

EMPOWERING ENTREPRENEUR

Money&I

VOL. 122 APR-MEI '20

ESRA MANURUNG

Dari yang tadinya mau bunuh diri, berhasil bangkit dan kini mulai berbagi

AYU UTAMI

Rosalie Cheese, Lahir Dari Sarapan Singkong Keju

N. SAMUEL ONGKOWIJAYA

Omzet miliaran, dimulai dari bisnis online di garasi

RUCITA PERMATASARI

MENGELOLA JARINGAN HOTEL, IA TERAPKAN INOVASI KULTUR LOKAL

Usianya masih sangat belia, namun sudah dipercaya untuk mengelola jaringan hotel yang berada di sejumlah kota di Indonesia. Selain itu, ia perlahan unjuk gigi di kancah politik. Ini kisah sepak terjangnya.



9 772087 597773

ISSN: 2087-5975

Rp. 32.500

WWW.MONEYINSIGHT.ID
MONTHLY MAGAZINE

BEDAH HEMOROID MINIM RASA SAKIT

Oleh : dr. I Wayan Wahyu Sutrisna, M.Biomed, Sp.B, FICS



Kebanyakan penanganan hemoroid (wasir) dilakukan dengan tindakan operasi secara konvensional. Dalam prosesnya, untuk membuang Jaringan pembuluh darah yang melebar di bagian anus dibuang melalui teknik bedah, namun teknik ini sekarang banyak dihindari karena menimbulkan rasa sakit yang cukup hebat pasca operasi dan proses penyembuhan luka yang cukup lama, serta lebih beresiko menimbulkan komplikasi. Banyak masyarakat menjadi enggan dan takut melakukan prosedur ini. Seiring dengan waktu ditemukan metode baru untuk penanganan hemoroid minim rasa sakit.

Ketahui Stadium Keparahan Hemoroid

Hemoroid merupakan suatu penyakit ditandai dengan adanya pelebaran pembuluh darah balik di daerah anus yang biasanya disebabkan oleh kebiasaan mengejan karena buang air besar keras atau karena duduk terlalu lama. Hal tersebut lama-kelamaan membuat aliran darah di daerah anus menjadi tidak lancar.

Beberapa faktor lain yang dapat memicu terjadinya hemoroid, antara lain obesitas, kehamilan, batuk kronis, usia lanjut, dan kebiasaan mengangkat beban berat. Kondisi ini dapat terjadi pada siapa saja, namun biasanya di alami oleh mereka mulai usia produktif sampai usia lanjut.

Pada tahap awal, kadang keluhan masih bersifat ringan dan tidak menimbulkan gejala yang serius yaitu :

- Pendarahan saat buang air besar yang berwarna merah terang.
- Terdapat lendir setelah buang air besar.
- Terjadi pembengkakan atau muncul benjolan kecil di liang anus.
- Nyeri, gatal-gatal, hingga kemerahan di sekitar anus.

Gejala-gejala hemoroid juga dibagi berdasarkan tingkat keparahan, yakni:

- Stadium 1: Dubur mengeluarkan darah.
- Stadium 2: Pembengkakan yang menimbulkan tonjolan keluar dari dubur, tetapi dapat kembali masuk sendiri jika terjadi kontraksi.
- Stadium 3: Tonjolan keluar dari dubur dan hanya dapat dimasukkan kembali dengan bantuan jari.
- Stadium 4: Tonjolan keluar dari dubur, menjadi permanen dan tidak dapat dimasukkan kembali dan pasien mengeluh nyeri hebat.

Teknik DG-HAL RAR

Metode baru penyembuhan hemoroid yang minim rasa sakit dilakukan dengan teknik *Doppler-Guided Hemorrhoid Artery Ligation-Recto Anal Repair* (DG-HAL RAR).

Metode DG-HAL RAR ini mampu mengatasi hemoroid secara invasif minimal tanpa pisau bedah melalui dari tingkat keparahan satu hingga empat.

Teknik DG-HAL RAR ini menggunakan *Doppler Ultrasound* sehingga proses deteksi jaringan pembuluh darah yang membesar menjadi lebih mudah. Spesialis bedah pun bisa langsung melakukan proses penjahitan tanpa pemotongan, yang mengurangi aliran darah ke daerah anus dan membantu hemoroid kempis dengan sendirinya.



Kelebihan DG-HAL RAR

Proses pengobatan hemoroid dengan teknik baru DG-HAL RAR ini mempunyai beberapa kelebihan yaitu:

- Tidak perlu memotong jaringan sehingga meminimalisir adanya luka sayatan dan rasa nyeri.
- Resiko komplikasi lebih rendah dan bebas dari kerusakan jaringan.
- Proses penyembuhan relatif lebih mudah dan cepat.
- Lama perawatan umumnya hanya satu hari, sehingga waktu pulang pasien lebih cepat.
- Pada hari ke-2 dan ke-3, pasien bisa kembali melakukan aktivitas seperti biasa.

Dengan kelebihan - kelebihan tersebut, banyak pasien hemoroid tidak hanya pulih lebih cepat, tetapi juga terhindar dari kambuhnya wasir di tahun pertama pasca operasi. Prosedur bedah hemoroid dengan metode baru tersebut telah tersedia di BIMC Hospital Nusa Dua, sehingga masyarakat di selatan Bali bisa mendapatkan layanan pengobatan hemoroid minim rasa sakit ini dengan mudah.



Poli Bedah Umum BIMC Hospital Nusa Dua

BIMC Hospital Nusa Dua memiliki fasilitas pelayanan poli bedah umum yang didukung oleh dokter spesialis dan perawat profesional serta teknologi procedural terkini. Layanan kesehatan kasus bedah di BIMC Hospital Nusa Dua meliputi :

• Kasus bedah minor

Misalnya tumor kulit dan bawah kulit, lipoma, fibroma, atheroma, ganglion dll.

• Kasus bedah mayor

Misalnya hernia, apendisitis, hemoroid, tumor jinak payudara, pembesaran prostat, kelainan congenital, kista higroma, hidrokel dan lain lain.

Prosedur bedah ditangani oleh spesialis bedah umum berpengalaman di BIMC Hospital Nusa Dua, yaitu dr. I Wayan Wahyu Sutrisna, M.Biomed, Sp. B, FICS praktek setiap hari senin hingga jumat pukul 10.00 s/d 17.00 WITA.

Untuk poli rawat jalan bedah umum, BIMC Hospital Nusa Dua melayani konsultasi dengan spesialis bedah dan kasus bedah minor. Sedangkan untuk kasus bedah mulai dari yang ringan sampai berat akan dilakukan tindakan di kamar operasi yang dapat direncanakan pada hari tertentu atau tindakan saat itu juga.

Untuk konfirmasi jadwal appointment dengan spesialis bedah umum di BIMC Hospital Nusa Dua melalui WhatsApp di +62 811 3896 113.



nusadua@bimcbali.com www.bimcbali.com

Kawasan ITDC Blok D. Nusa Dua 80363, Bali - Indonesia



Paket Operasi Hemoroid Rp 9,999,000

Sudah termasuk :

- Hanya untuk kondisi normal dan tanpa komplikasi (elektif - Non Cito Case)
- Sudah termasuk obat-obatan dan bahan habis pakai selama operasi
- Rawat inap selama 2 malam di Shared Room

Syarat dan ketentuan :

- Berlaku untuk Pasien nasabah asuransi
- Paket berlaku untuk pemegang KTP
- Paket berlaku hingga 31 Desember 2020
- Biaya diluar paket akan dibebankan secara terpisah dalam tagihan
- Paket hanya berlaku di BIMC Hospital Nusa Dua

www.bimcbali.com



COVER

Foto **Dok. Rucita Permatasari**
Desain oleh **Sahal Putra**

M&I™

MONEY&I MAGAZINE
AKUBANK Business School
Jl. Dewi Madri III
Denpasar - Bali
T. +62 821-4799-5505
literaturnegeri@gmail.com
www.moneyinsight.id

PUBLISHER

PT Literatur Negeri

EDITORIAL BOARD

Alex P. Chandra

MANAGING EDITOR

Arif Rahman
Indah Kencana Putri

COMMUNICATION

Kadek Pebriyanti

DESIGN & ART WORKING

Ida Bagus Baruna Luhur
Sahal Putra

KORESPONDEN

Rheza Alfian I Jakarta
Cucuk Espe I Jatim
Yeti Kartika Sari I Jatim
Angga Wijaya I Bali

For advertising enquiries please
send an email to :

Indah Kencana Putri
indahkencanaputri@gmail.com
M. 0812 2212 2931

For transfers and payments :
PT Literatur Negeri
BCA KCP Teuku Umar Denpasar
7680391216

Confirm / Info about transfer &
payment to :

Eka Putri Widyasari
ekaputriwidyasari@yahoo.com
M. 0878 6151 1609

@MNIImagz

Money&I Magazine

@moneyandimagz

From The Editor

Tetap di rumah, inilah himbuan yang kini marak di tanah air. Sejak merebaknya virus corona, Indonesia tengah berada pada status siaga. Pergerakan orang pun dibatasi, hal-hal yang bisa dikerjakan di rumah, sebaiknya dikerjakan di rumah, semata untuk menahan laju penularan ini. Melakukan isolasi mandiri demi memutus mata rantai kasus penyebaran juga dinilai bisa menekan angka penularan.

Namun sekalipun tinggal di rumah, bukan berarti tidak bisa produktif. Banyak hal yang masih bisa dioptimalisasi, terlebih dengan adanya teknologi yang kini mampu memutus jarak dan batas kerja. Kami pun berharap edisi ini bisa menjadi salah satu teman bacaan bagi Anda untuk belajar soal kewirausahaan.

Sekaligus, kami mengajak seluruh pembaca secara bersama-sama untuk melawan pandemik ini. Tingkatkan penjaagaan diri dan keluarga dengan membatasi kesempatan untuk melakukan interaksi dengan orang banyak, menjaga kebersihan dan rajin mencuci tangan, menjaga jarak ketika berinteraksi dengan orang lain, makan asupan bergizi, istirahat yang cukup dan berolahraga. Jika merasa kondisi kesehatan sedang tidak baik, segera kunjungi rumah sakit terdekat. Anggap saja kita juga sedang memberikan kesempatan kepada bumi untuk bernafas lebih lega dengan mengurangi polusi.

Semoga musibah ini segera berakhir, dan kami berharap Money&I Magazine dapat menjadi penawar kebosanan di masa-masa karantina ini. *We're all in this together. M&I*

Salam sehat untuk Anda dan keluarga,
Indah Kencana Putri

Money & I Magazine is published monthly by PT. Literatur Negeri, Jalan Dewi Madri III, Bali, Indonesia. Tel: +62 821 4402 1868. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any information storage or retrieval system without permission in writing from PT. Literatur Negeri. While the editors do their utmost to verify information published, they do not accept responsibility for its absolute accuracy.

Lengkapi momen Anda dengan diskon 40% di Arena Pub & Restaurant untuk nasabah The Royal dan Lestari First. Cukup tunjukkan e-card di aplikasi Lestari Diskon dan lakukan pembayaran dengan menggunakan scan QR Lestari Mobile

Arena adalah restoran keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1999. Citarasa makanan khas Amerika dan Asia menjadi idola di restoran yang sudah menjadi ikonik di daerah Sanur. Jika Anda mampir ke restoran yang sangat tenar ini, jangan lewatkan untuk mencicipi sajian steak dengan berbagai pilihan.

