge ✨

manado
Bandara Sam Ratulangi
● Concordia Executive Lounge ✨

mataram
Bandara Internasional Lombok
● Concordia Executive Lounge ✨

medan
Bandara Kualanamu Domestik
● Excelsco Coffee ✨

padang
Bandara Minangkabau
● Banua Lounge ✨

pontianak
Bandara Supadio
● Blue Sky Premier Lounge ✨

semarang
Bandara Ahmad Yani
● Concordia Executive Lounge ✨

solo
Bandara Adi Sumarmo
● Concordia Executive Lounge ✨

surabaya
Bandara Juanda T2 Internasional
● Concordia Executive Lounge ✨
Bandara Juanda T2 Domestik
● Concordia Executive Lounge ✨

yogyakarta
Bandara Kulon Progo
● Concordia Executive Lounge ✨

✨ Layanan Airport Executive Lounge & Merchant Bandara sudah beroperasi kembali
✖ Layanan Airport Executive Lounge & Merchant Bandara ditutup sementara karena Covid-19

Untuk bandar udara yang memiliki lebih dari 1 Executive Lounge/Merchant Bandara, Nasabah Prioritas/Private hanya dapat menggunakan 1 pilihan Executive Lounge/Merchant Bandara untuk setiap kali penerbangan.

Sehubungan dengan sedang ditutupnya operasional Bandara Juanda Terminal 2 Surabaya, maka Nasabah dapat menikmati layanan di Concordia Lounge Bandara Juanda Terminal 1 Surabaya sampai dengan beroperasi kembalinya Bandara Juanda Terminal 2 Surabaya.



Pelayanan ini meliputi:

- ▶ Membantu check-in tiket dan pengurusan bagasi untuk penerbangan domestik & internasional.

Saat ini terdapat 2 lokasi fasilitas Airport Handling:

- ▶ Jakarta (Internasional Terminal 2D & Terminal 3 Ultimate)
- ▶ Surabaya (Domestik Terminal 1)



Pelayanan ini berupa perlindungan terhadap koper (luggage) nasabah dengan mekanisme plastik pembungkus.

Lokasi yang menyediakan fasilitas Baggage Wrapping:

- ▶ Bandara Soekarno Hatta Jakarta Terminal 1A dan 1B
- ▶ Bandara Soekarno Hatta Jakarta Terminal 2D, 2E dan 2F
- ▶ Bandara Ngurah Rai Bali
- ▶ Bandara Kualanamu Medan
- ▶ Bandara Juanda Surabaya
- ▶ Bandara Sultan Hasanuddin Makassar
- ▶ Bandara Internasional Sam Ratulangi Manado

diskon 50% weekend brunch*

dengan mandiri kartu kredit



JW MARRIOTT
JAKARTA

Dan bonus signature mocktail.
Periode program hingga 31 Oktober 2020.

*Info: bmri.id/hideawayatjw

mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan 



kepercayaan Anda penghargaan bagi kami



mandiri private selalu siap memberikan yang terbaik atas kepercayaan yang Anda berikan.

Info: bmrj.id/wealthawards

22
mandiri