Pelayanan dan pilihan menu yang beragam serta harga yang terjangkau menjadi daya tarik dari restoran yang sudah eksis selama lebih dari 20 tahun ini. Kunjungi Arena Pub & Restaurant dan nikmati suasana yang nyaman sembari menghabiskan waktu bersama keluarga maupun teman-teman.

DISCOUNT
40%*



Arena Pub & Restaurant

Jl. By Pass Ngurah Rai No. 115, Denpasar Selatan, Bali
(0361) 287255 / 284184



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!



GET IT ON
Google Play

Download on the
App Store



Contents



Jl. Raya Puputan No.110 Denpasar - Bali

Sejak awal lahirnya resto Ayam Tulang Lunak Hayam di Denpasar tahun 2000, ATLHW tetap konsisten dengan menu utama ayam presto yg memiliki citarasa yang KHAS, nikmatnya meresap dan dapat DINIKMATI sampai ke TULANG SUMSUMNYA.. yang kaya akan KALSIUM dan ZAT BESI.



19

Interview Rucita Permatasari

Muda, cantik, berbakat dan peduli sosial. Menggambarkan sosok perempuan kelahiran Surabaya ini. Walau dengan usia yang masih muda, tapi ia sanggup membuktikan prestasinya dengan menjabat sebagai CEO salah satu grup hotel ternama di Indonesia. Ikuti kisahnya pada rubrik *Interview!*



24

Esra Manurung - Menjadi Wanita itu Menyenangkan!

Kehidupan yang penuh drama dan cobaan tak membuat Esra menyerah, dan tetap menjalani hidup hingga kesuksesan-pun menghampiri dirinya saat ini.



28

Ayu Utami Linggih - Rosalie Cheese, Lahir dari Sarapan Keju Singkong

Berawal dari kebiasaan sarapan orang tuanya keju dan singkong, membuat Ayu tercetus membuat panganan keju yang bisa dinikmati semua kalangan.



60

Fujishop - Bisnis yang Bermula dari Garasi Rumah

Kemandirian dan tekad yang kuat untuk membangun bisnis *online* yang hanya bermula dari garasi rumah, kini usahanya berkembang pesat dengan omzet yang menggiurkan.



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

Aneka menu pelengkap sebagai penunjang berupa bebek, bandeng presto, gurami dan aneka olahan sayuran dll yang tak kalah nikmat dapat anda NIKMATI BERSAMA KELUARGA & TEMAN TEMAN di lokasi baru area Renon dengan ruangan yang lega, nyaman, bersih dan PARKIR yang LUAS. Dukungan Lestari Diskon mewujudkan moto kami : "UNTUNG SEDIKIT LANGGANAN BANYAK" dengan diskon 40% Jadi tunggu apa lagi.?



DISCOUNT
40%*

Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!



Contributors



ALEX P CHANDRA
Entrepreneur

Memulai karir sebagai profesional banker di BCA selama 8 tahun sebelum akhirnya memutuskan untuk mendirikan bisnisnya sendiri BPR Lestari, perusahaan yang dibawahnya menjadi BPR terbesar di Bali dalam waktu 5 tahun.



BEN ABADI
Coach

Menciptakan seseorang untuk menjadi miliuner & pebisnis. Penulis buku laris yang sudah melatih lebih dari 200 pengusaha dan pemimpin dari ribuan sales. Misinya menciptakan miliader melalui training yang inovatif



PRIBADI BUDIONO
CEO BPR Lestari

Ulasannya erat terkait dengan kepemimpinan yang banyak diadopsi dari sejumlah pemikir besar. Memberikan alternatif solusi pada permasalahan yang kerap dihadapi bangsa ini khususnya yang ada di Bali.



SUZANA CHANDRA
Managing Director Kampoeng Villa

Smart Family adalah rubrik yang diasuh. Wanita yang pernah menimba pengalaman hidup di Australia ini dengan lugas memaparkan bagaimana kiat cerdas untuk mengelola investasi khususnya di bidang properti.

ALSO IN THIS EDITION

04 From the Editor :



12 Notes From A Friend

Money Can't Buy Me Love

oleh Alex P Chandra

38 Smart Family

OMG, Hand Sanitizer Kosong,

Masker Kosong, Gula juga

Kosong oleh Suzana Chandra

44 Leadership

Corona

oleh Pribadi Budiono

50 Coaching Clinic

World Class Manager

oleh Ben Abadi



58 Health
5 Kebiasaan untuk Tubuh dan Pikiran yang Sehat



DISCOUNT
40%*



Depot Gang Djangkrik

- Jalan Teuku Umar Barat No. 22 Denpasar - Bali
- Jalan ByPass Ngurah Rai, Jimbaran 99, Badung - Bali



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

Bagi pecinta Chinese Food di Denpasar, pasti sudah tidak asing dengan nama **Depot Gang Djangkrik. Restoran** ini setia memanjakan pengunjung dengan berbagai masakan *Chinese Food* khas Malang, yang kelezatan rasanya sudah diakui khalayak ramai sejak lima tahun lalu.

Dua restoran di Bali yang terletak di daerah Denpasar dan Nusa Dua ini adalah cabang dari Depot Gang Djangkrik Malang yang telah berdiri sejak 1968.

Anda bisa menikmati berbagai pilihan *Chinese Food* yang autentik dan hasil kreasi dari chef yang sekaligus merupakan generasi ketiga pemilik Depot Gang Djangkrik. Beberapa menu andalannya yakni Cwie Mie, Nasi Campur Gang Djangkrik dan Brokoli Sapi Lada Hitam.

Bagi Anda pemegang kartu privilege BPR Lestari, dapatkan diskon 40% di periode bulan **1 Februari 2020 - 30 April 2020**. *Untuk syarat dan ketentuan dapat dilihat di aplikasi Lestari Diskon.

Redaksi Money&I membuka kesempatan untuk Anda berpartisipasi lewat media ini, baik online maupun cetak. Kirimkan kolom ataupun opini mengenai isu ekonomi, profil pebisnis atau wirausahawan, cerita traveling atau tulisan non-berita, semacam esai atau tips. Tulisan tidak lebih dari 6000 karakter, orisinal, belum pernah dimuat di media lain, disertai dengan identitas atau biodata diri singkat. Kirimkan tulisan ke literaturnegeri@gmail.com. Setiap tulisan akan melalui proses kurasi, dan redaksi berhak menyunting serta melakukan penyesuaian seperlunya tanpa mengubah esensi isi dan pesan yang hendak disampaikan. Tersedia honorarium untuk tulisan yang dimuat. Kami tunggu karya Anda.

Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!



KIAT UNTUK KERJA DARI RUMAH DEMI KESTABILAN UMKM

Presiden Joko Widodo memberikan pidato resmi tentang himbauan bagi masyarakat Indonesia untuk melakukan kegiatan dari rumah guna menghindari penyebaran virus Corona yang kian masif di Indonesia

Hampir semua lapisan masyarakat harus berdiam dalam rumah untuk jangka waktu tertentu, tidak terkecuali para pengusaha. Bahkan, beberapa perusahaan besar seperti IBM, Microsoft, Google dan Facebook sudah memberlakukan sistem *work from home* demi kesehatan dan keselamatan karyawannya.

Selain perusahaan-perusahaan besar, para pengusaha UMKM juga turut terkena dampak virus tersebut. Mereka khawatir akan kestabilan bisnis mereka dan memilih untuk tetap mengurus bisnis mereka dari rumah.

Meski di rumah, para pengusaha diminta untuk tetap optimis di tengah kondisi ekonomi global yang sedang menurun. Hal ini juga turut disampaikan oleh menteri keuangan Indonesia, Sri Mulyani. Dalam acara CNBC Economy Outlook 2020, beliau menyampaikan, "pesan saya ke



pengusaha, tetap jaga optimisme tanpa menghilangkan kewaspadaan," seperti dikutip dari laman Bisnis.com.

Beruntung, teknologi yang semakin mutakhir memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk menjalankan usaha tanpa perlu keluar rumah. Berikut 3 cara mudah yang bisa dilakukan pengusaha agar tetap *cuan* tanpa ketakutan.

TERAPKAN KOMUNIKASI YANG INTENS DENGAN PELANGGAN ATAU KLIEN

Komunikasi menjadi kunci penting bagi pelaku usaha agar mereka memahami apa yang diinginkan pelanggan. Di masa sekarang, faktor komunikasi dipermudah berkat kehadiran teknologi dan internet yang membuat komunikasi bisa terjalin tanpa melihat faktor geografis.

Untuk itu, manfaatkan aplikasi dan *software* yang ada. Di zaman sekarang, aplikasi *messenger* telah dilengkapi dengan teknologi *voice call* dan *video*

call berbasis *mobile data* sehingga, komunikasi bisa tetap terjalin sambil bertatap muka tanpa perlu bertemu.

MANFAATKAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN BISNIS ANDA

Keberadaan media sosial harus dimanfaatkan dengan maksimal untuk memasarkan bisnis. Para pelaku usaha

berjalan dengan baik berkat pemasaran lewat media sosial sehingga, masih lancar di tengah ekonomi global yang sedang lesu.

DIGITALISASI BISNIS ANDA

Era digital menghadirkan kemudahan bagi para pelaku usaha untuk mengelola usaha. Digitalisasi bisnis menjadi pilihan penting untuk meningkatkan performa bisnis sekaligus mengembangkan bisnis Anda. Ini 3 alasan yang harus Anda ketahui mengenai pentingnya digitalisasi bisnis.

Pertama, digitalisasi bisnis meringkas proses pekerjaan sehingga, lebih hemat waktu dan efisien. Dengan begitu, pemilik usaha dapat menghemat waktu dan menggunakannya untuk hal yang lebih penting.

Kedua, pelaku usaha dapat meminimalisir kesalahan dalam pekerjaan dengan menggunakan *software* bisnis. Dengan begitu, kualitas pekerjaan terjaga dan membantu kita dalam mengambil keputusan yang baik bagi perusahaan.

Terakhir, kemajuan teknologi mempermudah pengelolaan dalam banyak hal, salah satunya adalah pembuatan *invoice*. Meski terkesan simpel, *invoice* merupakan salah satu elemen dalam bisnis yang memiliki intensitas penggunaan sangat tinggi.

Saat ini, *software digital invoice* membuat waktu pengiriman *invoice* lebih cepat dan mudah karena bisa dikirim lewat *email* atau aplikasi *messenger* seperti Whatsapp.



Sumber : Freepik.com

Selain itu, digital *invoice* juga membantu pengusaha untuk meminimalisir *budget* operasional bisnis karena, pengusaha bisa melakukannya sendiri. Hal ini tidak dapat ditemukan pada *invoice* konvensional.

Salah satu pengusaha UMKM di Jakarta yang bergerak di bidang percetakan, Bapak Andre mengaku kalau digital *invoice* membawa keuntungan bagi bisnisnya. Ia bisa mengirim *invoice* langsung lewat *email* atau Whatsapp tanpa menggunakan jasa kurir yang bisa memakan waktu lama dan perlu membayar ongkos kirimnya.

Hal ini sangat penting saat ini di mana, orang-orang enggan keluar rumah untuk *social distancing*. Yang terpenting, Pak Andre bisa menggunakannya secara cuma-cuma dengan Paper.id.

Paper.id merupakan *platform* bisnis digital gratis #1 di Indonesia yang berkomitmen untuk membantu UMKM di Indonesia dalam mendigitalisasikan bisnis mereka.

M&I



Alex P. Chandra
 @alex_lestari
 Komisaris BPR Lestari &
 Founder of Lestari Group
 www.alexpchandra.com

“ ..memberi kepada orang lain, menjadi bermanfaat membuat kita lebih berbahagia. Dan tidak perlu kaya dulu untuk mulai memberi. Jadi siapa bilang ‘money can’t buy happiness’? Into a certain level it certainly does”



Sumber Foto : Freepik.com

Money Can't Buy Me Love..

Uang tidak bisa membeli kebahagiaan. Tapi kalau kata teman dan coach saya Tung Desem Waringin, “kalau kaya saja enggak bisa bahagia, apalagi tidak punya uang.”

Jadi sampai di sini sebaiknya kita tidak lagi dipertangkan mengenai kaya namun sengsara, atau memilih miskin

tapi bahagia. Pertanyaan yang lebih baik adalah bagaimana caranya bahagia, kaya dan berguna.

Toni Robbins dalam bukunya ‘Money : Master The Game’, mengatakan bahwa rahasianya ‘true happiness’ bukan terletak pada berapa banyaknya uang kita, namun terletak pada bagaimana caranya uang itu dipakai.

Terbukti belanja dan *spending money* bisa memberikan kebahagiaan. Bayangkan betapa senangnya ketika kita membeli mobil baru, atau sepulang belanja *borongan* karena ada diskon, dan seterusnya.

Namun ternyata ada cara lain yang lebih meningkatkan level kebahagiaan dibandingkan dengan sekedar membeli sebuah benda.

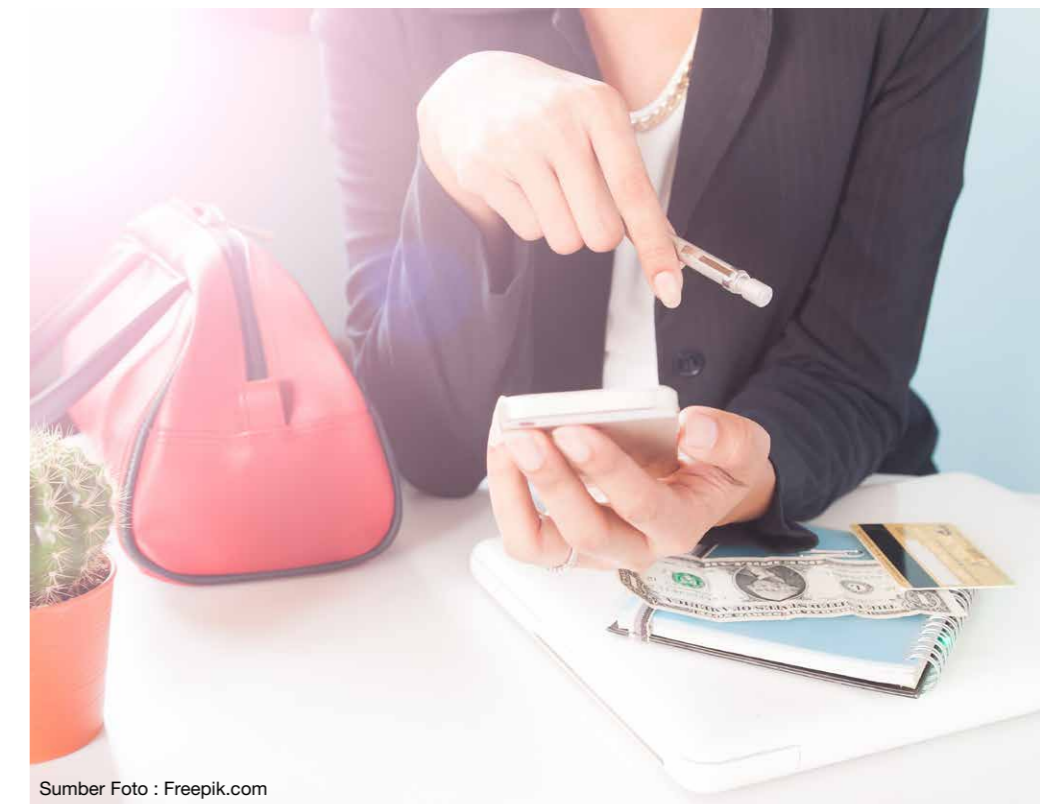
(1) MEMBELI PENGALAMAN. Makanya *traveling* lebih menyenangkan daripada sekedar membeli sesuatu. Belajar sesuatu yang baru ternyata lebih membahagiakan. Kesenangannya bertahan lebih lama daripada sekedar belanja.



Kesenangan yang kita dapatkan dengan memberi bertahan lebih lama lagi, dengan menuliskan kembali pengalaman ini saja, saya merasa kembali bahagia.”

(2) MEMBELI WAKTU. Jika uang yang kita punya dibelanjakan dengan meng-*outsource* pekerjaan. Kita membeli waktu. Misalnya, mempekerjakan tukang kebun (kecuali Anda memang suka berkebun sendiri), mempekerjakan tukang masak

(kecuali Anda suka memasak, atau memasak buat keluarga sesekali sebagai hobi), mempekerjakan sopir buat merawat mobil dan seterusnya. Jangan coba memperbaiki genteng bocor sendiri. Selain karena kualitas kerjanya tidak



Sumber Foto : Freepik.com

sebaik ahlinya. Kedua, kalau terjatuh malah jadi tambah runyam.

Dengan membeli waktu, kita bisa melakukan hal yang lebih sesuai dengan kegemaran. Dan lagi, ini akan memberikan tambahan pekerjaan buat orang lain yang membutuhkan.

Dengan membeli waktu kita akan lebih bahagia, jangan pelit soal ini.

(3) MEMBERI. Suatu ketika saya melihat tukang parkir perempuan. Saya pikir jarang tukang parkir perempuan, si ibu ini rajin sekali. Saya memberinya uang parkir Rp. 50 ribu.

Ketika si ibu tukang parkir hendak memberikan kembalian, saya bilang tidak perlu. "Simpan saja buat ibu," kata saya.

Dia agak terkejut. Kemudian dengan agak berkaca-kaca berkata, "terima kasih bapak, semoga bapak tambah sukses."

Nah lho, saya jadi didoain sukses sama ibu tukang parkir.

Di mobil I feel happy. Not just happy, I feel blessed. Uang saya hari ini bermanfaat buat orang lain. Mungkin si ibu bisa membeli kue-kue tambahan buat anaknya sepulang kerja nanti.

Kesenangan yang kita dapatkan dengan memberi bertahan lebih lama lagi, dengan menuliskan kembali pengalaman ini saja, saya merasa kembali bahagia.

Jadi saya bisa bersaksi, seperti yang Toni Robbins katakan, memberi kepada orang lain, menjadi manfaat yang juga membuat kita lebih bahagia. Dan tidak perlu kaya dulu untuk mulai memberi.

Jadi siapa bilang, 'money can't buy happiness'? *Into a certain level it certainly does.* **M&I**



Sumber Foto : Freepik.com



DNI
SKIN CENTRE

DNI SKIN CENTRE
- Jalan Raya Puputan No.70 Renon, Denpasar - Bali
- Jalan ByPass Ngurah Rai No.74 Kedonganan, Badung - Bali

DISCOUNT
40%*

DNI Skin Centre Indonesia
Dermatology, Nature-Inspired.

DNI Skin Centre Indonesia telah mengubah industri klinik spesialis kulit yang dulu kaku menjadi kekinian. Semua orang berhak mendapatkan perawatan yang efektif agar bisa tampil kemilau. Sejak dasawarsa terakhir, dr. Darma memperjuangkan konsep tersebut yang diawali ayahnya untuk menyediakan produk dan perawatan kulit yang dapat dijangkau semua kalangan masyarakat.

Semangat dan kepedulian tersebut menjadikan DNI klinik spesialis kulit terbesar di Bali, yang hadir di hampir seluruh kabupaten di Bali dan kota kota besar di Indonesia. Dengan produk dan perawatan berdasarkan riset ilmiah yang mampu mengatasi masalah kulit seperti jerawat, flek, varises, bekas luka dan kulit kusam, DNI dapat membuat semua tampil lebih muda, segar dan lebih percaya diri.

Tampilkan kemilaumu pada dunia.
Reveal Your Glow.



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266



Dr. dr. I Gusti Nyoman Darmaputra, Sp.KK, FINSDV, FAADV

Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!





SENI MEMBUAT HIDUP JADI LEBIH RINGAN

Oleh :
Francine Jay

Buku ini semacam resep minimalisme bagi pembaca, baik yang sedang membereskan buku, tas, sepatu atau seprei. Memberikan saran dan inspirasi pada pembaca yang boleh dibaca tanpa berurutan menyesuaikan kebutuhan.

Bagian pertama buku ini menunjukkan bagaimana cara mengurangi barang-barang yang ada di rumah. Dengan menyederhanakan lingkungan yang kita huni merupakan langkah pertama untuk hidup lebih ringan, yaitu dengan ruangan terbuka dan dialiri udara segar membuat hidup lebih tenang dan bersemangat.

Dijelaskan buku ini bahwa sebenarnya benda-benda yang kita miliki bisa memicu emosi luar biasa kuat. Maka merapikan dan membersihkan barang bisa mengurai keadaan isi kepala kita yang ruwet, sehingga jiwa raga didorong berjalan ke arah kondisi yang lebih sehat. Konsep Mulai dari nol ini disebut penulis sanggup

mendobrak kebuntuan. Jika sempat, setelah menurunkan barang, ada baiknya kita mengagumi sejenak ruang yang kian lengang itu. Sembari membayangkan indahnya area tersebut tanpa benda apa pun yang berdesakan memenuhi. Barangkali akan muncul juga perasaan tak ingin mengembalikan lagi barang-barang yang sudah kita keluarkan ke tempatnya. Itu berarti tidak membutuhkan wadah penyimpanan lagi karena sedikitnya barang yang sudah kita kurasi. Mulai dari nol mendatangkan perasaan ringan sehingga semakin memudahkan kita menetapkan barang mana yang akan disimpan atau dibuang. Prinsipnya, makin sedikit yang kita simpan, pekerjaan memilih dan memilah akan lebih cepat selesai (hal 25).

Bagian penting yang perlu diperhatikan adalah menjaga arus masuk barang ke dalam rumah. Barang-barang yang kita beli adalah yang kita butuhkan. Dengan prinsip jika ada barang baru masuk, maka akan keluar barang lama sejenis. Sehingga tidak menambah beban isi rumah. Selanjutnya penting mengedukasi penghuni rumah untuk fokus pada nilai-nilai kekeluargaan, kreativitas,

kemurahhatian, dan kelestarian. Penulis juga menganjurkan agar mengisi waktu luang dengan aktivitas kemasyarakatan atau menulis novel. Kemudian mengajarkan anak untuk merasakan keindahan memberi dan bukan menerima sesuatu. Jadikan ruang lebih penting ketimbang barang, orang lebih penting daripada benda yang dimiliki, maka ketentraman pun akan tercapai (hal 49).

Buku ini juga menawarkan solusi menyimpan segala hal secara digital untuk mengurangi kepemilikan fisik. Hidup terasa ringan dan menyenangkan bisa tetap memiliki dokumen, surat, buku, foto, film, dan musik dalam format seringan mungkin. Meski begitu, agar tidak menghabiskan waktu untuk mencari *file* jika dibutuhkan, tetap diperlukan kurasi. Buang yang tidak perlu, tata rapi yang harus disimpan, dan terus memperbarui isi perangkat digital kita.

Meringankan isi rumah akan membantu kita melampaui ego diri dan mengelola emosi dengan tenang dan anggun. Kita akan belajar merasa lebih ringan, bertindak dengan kasih, dan tidak pernah membawa beban yang tidak diperlukan.

M.I

MAIN STORY

“Where there is a women, there is magic!”

Ntozake Shange

Entah apa yang terjadi jika 141 tahun lalu, tak lahir R.A Kartini, yang dengan pemikirannya membawa wanita Indonesia tidak lagi berada di tingkatan sosial yang rendah. Bisa jadi hari ini, tidak ada Sri Mulyani atau Tri Rismaharini. Jangankan menjadi seorang Walikota atau Menteri, untuk melanjutkan sekolah ke jenjang yang lebih tinggi saja, bisa jadi masalah besar.

Kini istilah “wanita hanya tinggal di rumah” sudah jarang kita dengar. Justru sebaliknya, kisah-kisah inspiratif ibu-ibu Indonesia semakin kencang gaungnya, seperti beberapa kisah yang kami bagikan di edisi kali ini. Ada Rucita Permatasari, *arek* Surabaya yang belum genap berusia 30 tahun, tetapi sudah memimpin belasan hotel yang tersebar di pulau Jawa, Bali bahkan Papua. Tak hanya itu, Rucita dengan berbagai talenta yang dimiliki, juga pernah meniti karir di dunia model bahkan bidang politik.

Ada pula Esra Manurung, hasil yang saat ini ia peroleh sebagai *co-founder* sebuah agen asuransi merupakan rajutan dari berbagai kisah pahit dan manis. Sempat mencoba bunuh diri, Esra akhirnya bangkit dan berdamai dengan masa lalu, hingga dinobatkan sebagai duta *Million Dollar Round Table* (MDRT), sebuah asosiasi agen asuransi tingkat dunia yang telah mencapai prestasi baik dalam pencapaian bisnis maupun etik.

Terakhir, ada profil anak muda bernama Ayu Utami Linggih, *cheesemaker* yang membangun *brand* bisnisnya lewat produk *natural cheese*. Simak kisah Ayu memulai usaha, hingga saat ini berhasil membawa produknya dikenal hingga negara tetangga. Kisah mereka, adalah inspirasi untuk perempuan Indonesia terus berkarya! M.I



Sumber Foto : Freepik.com



Muda, kreatif dan peduli sosial. Begitu menggambarkan sosok Rucita Permatasari, arek Suroboyo yang menjabat CEO Amithya Hotel & Resort ini.

Di tangan perempuan cantik yang belum genap berusia 30 tahun ini, belasan hotel yang tersebar di Jawa, Bali hingga Papua di antaranya Grand Darmo Suite, G Suites Hotel, 18 Suite Villa Loft Kuta, Kaberaz Hotel Sumenep dan De Baghrat Hotel Sumenep dipimpinnya dengan sentuhan kreativitas, seni dan inovasi terus menerus

untuk bisa bersaing dengan hotel dan resort lainnya. Meski tak memiliki dasar pendidikan pariwisata dan perhotelan, ia tak 'kagok' terjun langsung di dunia *hospitality*. Pengalamannya berbisnis sejak belia menempanya luwes berperan sebagai pemimpin.

Ditemui di G Lounge Kitchen and Bar di G Suite Hotel, Surabaya, belum lama ini, perempuan yang dikenal dengan nama Chita Choo ini memulai karirnya sejak masih ABG. Ia ikut berkompetisi di sejumlah ajang pemilihan gadis sampul yang membuatnya *wara-wiri* tampil di majalah remaja. Kegemarannya berpose di depan kamera dan berlenggak-lenggok di dunia *catwalk*, secara tak langsung karena dukungan kedua orangtuanya. Chita ditantang untuk berprestasi baik akademik mau pun non-akademik sebanyak-banyaknya. Tak heran, jika perempuan cantik ini terbiasa berkompetisi serius dan menghasilkan prestasi membanggakan, salah satunya menjadi juara *cover girl* Majalah Aneka Yess! 2008.

Terlahir dari keluarga pengusaha, sejak kecil Chita terbiasa melihat aktivitas bisnis kedua orangtuanya. Itu pula menginspirasi untuk terjun wirausaha sambil mempraktikkan ilmunya di bangku kuliah jurusan Desain Komunikasi Visual, Universitas Ciputra, Surabaya. Ia memulai dengan berbisnis sepatu. Lalu berlanjut dengan usaha batik dengan *brand* Demes serta keripik tempe yang masih eksis hingga saat ini. Chita mengaku untuk usaha keripiknya dia bekerjasama dengan UKM dan memasarkan melalui kerjasama dengan sejumlah swalayan di Surabaya.

Sulung dari dua bersaudara ini juga pernah menjadi *ambassador* untuk mendukung pencalonan Tri Rismaharini sebagai Walikota Surabaya. Ia didapuk untuk memenangkan hati pemilih muda

INTERVIEW RUCITA PERMATASARI

“Menikmati Proses Menuju Puncak Sukses”

Wawancara oleh Yety Kartikasari

yang belum menentukan pilihan. Chita menikmati betul tugasnya sebagai bagian dari proses mendapatkan pengalaman di dunia politik sebanyak-banyaknya. Disamping ingin mengubah pandangan negatif sebagian orang tentang dunia politik.

Debutnya di panggung politik berlanjut ketika dilamar tiga partai sekaligus untuk maju sebagai caleg. Dengan keyakinan diri, ia maju mencalonkan diri sebagai caleg DPRD Jatim di Pemilu 2019 dari partai Golkar mewakili Dapil VI Jawa Timur yang meliputi Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu. Mengusung program unggulan bidang pendidikan untuk anak kurang mampu, Chita mengaku mendapatkan banyak pengalaman tak ternilai sebagai bagian pembelajaran hidup.

Chita memulai karir di Amithya Hotel & Resort, perusahaan manajemen hotel pada tahun 2015. Tidak serta merta menempati posisi puncak, kelahiran 24 Oktober 1990 ini menjadi Direktur terlebih dahulu. Dengan merendah, Chita bilang, ia banyak berguru dan menempa ilmu pada para seniornya.



“ Saya belajar dulu sebelum mencapai posisi puncak CEO. Kebetulan, saya suka belajar dan menghargai proses. Dan saya menikmati betul-betul proses itu.

Penggemar olahraga berkuda ini mengaku mengelola hotel butuh inovasi dan kreativitas untuk menyenangkan *owner* dan tamu-tamunya. Penyuka *travelling* ini mengungkapkan, setiap bepergian dan menginap di hotel luar negeri, ia tidak alpa mencari hal-hal unik di hotel tersebut

untuk inspirasinya mengelola hotel-hotelnya. Di samping “studi banding” secara tidak langsung, dia juga selalu meminta masukan ide-ide segar dari timnya untuk kemajuan hotel dan resort yang dikelolanya.



Di tangannya pula, awal tahun 2020 ini Amithya Manajemen melebarkan sayap dengan membangun Amithya Institute, sebuah lembaga pendidikan pariwisata setara D3. Ia menyebut, lembaganya memiliki keunggulan dengan 70% praktik dan 30% teori dengan pengajar para praktisi perhotelan. Siswa di Amithya Institute akan diterjunkan langsung ke hotel dan *resort* di bawah manajemen Amithya.

Di luar kesibukannya mengurus hotel dan *resort*, Chita yang aktif di Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) ini juga berkiprah di bidang sosial. Ia mendirikan sekolah PAUD untuk Indonesia yang ia dedikasikan untuk anak-anak jalanan. Tidak main-main, meski ia menggratiskan biaya pendidikan di sekolahnya, namun guru-guru yang ia rekrut semuanya lulusan S1 yang bekerja secara profesional.

Begitu pun kurikulum di sekolahnya, di desain internasional dengan pelajaran bahasa Inggris dan Mandarin sebagai

unggulan. Kegiatan belajar mengajar juga lebih banyak dilakukan dengan bermain di luar ruangan. Ia juga memfasilitasi pendidikan lima agama untuk 100 murid-muridnya. Di sela *seabrek* aktivitasnya, Chita meluangkan waktu untuk turun langsung mengajar anak-anak didiknya membaca, bahasa Inggris dan berhitung. Berikut petikan wawancara kami dengannya.

Sejak kapan suka bisnis?

Saya suka jualan itu sejak kecil. Saat masih SD, saya sudah jualan stiker ke teman-teman. Tapi waktu kecil, cita-cita saya seperti anak-anak kebanyakan, ingin jadi dokter. Ketika remaja, saya malah ingin serius di dunia *modelling*.

Bagaimana awal karir di Amithya?

Saya memulainya dari posisi Direktur. Belajar dulu sama senior-senior sebelum jadi CEO. Waktu itu saya otak-atik resto dan lebih ke bikin *event-event*. Itu pekerjaan yang butuh kreativitas tinggi.



Saya akui, tumbuhnya dunia pariwisata di daerah membuat Amithya Manajemen mendapat dukungan proyek dari kepala daerah di Indonesia untuk menggerakkan pariwisata Indonesia dengan manajemen rasa lokal. Kami menargetkan setiap tahun akan ada hotel baru di kota-kota kecil dan kawasan wisata.

Saya mikirin gimana resto di hotel tidak sepi. Seperti di G Suite ini, ada restoran di lantai 11, selantai dengan area *work space*. Tadinya sepi, saya mikir apa ya yang bisa bikin didatangi pengunjung. Kebetulan waktu itu di Bali sedang *happening* konsep *floating pool breakfast tray*. Saya coba aplikasikan dengan bikin Surabaya Kooffee + Roof Bar, dengan konsep desain *instagramable*, kemudian kasih pelampung bebek di kolam renang. Targetnya anak muda dan sosialita Surabaya, ternyata sambutan orang-orang bagus juga. Mereka penasaran pingin foto-foto, apalagi bisa sekalian lihat pemandangan *landscape* Surabaya dari ketinggian. Tiap hari penuh terus, sampai kami kewalahan. Saking banyaknya yang datang, dalam satu minggu kami harus ganti pelampung bebek itu sampai tiga kali. Belum lagi, insiden orang terjebur kolam saking serunya foto-foto he..he..

Jadi saya belajar dulu sebelum mencapai posisi puncak CEO. Kebetulan, saya suka belajar dan menghargai proses. Dan saya menikmati betul proses itu. Saya juga



menempa diri dengan ambil kuliah lagi S2 Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus (Untag) Surabaya. Banyak yang bilang, ngapain repot-repot kuliah malam? Tapi saya pikir ini perlu, karena saya ingin belajar hukum yang memang dibutuhkan dalam karir. Harus paham hukum, ngerti

urusan perijinan dan tentu saja saya butuh kawan-kawan baru untuk berdiskusi.

Bisa dijelaskan Amithya Manajemen bergerak di bidang apa?

Amithya itu memiliki dua macam layanan, yakni *owner* dan *consumer*.

Owner merupakan pemilik modal yang mendirikan hotel. Bangunannya dibuat oleh Waringin sedangkan pengelolaannya memakai Amithya. Nama hotelnya memakai Grand Mozza untuk yang premium, dan The Mozza untuk *budget* hotel.

Sedangkan *consumer* merupakan pemilik hotel yang ingin mengganti manajemen hotelnya dan memakai manajemen Amithya, seperti dilakukan G Suites Hotel, Grand Darmo, dan 18 Suites Kuta, Bali.

Saat ini Amithya sudah membangun hotel Grand Mozza di Tuban dan Amithya Luxury Coral Villa di Bali.

Di Timika juga ada The Mozza yang sudah buka. Daerah lain seperti di Sumenep sudah ada Kabera Hotel dan De Baghrif. Lalu kami juga buka di Tulungagung dan Banyuwangi.

Saya akui, tumbuhnya dunia pariwisata di daerah membuat Amithya Manajemen mendapat dukungan proyek dari kepala daerah di Indonesia untuk menggerakkan pariwisata Indonesia dengan manajemen rasa lokal. Kami menargetkan setiap tahun akan ada hotel baru di kota-kota kecil dan kawasan wisata. Kalau di kota besar sudah banyak hotel. Nah kami membangun dan mengembangkan di kota kecil karena masih terbatas dan butuh hotel. Kami juga membangun restoran di dalam hotel untuk melengkapi bisnis.

Seperti apa komunikasi yang diterapkan dalam menjalankan Amithya Manajemen?

Pastinya komunikasi terbuka ya. Saya ngobrol dengan *owner* dan *consumer*. Mendengarkan mereka maunya seperti apa untuk hotelnya. Begitu pun dengan

tim, saya biasakan untuk mendengar ide-ide dari anak buah. Mereka inginnya seperti apa, maunya apa. Sering saat bertukar ide, ada 'gontok-gontokan' juga. Saya menengahi, menjembatani ide dan kepentingan itu untuk mendapatkan jalan tengahnya. Saya menerapkan gaya kerja yang bebas di Amithya Manajemen. Staf tidak harus bekerja di dalam kantor. Boleh di mana saja senyamannya. Yang penting pekerjaan selesai.

Apa kelebihan Amithya?

Rajin berinovasi, pastinya. Saya sediakan hiburan musik setiap malam, ada DJ di hotel budget yang di hotel sekelas lainnya tidak ada fasilitas itu. Kemudian tema desain dan interior di hotel secara rutin kami ganti menyesuaikan momen. Seperti di G Suite Hotel saat ini, kami hadirkan nuansa kebun mulai dari lobi sampai resto. Nanti Februari ganti lagi temanya.

Meski begitu, dalam berinovasi kami tidak boleh melupakan situasi lingkungan di hotel kami berada. Seperti misalnya di hotel yang di Sumenep, inovasi kami tidak jauh-jauh dari kultur masyarakat lokal yang santri. Harus bisa menyesuaikan diri sehingga bisa diterima baik.

Dari mana mendapatkan ide-ide segar untuk inovasi?

Kebetulan saya suka mengamati apa yang unik di tempat lain, seperti ketika jalan-jalan ke London. Saya mampir ke resto yang konsepnya unik. Hiasan interiornya menggunakan bahan-bahan yang bisa dipakai lagi untuk tema yang lain. Saya coba aplikasikan dengan *budget* tidak banyak tapi hasilnya bagus dan materialnya bisa diolah untuk dipakai lagi. Dan itu membuat *owner* suka. Karena bisa menghemat *budget* tapi hasilnya bagus.

Tingkat *occupancy* hotel yang dikelola Amithya?

Rata-rata 70-80%.

Media promosi apa yang digunakan?

Lebih banyak memang dari *gethok tular* atau rekomendasi mulut ke mulut. Kemudian media sosial juga efektif sekali. Karena menurut pengalaman, saya juga sering tertarik ingin ke suatu tempat atau menginap di hotel setelah melihat foto-fotonya di media sosial.

Apa tantangan bisnis manajemen hotel?

Pastinya, bertumbuhnya hotel yang makin banyak. Itu sebabnya butuh inovasi dan kreativitas terus menerus supaya bisa tetap eksis.

Prospek bisnis perhotelan di masa depan?

Masih sangat bagus. Terutama di kota-kota kecil yang ada potensi wisata. Apalagi sekarang berlibur itu sudah menjadi gaya hidup. Orang butuh akomodasi yang bagus dengan fasilitas lengkap.

Goal yang sedang Anda kejar dalam dunia bisnis?

Saya rencana mau ekspansi di bidang kecantikan. Mau bikin klinik kecantikan dan perusahaan kosmetik. Saya lihat prospeknya bagus.

Anda tidak hanya bergelut di dunia perhotelan, tapi juga sempat masuk belantara politik dan pendidikan?

Saya berpikir *gini*, sudah saatnya anak-anak muda itu tampil jadi pemimpin.

Selama ini stigma masyarakat terhadap dunia politik itu identik dengan korupsi, kolusi, nepotisme. Negatiflah pokoknya. Nah, saya ingin mengubah pandangan itu. Bahwa dunia politik itu tidak seperti itu.

Kalau pendidikan, karena saya suka belajar dan merasa salah satu anugerah besar dalam hidup itu bisa bersekolah. Banyak *kan* orang-orang yang tidak bisa menempuh pendidikan karena sejumlah faktor.

Saya mendirikan sekolah sebagai kontribusi di dunia pendidikan untuk generasi yang lebih baik. Prinsip saya begini, sukses itu harus bisa memberikan manfaat buat orang lain.

Mengapa tidak memilih belajar ke luar negeri?

Karena saya merasa nyaman belajar di Surabaya. Saya cinta Indonesia ^_^.

Apa yang perlu di-upgrade dari diri Anda?

Saya harus *update* terus masalah perijinan. Ini penting karena mengurus perijinan itu tidak mudah dan butuh waktu. Apalagi pemimpin daerah mau ganti. Ini harus diantisipasi. Enggak bisa santai meski pilihan kepala daerah masih dua tahun lagi. *Kan* yang diurus banyak dan tidak bisa langsung selesai. Masalah perijinan juga yang membuat saya ambil

S2 di bidang hukum. Supaya paham dan mengerti hukum.

Dengan kesibukan karir dan organisasi, masih sempat *me time*?

Me time saya ketika ketemu teman-teman, ngobrol "ngalor kidul" yang tidak ada hubungan sama kerjaan. Saya akui, waktu saya main sama teman jalan itu terbatas sekali. Paling kalau ketemu teman perempuan ya ke salon. Kebetulan saya suka ngobrol dengan banyak orang, jadi ketemu teman wartawan ya saya jadikan *me time* juga he..he..he.

Punya waktu khusus *travelling*?

Piknik jauh bersama keluarga paling tidak setahun sekali. Tapi kalau *solo travelling*, sebulan sekali pasti ada. Kerjaan saya di pariwisata, jadi sambil kerja lihat hotel saya nikmati juga jalan-jalan.

Punya bacaan favorit?

Saya suka baca majalah Forbes. Kemudian buku-buku biografi pebisnis sukses, seperti Donald Trump dan Jack Ma.

Pernah punya pengalaman tidak terlupakan?

Ketika lulus kuliah kemudian melamar pekerjaan di perusahaan dan ditolak he..he..

Masih aktif di dunia model?

Sudah tidak. Tapi sesekali ada permintaan pemotretan untuk *endorse* produk. Tidak semua tawaran saya terima. Lihat-lihat produknya juga.

Apa tips sukses buat mereka yang menjadi *entrepreneur*?

Jadi pebisnis itu harus *open minded*. Mengerti dan mengikuti perkembangan teknologi. Dan yang penting selalu menikmati proses untuk menuju puncak sukses.

Apa yang bisa digambarkan dari diri Anda?

Saya orang yang perfeksionis dalam segala hal. Suka keluar dari zona nyaman, mandiri, sosial dan tentunya masih muda.

Moto hidup yang Anda pegang?

Tidak ada kata terlalu muda untuk mengejar cita-cita. **M&I**





Perjalanan hidup setiap orang tentu saja berbeda-beda. Ada yang dimulai dengan nasib baik, namun tidak sedikit harus tertatih-tatih dahulu untuk mencapai impian. Terlepas dari status sosial, pendidikan, maupun keterbatasan fisik yang dimiliki, asal mau berusaha, keberhasilan bukanlah sesuatu hal yang mustahil untuk diraih siapa saja.

Seperti perempuan hebat satu ini, yang kini menjadi Co-Founder salah satu agen asuransi. Prestasinya tidak main-main, ia bahkan tercatat sebagai bagian atau lebih tepatnya menjadi duta Million Dollar Round Table (MDRT), yaitu sebuah asosiasi agen asuransi tingkat dunia yang telah mencapai prestasi baik dalam pencapaian bisnis maupun etik. Tidak tanggung-tanggung, duta asosiasi tersebut telah ia raih selama 14 tahun berturut-turut.

Namanya Esra Manurung. Lahir dari keluarga miskin dan tinggal di daerah kumuh, Cilincing, Jakarta Utara. Esra adalah anak pertama dari tujuh bersaudara. Ia ditinggalkan sang Ayah saat berusia 17 tahun. Di mana sebelumnya, Ibu Esra telah meninggal dunia ketika melahirkan adik kembarnya. Begitu terpukul, hingga mencoba bunuh diri, Esra kebingungan mencari uang agar bisa bertahan hidup dan menghidupi keenam adik-adiknya. Segala usaha ia lakukan tidak juga membuahkan hasil. Hingga pada suatu titik, ia akhirnya

INTERVIEW WITH ESRA MANURUNG

“Jadi wanita itu asik banget. Kalau mereka kerja, bisa lebih baik dari pria.”

Wawancara oleh Primayanti

mempercayai kebesaran Tuhan. Kekuatan itu yang membuatnya bangkit.

Setelah 28 tahun berlalu, Esra bertransformasi menjadi wanita karir yang tangguh. Selain sukses pada bisnis asuransi, Esra juga memiliki yayasan yang ia bangun untuk membantu pemberdayaan wanita, terutama di daerah-daerah kumuh di Jakarta.

Apa titik terendah dalam hidup, dan apa yang membuat ibu bangkit?

Waktu itu saya sempat mencoba bunuh diri, sudah putus asa dan tidak ada jalan keluar. Dari kecil saya sudah memiliki agama, tapi saya merasa dipaksa untuk percaya. Saat itu pertanyaan saya sederhana, Tuhan ada di mana saat saya tidak memiliki uang, makanan pun tidak ada. Keluarga juga meninggalkan saya. Tapi ketika akan bunuh diri, ada ketakutan dalam diri, akan kemana saya. Lalu, seperti ada bisikan di hati saya, ambil aja alkitabnya. Akhirnya saya ambil, waktu saya buka, *randomly* saya bagi dua.

“Perempuan itu hebat kalo suaminya hebat juga. Kita itu memiliki pengaruh yang sangat besar, dalam society, rumah, dan Negara. Kita itu memiliki pengaruh yang sangat besar, dalam society, rumah dan Negara. Jadi perempuan itu harus bangkit. Posisi perempuan harus penolong.”

Ternyata tangan saya menunjuk sebuah ayat yang bunyinya, ‘sekali pun Ayah dan Ibu meninggal, aku yang akan memeliharimu’. Anehnya, itu kan enggak bisa dijelaskan dengan kata-kata ya, dan *I believed*. Untuk pertama kali saya percaya.

Bagaimana cara Ibu Esra berdamai dengan masa lalu?

Kita sering mendengar maaf, tapi saya enggak mengerti maaf itu apa. Karena yang saya alami, tega-teganya seorang Ayah meninggalkan saya dengan beban seberat itu. Saya tahu Ayah sebenarnya orang yang baik, dan tidak seimbang hidupnya saat Ibu meninggal dunia.

Akhirnya setelah 2 tahun, Ayah saya kembali membawa seorang wanita dan anak. Pilihan saya dua, tetap marah atau memaafkan. Di situlah saya belajar, dari kebesaran Tuhan. Saya sempat tidak percaya Tuhan, dan dia memaafkan saya. Saya juga harus memaafkan Ayah, seperti Tuhan memaafkan saya. Meski tidak bisa melupakan, tapi dengan memaafkan, hidup kita menjadi lebih lega.

Bagaimana perjalanan karir Anda?

Setelah sarjana, saya bekerja di bank. Di sana ada satu keyakinan dalam karir, itu namanya prinsip promosi. Istilahnya *the law of promotion*. Jadi dalam hidup ini ada namanya promosi, dan promosi dalam



hidup ini bukan dari manusia, promosi itu hukum alam. Bahwa ada orang yang *faithful*, setia dengan hal-hal kecil yang dipercayakan kepada dia, maka secara alami orang itu akan mendapat balasan.

Jadi saya itu dulu guru les. Waktu bangkit, saya dapat ide, kita kan mahasiswa masuk sore, pagi kita bisa ngajar les. Sewaktu ngajar les, orang tua murid saya ada yang banker dan melihat ketekunan saya. Kemudian dia menawarkan saya untuk bekerja di bank. Saya bekerja di bank selama 9 tahun. Kerja di bank selama 9 tahun, saya merasa tidak *well train*. Jurusan saya psikologi pendidikan dan saya masuk bank, yang saya enggak ngerti apa itu kurs, dan istilah perbankan lainnya.

Sementara dunia kerja enggak nunggu kamu untuk siap. Sedihnya selama di bank, saya tidak mendapat *leader* yang bisa membimbing. Tahun 2003 saya

keluar, dan *fail as an employee*. Kemudian suami saya mengusulkan untuk masuk asuransi, karena saya perempuan, kalau saya di kantor kan terikat waktu. Pulang sudah malem, berangkat subuh. Saya punya bayi. Ketika masuk asuransi, saya harus mulai berpikir, saya mau seperti siapa, siapa *role model*-nya. Saya memang enggak bisa seperti orang yang kita mau, tapi setidaknya bisa memantulkan, saya bisa seperti apa. Jadi saya cari cermin, siapa *role model*-nya, jadi saya tanya orang, kalau di asuransi siapa yang jago. Akhirnya saya tahu MDRT, mulai belajar dan pertama kali dapat di tahun 2005.

Apa yang membuat ibu mencintai profesi ini?

Jadi saya melihatnya asuransi ini kan uang. *Insurance is money, insurance is cash money you buy with discount*. Jadi kalau sekarang kerja, aku itu jual

cash money. But my customer buy with discount. Kan lucu, aku itu enggak melihat asuransi itu sebagai mati atau sakit, kan beda. Aku melihat asuransi sebagai *discount money*, so kalau kamu nanya saya jualan apa, *I sale money*.

Makanya orang yang beli *insurance* itu memang orang yang visioner. *Whats make me love my job*, karena saya melihat begini, karena masyarakat 90% masih salah melihat asuransi. Sekarang kita analogikan, kalau belum ada yang pakai sepatu, penting enggak kita jual sepatu? Ya sama. Sekarang masih banyak yang enggak ngerti asuransi, berarti asuransi masih banyak pasarnya.

Saat ini ibu juga menjadi motivator?

Kalau saya jadi pembicara lebih banyak *ngomongin* soal *hold concept*. Kalau di MDRT itu kita diajarin soal menjadi manusia seutuhnya. Manusia seutuhnya



Enggak gampang untuk wanita karir bilang “kerjaan saya itu di rumah”. Tapi kalau saya bisa ngomong begitu tiap hari, berarti saya balance. Menyediakan waktu liburan untuk anak dan keluarga, setiap hari menyiapkan sarapan, dan malam bisa lebih memperhatikan mereka.

itu apa sih, kalau saya berbagi itu selalu ngomongin soal 7 aspek. Pertama spiritual, hubungan kita dengan Tuhan. Kedua kesehatan. Ketiga saya suka membicarakan soal keluarga, karena kalau kita kerja, ujung-ujungnya keluarga ya. Keempat, karir dan bisnis. Kelima, keuangan. Keenam, edukasi. Ketujuh adalah *giving back*, yaitu pelayanan. Jadi 7 ini yang saya bangun tiap hari.

Apa keuntungan menjadi wanita menurut ibu?

Jadi wanita itu asik banget. Wanita itu diciptakan *multi-function*. Makanya sekarang wanita itu dibutuhkan dalam segala jenis karir. Makanya bahaya kalau cewek kerja, karena dia bisa lebih baik dari pria. Namun, perempuan itu hebat kalo suaminya hebat juga. Kita itu memiliki pengaruh yang sangat besar, dalam *society*, rumah dan Negara. Jadi perempuan itu harus bangkit. Posisi perempuan harus penolong. Tantangan saya sekarang cuma satu, bagaimana suami saya lebih sukses.

Bagaimana cara mengatur waktu?



Enggak gampang untuk wanita karir bilang “kerjaan saya itu di rumah”.

Tapi kalau saya bisa ngomong begitu tiap hari, berarti saya *balance*. Menyediakan waktu liburan untuk anak dan keluarga, setiap hari menyiapkan sarapan, dan malam bisa lebih memperhatikan mereka. Bukan bagaimana ngatur waktunya, tapi bagaimana kita menghargai tiap waktunya.

Ibu juga mendirikan Yayasan?

Namanya Yayasan Maharani. Kebanyakan edukasi kepada perempuan, *touching the heart, sharing* dan tanya jawab. Seperti waktu ke Cilincing, kita enggak memberikan sembako, tapi kita belikan bedak, pewangi badan, pembersih dan alat rumah tangga untuk ibu-ibu. Jadi *sharing* bagaimana ibu-ibu ini harus bisa menghargai dirinya dan berperan dalam keluarga. Hal-hal kecil tapi yang

mencangkup 7 aspek itu. Kami lebih kepada edukasi. Kami membangun perpustakaan gerobak, buku *parenting* atau yang ringan. Saya sendiri lebih tertantang membangkitkan semangat perempuan yang kurang beruntung.

Sukses menurut ibu apa?

Sukses enggak lepas dari uang dan pengaruh. Definisi sukses itu bisa saya analogikan seperti Hersey. Hersey itu enggak punya anak, dia membangun pabrik coklat sekarang menjadi yang terbesar di Amerika, karena ingin merawat anak-anak. Setahu saya, 5 persen keuntungan yang mereka dapat diambil untuk pribadi dan 95 untuk merawat anak-anak terlantar. Saya juga ingin begitu, 95 persen untuk berbuat sesuatu. Jadi saya memakai lebih sedikit dari yang saya hasilkan. Selama saya pakai lebih banyak, saya harus kerja. **M&I**



AYU UTAMI LINGGIH

Rosalie Cheese, Lahir dari Sarapan Keju Singkong

Tahun 80-an sebuah lagu dengan judul “Singkong dan Keju” akrab di telinga masyarakat Indonesia. Analogi anak singkong disematkan pada remaja Indonesia yang panganannya singkong, berbanding budaya dengan remaja dengan gaya hidup barat yang menyukai keju.

Meskipun kontradiktif ini tidak lagi relevan karena keju sudah ada di mana-mana, namun bukan berarti pilihan untuk di jadikan bisnis jadi langkah tepat. Mulai dari proses produksinya yang harus punya standar kesehatan yang benar, sampai dengan pasarnya yang tak gemuk dan harus bersaing dengan produk dari luar atau pabrikan besar.

Namun rupanya, tidak menghalangi sejumlah artisan memproduksi keju sebagai bisnis, AA Ayu Sri Utami Linggih salah satunya. Kepada Arif Rahman, editor majalah Money&I. Lulusan Food Sciences University of Queensland, Australia ini pun berkisah soal perjalanan karirnya mendirikan usaha yang ia beri nama Rosalie Cheese. Berikut petikannya.

Kenapa Keju?

Begini, pada dasarnya keju itu ada 2 macam, *natural cheese* dan *processed cheese*. Kalau *processed cheese* itu biasanya yang bikin pabrik, jumlah produksinya besar. Sementara *natural cheese* adalah keju dengan 100% susu murni sehingga manfaat kesehatannya lebih banyak dari yang keju olahan.

Saya lihat ini ada peluang, ada market untuk *cheese* ini. Dengan tren sekarang orang ingin mengonsumsi makanan yang lebih sehat, lebih natural, ingin tahu bahan makanannya dari mana. Akhirnya saya melihat bisnis keju ini ada banget marketnya, sementara di lokal pemainnya belum banyak.

Selain itu bahan baku yang kita pakai untuk proses produksi juga tersedia banyak banget. Saat ini kami lebih banyak mengambil susu kambing dibandingkan dengan susu sapi. Sehingga itu mendorong peternak untuk berkecimpung di peternakan kambing. Lalu saya sendiri punya *background* teknologinya, jadi *yah* kenapa tidak saya coba.

Tidak adakah perusahaan besar yang bermain di produk ini?

Ada tapi tidak sebanyak yang olahan, artisan juga mulai ada beberapa.

Kenapa susu kambing?

Bagi peternak, modal untuk beternak kambing tidak sebesar beternak sapi, itu gampang dikelola untuk sebuah peternakan keluarga. Kan kalau kambing bisa dimulai dari anak-anak yang ukurannya kecil, baru pelan-pelan akan bertambah.

Jadi keju natural ini bukan keju yang sering kita jumpai di supermarket?

Betul, bukan keju yang ada di supermarket

Apakah tidak ada merk besar yang mengambil peluang ini?

Ada tapi tidak sebanyak yang olahan

Lalu kenapa kepikiran keju?

Jadi waktu itu saya sedang ngobrol dengan papa saya, beliau selalu mendorong saya, karena saya wanita coba kalau bisa membuat sesuatu, lalu kita lihat keju ini ada peluangnya. Beliau sendiri pecinta keju, padahal kadang kalau



orang Bali doyan keju itu masih dianggap aneh. Tapi beliau bisa sarapan keju pakai singkong gitu, makanya kita coba.

Mulai usaha tahun berapa?

Tahun 2014 di Jakarta, waktu itu *supply* susu dari Bogor. Awalnya kami bikin segala jenis keju sekalian untuk tes mana yang diperlukan pasar, saingannya mana

yang tidak ada. Mulai dari Mozzarella, Cheddar, Yogurt, kita coba dulu lempar ke pasar. Itu rupanya enggak gampang untuk jualan, rencananya mau masuk ke hotel tapi kalau tidak ada koneksi juga susah. Akhirnya saya masuknya lewat bazar atau semacamnya.

Lalu dari mulut ke mulut dikenalin ke *chef*, dari satu *chef* ke *chef* yang lain, nah dari situ kita akhirnya bisa masuk hotel. Sementara *feed back*-nya, akhirnya kita membuat produk sesuai dengan yang diperlukan mereka. Jadi emang kita bikin produk yang dibutuhkan pasar.

Kenapa kemudian pindah ke Bali?

Waktu di Jakarta bisnis ini sudah mulai tumbuh karena hotel tidak terlalu mempermasalahkannya soal kepemilikan BPOM, karena pihak hotel biasanya langsung datang ke tempat produksi kita, tapi kalau kami mau masuk ke supermarket atau pasar modern, kita tidak bisa karena harus memiliki BPOM. Ketika mendaftarkan ini, izin itu tidak keluar, lama sekali, karena memang di Jakarta sudah



Dengan tren sekarang orang pengen makan makanan yang lebih sehat, lebih natural, pengen tau bahan makanannya dari mana. Akhirnya saya melihat bisnis keju ini ada banget marketnya, sementara di lokal pemainnya belum banyak.

tidak lagi mengeluarkan izin untuk industri. Yang bisa dikeluarkan hanya untuk perusahaan yang berada di kawasan industri, tentu saja tidak bisa buat kami yang masih UMKM.

Kebetulan saat itu saya mau pindah ke Bali untuk menikah. Pas dicek di Bali, ternyata bisa mendapatkan izin di sini. Jadi setelah nikah sekalian kita ngembangin bisnis keju ini di Bali.

Di Bali sendiri mulai tahun berapa?

Itu tahun 2017 mulai mengurus izinnya, dan 2018 izinnya keluar, jadi sudah resmi punya BPOM sampai sekarang.

Kalau dihitung dari sejak berdiri, bagaimana perkembangannya secara keseluruhan?

Dari tim kerja awalnya kami hanya berdua, sambil coba-coba, terus nambah 3-4 orang. Dan karena sekarang ada produk *snack* juga, total ada 8 orang, 6 orang bagian produksi dan 2 orang bagian administrasi. Kami hanya fokus di produksi saja karena sudah kerjasama dengan *reseller* dan distributor, merekalah yang memasarkan produk kami. Selain itu juga ada even yang kita ikuti 2 kali dalam setahun yang bantu pemasaran kita juga.

Apa tantangan dan kendalanya?

Dari awal ada saja kendala, tapi karena orang suka produknya, mau tidak mau tetap semangat untuk terus jalan.

Pernah soal mesin, mencari mesin pembuat keju tidak segampang mesin pembuat bakso, kita coba pesan khusus,

yang tidak ada kita akalin gimana penggantinya. Untuk membuat mesin pasteurisasi juga dibantu oleh Luci, pemegang saya.

Apa yang dilakukan untuk mengedukasi pasar, terutama di produk *nature cheese*?

Waktu awal jualan kebetulan keju ini memang namanya benar-benar kita kasih sendiri, misal Black and White, Milton, semua benar-benar hanya milik Rosalie, kita tidak membuat keju dengan resep orang. Nah kita mesti menjelaskan ke orang-orang ini keju apa, agak susah karena ini keju khas Indonesia.

Waktu awal mereka mencoba juga masih asing dengan rasanya, tapi pelan-pelan karena sudah banyak dipakai di berbagai



Saat ini kami lebih banyak mengambil susu kambing dibandingkan dengan susu sapi. Sehingga itu mendorong peternak untuk berkecimpung di peternakan kambing. Lalu saya sendiri punya background teknologinya, jadi yah kenapa tidak saya coba.

makanan, dan lidah konsumen juga mulai terbiasa.

Malah dari pameran terakhir kemarin kami sendiri terkejut dengan respon konsumen yang sudah benar-benar bisa menikmati. Dari tahun ke tahun memang selalu bertambah apalagi ini keju natural dan orang rela mengeluarkan uang karena yakin ini produk alami.

Menyasar segmen pasar mana?

Kalau keju *high end market*, tapi kalau *snack*-nya bisa segmen dibawahnya. Itu alasan kenapa kita bikin produk *snack*, karena kadang orang kan masih suka bingung makan keju natural itu bagaimana, dimakan langsung atau dioles di roti, dimasak atau bagaimana, akhirnya kita cuma bikin *tester-tester*, padahal keju natural bisa di-aplikasikan ke semua jenis makanan dan dimakan kapan saja.

Untuk produk semacam mozzarella apa masih produksi?



„kebetulan ada karyawan saya memang ikut mulai pertama bassar sampai saat ini. Malah dari pameran terakhir kemarin kami sendiri terkejut dengan respon konsumen yang sudah benar-benar bisa menikmati. Dari tahun ke tahun memang selalu bertambah apalagi ini keju natural dan orang rela mengeluarkan uang karena yakin ini produk alami.”

Itu tidak kita produksi lagi, tapi tetap kita jual yang produknya didapat dari teman kita. Jadi kita fokus sama yang *special pieces*, kita sebutnya begitu. Selain itu kalau mau produksi yang semacam itu kan saingannya banyak banget, belum lagi yang impor juga harganya murah. Itu juga yang membuat kita beralih memilih pada keju natural.

Kita pikir, kenapa kita harus bikin keju yang orang sudah tahu tapi pasarnya tipis banget, mendingan kita bikin yang berbeda. Memang butuh waktu untuk mengedukasi orang, tapi kita bisa tumbuh karena itu.

Sampai saat ini diferensiasi produknya berapa banyak?

Untuk keju ada 8 jenis dan 3 jenis *snack*. Tahun ini kita *launching* 2 keju dan 2 *snack* lagi.

Mana penjualannya yang paling bagus?

Tergantung dari jenis konsumennya,

karena kita punya dua pasar yaitu horeka (hotel, restoran dan kafe) dan konsumen langsung. Kalau horeka lebih banyak penjualan *chevre* karena bisa diaplikasikan ke segala jenis makanan, jadi volume permintaannya juga besar. Sementara kalau konsumen langsung lebih banyak *Black and White* sama *Black Pepper Goat*.

Sudah masuk supermaket?

Sudah, kita sudah masuk di Popular, Pepito, Papaya, Frestive, di Jakarta, Surabaya juga ada. Kalau *snack* ini masih baru sejak Maret 2018 tapi pertumbuhannya lebih cepat, ternyata orang Indonesia suka *nyemil*.

Kalau ditotal mana yang persentasenya paling besar?

Tetap keju yang lebih besar, mungkin *snack* akan menyusul.

Dari yang saya dengar rasanya tidak terlalu sulit pertumbuhannya, apakah



mungkin karena masyarakat kita sudah cukup tereduksi?

Sebenarnya bukan karena tereduksi, tapi karena berani coba *aja*, itu intinya. Selama ini kita tidak suka sesuatu karena tidak terbiasa, kalau kita sudah coba ditaruh dimakanan tertentu, lama-lama kita biasa kok, masalah kebiasaan *aja*.

Apakah sudah sampai pasar luar negeri?

Masih sebatas dibawa orang per orang sih, kemarin ada yang ke Jepang. Belum untuk yang skala besar.

Bagaimana responnya?

Mereka terkejut, karena Jepang adalah negara di Asia yang kejunya sudah terkenal di dunia, sementara orang Jepang sendiri kan sangat perhatian dengan detail dan sebagainya. Nah kebetulan konsumen kita di Jakarta juga kebanyakan orang Jepang.

Seberapa jauh pengaruh influencer, dalam hal ini sejumlah chef yang merekomendasikan Rosalie Cheese?

Sangat berpengaruh, karena *chef* itu biasanya akan *share* ke teman-temannya kalau dia dapat *supplier* baru, sementara kalau kita menghadapi *purchasing* itu biasanya susah banget, tapi kalau *user-nya* yang minta pasti *purchasing-nya* tidak bisa menolak.

Dengar-dengar pernah dapat bantuan permodalan yang cukup besar, bisa cerita?

Mesin pasteurisasi dan oven kita dapat bantuan dari BEKRAF tahun 2019. Sebelumnya 2018 dapat bantuan modal kerja dari Wismilak. Sebenarnya bukan nilai nominalnya saja yang berharga, tapi *networking-nya*, mentoringnya.

Bagaimana cara Ayu memetakan pangsa pasar di Indonesia?

Kita sudah mencoba memasarkan ke Surabaya, Jakarta, Bandung melalui *reseller*. Malah yang produk *snack* sudah ada di toko oleh-oleh di Medan, padahal di Bali belum masuk. Setiap ikut pameran kita juga menggaet *reseller*, mengirim juga ke beberapa daerah wisata misalnya Manado dan Batam.

Seandainya dibuat semacam jaringan reseller, apakah bisa?

Kalau *snack* bisa, tapi kalau keju agak susah karena harus ada *knowlegde* cara menyimpannya, lalu ke mana akan dijualnya. Jadi kadang-kadang kita harus benar-benar edukasi mereka, dan selama ini kita hanya bekerja sama dengan orang-orang yang sudah biasa *handle fresh food* dan punya *base supply* ke mana *gitu*.



Untuk produk snack, apa yang membedakan dari produk Rosalie Cheese dengan yang lain?

Cheese goat-nya, kalau orang Indonesia makan keju kambing biasanya serem, tapi kalau sudah dijadikan *snack* rasanya tidak sekuat itu dan enak.

Proses belajar membuat produknya dari mana?

Kebetulan saya orangnya suka masak, jadi pengalaman pribadi aja. Kalau untuk pembuatan keju dari awal coba-coba sampai seperti sekarang bisa sekitar 1 tahunan mulai dari pemilihan bahan, proses pengemasan, tes daya tahan produk dan sebagainya, kalau *snack* jauh lebih cepat.

Semua itu dilakukan sendiri?

Sebelumnya iya, tapi saat ini kita dibantu satu orang magang dari Perancis yang memang punya latar belakang berhubungan dengan keju. Sekalian juga kita bisa tukar pengetahuan, padahal

kalau dipikir lucu kan ya, kalau orang Perancis belajar keju dari orang Indonesia.

Bagaimana awalnya bisa dikenal orang Perancis?

Saya tidak tahu dia dapat kontak saya dari mana, mungkin dari *website* kami, kemudian dia menghubungi saya dan bertanya apakah kami terima magang atau tidak. Dia kuliah di Agrofood, jadi bisa bantu bagian produksi dan lain-lain. Akhirnya saya terima.

Dan bagus, etika kerjanya menginspirasi tim kita juga, jadi akhirnya sama-sama belajar.

Nama Rosalie diambil dari mana?

Dulu saya kuliah di Australia, di sana ada *suburb* namanya Rosalie. Selain itu, kebetulan latar belakang pendidikan saya Teknik Pangan, di Australia industri susu dan keju nya maju banget. Nah waktu sambil makan ngobrol-ngobrol, tercetuslah bisnis ini lalu dikasih nama Rosalie

Selain itu, Rosalie kan bisa menjadi bahasa Perancis, bahasa Itali, bahasa Indonesia yang menggambarkan wanita, jadinya kesannya resep turun-temurun.

Berapa kapasitas produksi perhari?

Kita maksimum 500 liter/hari tapi kan itu tidak setiap hari produksi, kadang seminggu 3 kali.

Apakah penjualannya terpengaruh musim tertentu?

Penjualan kita terpengaruh sama *high* dan *low season* turis yang datang, terutama penjualan di Bali, sementara kalau di Jakarta lebih stabil.

Mimpi yang belum tercapai?

Ingin keju ini dibawa ke pasar Asia dulu, ingin lebih banyak membantu peternak terutama *partner* kita yang sekarang agar tambah lagi, ingin mendorong orang-orang Indonesia agar lebih kenal dengan keju dan bisa menikmati.

Apakah produk keju ini memungkinkan dibuat secara masal?

Bisa-bisa saja tapi pasarnya sudah ada belum, kadang kan masih bingung pengaplikasiannya di mana. Akan lebih gampang untuk produk *snack*-nya, apalagi *snack* kita memakai keju alami.

Apa rencana kedepan?

Ke depan kita mau lebih kenalkan produk ke konsumen, ingin memberikan pengalaman berinteraksi langsung bagaimana menggunakan produk keju kami. **M&I**

ACCOUNTING & BREVET A/B



AKUNTANSI USAHA DAGANG, JASA & HOME INDUSTRY (Juni 2020)

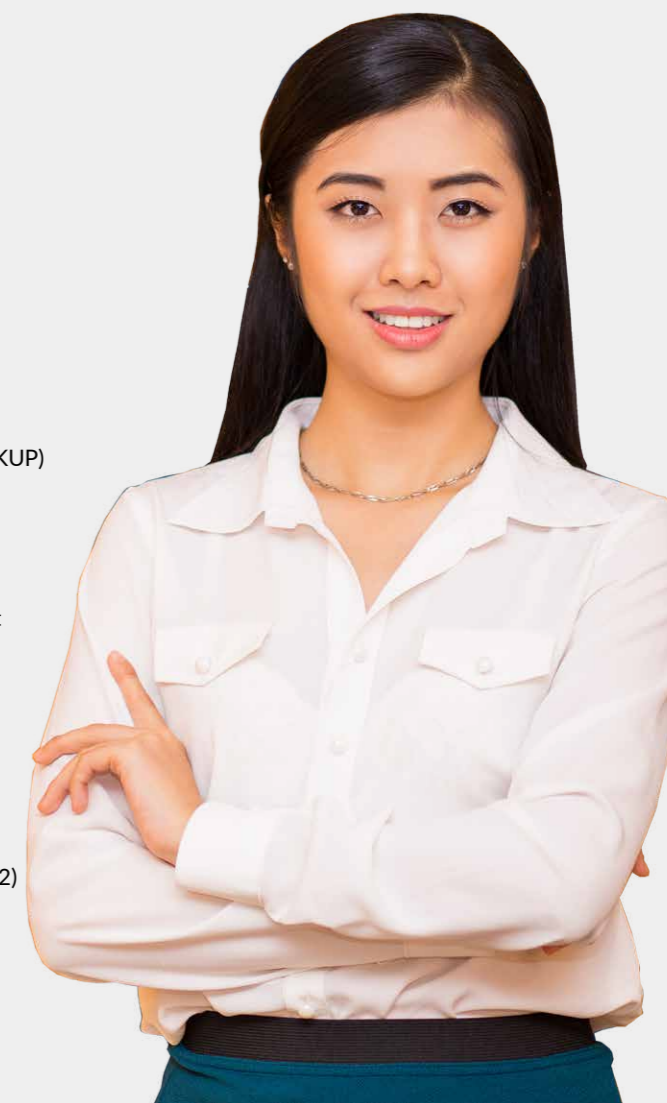
- Pertemuan 1 : Prinsip Akuntansi & Pelaksanaannya
- Pertemuan 2 : Transaksi dan persamaan dasar akuntansi
- Pertemuan 3 : Akuntansi Perusahaan Jasa
- Pertemuan 4 : Akuntansi Perusahaan Dagang
- Pertemuan 5 : Akuntansi Perusahaan Manufaktur
- Pertemuan 6 : Asset, Penyusutan dan Amortisasi
- Pertemuan 7 : Analisa Laporan Keuangan
- Pertemuan 8 : Tes / Ujian Sertifikasi

BREVET A (Juli 2020)

- Pertemuan 1 : Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan (KUP) & Pajak Penghasilan Orang Pribadi (PPH OP)
- Pertemuan 2&3 : PPh Potong dan Pungut (PPH Pasal 21/26)
- Pertemuan 4 : SPT PPh Orang Pribadi 1770 / 1770 S
- Pertemuan 5 : PPN & PPn BM + SPT PPN & PPnBM
- Pertemuan 6 : Bea Materai & Penagihan Pajak dengan Surat Paksa (PPSP)
- Pertemuan 7&8 : e-(elektronik) SPT 21 dan Orang Pribadi
- Pertemuan 9 : Tes/ Ujian Sertifikasi

BREVET B (Agustus 2020)

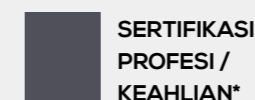
- Pertemuan 1 : Pajak Bumi Bangunan & Bea Perolehan Hak atas Tanah dan Bangunan
- Pertemuan 2&3 : PPh Potong dan Pungut (PPH Pasal 22/23/4(2) dan Pasal 24,25
- Pertemuan 4,5,6 : Pajak Penghasilan Badan (PPH Badan) &SPT PPh Badan 1771
- Pertemuan 7 : e-(elektronik) SPT & e-Filing PPH Badan
- Pertemuan 8 : Akuntansi Pajak
- Pertemuan 9 : Tes/Ujian Sertifikasi



**WAKTU PELATIHAN SETIAP KAMIS-JUMAT JAM 18.00 s/d 22.00 WITA
TEMPAT : KAMPUS AKUBANK JL. DEWI MADRI III RENON DENPASAR**

FASILITAS

Akuntansi	Rp. 1.850.000
Brevet A	Rp. 1.850.000
Brevet B	Rp. 1.850.000
Semua Paket	Rp. 4.500.000



Fina (085 237 526 899)
www.akubank.co.id
literaturnegeri@gmail.com



Menonton semesta membuat kita melihat kembali kondisi bumi saat ini. Bagaimana keseimbangan hidup antara alam dan manusia harus terus dijaga.

Semesta berkisah tentang tujuh sosok yang bergerak memelankan dampak perubahan iklim. Para sosok yang tinggal di tujuh wilayah berbeda ini, merawat alam Indonesia dengan dorongan agama, kepercayaan dan budaya masing-masing. Melalui rangkaian kisah tujuh sosok ini, Semesta mengajak penonton berkeliling nusantara, melihat bagaimana mereka menjaga keindahan alam Indonesia.

Kisah diangkat dari ujung timur (Papua) hingga ujung barat (Aceh) Indonesia. Tokoh yang diangkat dalam film adalah mereka yang menginspirasi dan turut berperan dalam menjaga keseimbangan alam. Di antaranya adalah Almina Kacili, Tjokorda Raka Kerthayasa, Marselus Hasan, Muhammad Yusuf, Agustinus Pius Inam, Iskandar Waworuntu, dan Soraya Cassandra. Dengan perbedaan latar belakang, baik budaya dan perspektif agama, mereka menjaga alam dengan caranya masing-masing. Perempuan juga dimasukkan sebagai inspirator dan memiliki posisi yang tak kalah penting dalam menjaga kelestarian lingkungan.



Dengan perbedaan latar belakang, baik budaya dan perspektif agama mereka menjaga alam dengan caranya masing-masing. Perempuan juga dimasukkan sebagai inspirator dan memiliki posisi yang tak kalah penting dalam menjaga kelestarian lingkungan.”

Di Jakarta, di tengah padatnya Ibukota, Soraya Cassandra menjaga keseimbangan alam dengan membuat Kebun Kumara. Di mana siapa saja bisa belajar berkebun hingga memetik hasil panen dari kebun sendiri. Satu pesan penting yang diungkapkan Soraya dalam film ini, ‘Jika masalah itu muncul dari Ibukota (Jakarta), ya harus selesaikan di sini’.

Melalui arahan sutradara Chairun Nissa, dokumenter ini menjadi Dokumenter Panjang Terbaik dalam ajang Festival Film Indonesia tahun 2018. Bersama Mandy Marahimin dan Nicholas Saputra bertindak sebagai produser, Semesta digarap sedemikian rupa agar tidak membosankan. Dari segi produksi, pengambilan gambar, perekaman suara, pembuatan musik ilustrasi hingga tahap penyuntingan dikemas apik agar ringan dan nyaman untuk ditonton.

Film ini juga telah melakukan World Premiere di Suncine International Environmental Film Festival, sebuah festival film di Barcelona yang khusus untuk film dokumenter bertema lingkungan. **M&I**



Jika Anda sedang berada di daerah Sunset Road, silakan mampir ke Eastwest Kitchen yang terletak di Lippo Plaza Sunset Road. Restoran yang mengusung Chinese and Western Halal menu ini, cocok bagi Anda yang ingin makan bersama keluarga atau teman-teman. Range harganya pun cukup bersahabat dengan kisaran harga 20 – 45 ribu dan porsi yang melimpah. Beberapa menu andalannya adalah Sapi Lada Hitam, Nasi Goreng Seafood, Cumi Cabe Garam, Gurami Asam Manis dan Ayam Cabai Hijau. Salah satu yang menjadi specialty restoran ini adalah hidangan yang higienis dan tidak menggunakan MSG.

Lengkapi momen santai bersama keluarga Anda dengan diskon 40% untuk pemegang kartu The Royal & Lestari First BPR Lestari. Kunjungi EastWest Restaurant dan nikmati kenikmatan berbagai menu dengan rasa yang tak terlupakan. Unduh aplikasi Lestari Diskon untuk syarat dan ketentuan diskon.



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266



Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi Lestari Diskon, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!





Suzana Chandra

Managing Director, Lestari Living

“Jangan panik plus monitoring dan *being flexible*. Semua rasionalisasi, rencana dan keputusan harus dimonitor dan dirubah (kalau perlu), sesuai dengan informasi-informasi yang relevan.”

OMG..! Hand Sanitizer Kosong, Masker Kosong, Gula juga Kosong!

“Waduh Wuhan (China) *lockdown* gara-gara COVID-19, harus segera *stockup* bawang putih nih, karena kita tuh *import* bawang putih dari China,” demikian *sharing* teman di wa grup beberapa bulan yang lalu pada saat COVID-19 baru merajalela di China.

Kemudian saya dengar, sekarang harga jahe naik berkali-kali lipat, dan Bali kehabisan jahe, gara-gara semua orang berlomba-lomba membuat “*mpon-mpon*” sebagai minuman penangkal COVID-19. Tetapi ketika saya ke supermarket, jahe dan segala macam rempah-rempahan, stoknya aman-aman saja *tuh*.

Demikian pula dengan *supply* masker yang langsung ludes habis sejak isu virus corona memanas. Kemudian muncul, bahwa masker hanya bagi mereka yang sakit, batuk atau flu, yang sehat tidak usah pake masker. Bingung *kan?*

Yang pasti harga barang-barang naik setinggi langit. Harga masker yang tadinya 40 ribu per box, melonjak ke 150 ribu per box. *Dahsyat!*

Di situasi sekarang di mana COVID-19 sudah diumumkan sebagai *Pandemic Disease*, berbagai informasi datang bertubi-tubi, dan karena penyebarannya sedemikian mudahnya melalui *gadget*, maka tidaklah mengherankan isi *whatsapp* mayoritas adalah *forward* informasi dari berbagai pihak. Seseorang yang tadinya cuma merasa sedikit masuk angin (agak flu), langsung merasa jadi penderita berat COVID-19, setelah mendapatkan berbagai diagnosa dari media sosial *online*. Nah, bagaimana menyikapi semua ini? Berikut adalah pembelajaran saya sehubungan dengan pandemic COVID-19.

Respon saya pada awal *outbreak* COVID-19 di Indonesia *sih* beneran masih agak *cuek*, bahkan cenderung terlalu meremehkan. Kan katanya kalau daya tahan tubuhnya bagus, efeknya akan sangat *mild*.

Tetapi dengan berjalannya waktu, melihat kesibukan teman-teman mencari masker, *hand sanitizer* ditambah berbagai informasi bertubi-tubi dari berbagai penjuru, belum lagi ada teman yang paranoid sekali dengan semua informasi-informasi (termasuk banyak *hoax* juga), mau tidak mau berpengaruh juga mental ini. Hmm... *this is something serious*.

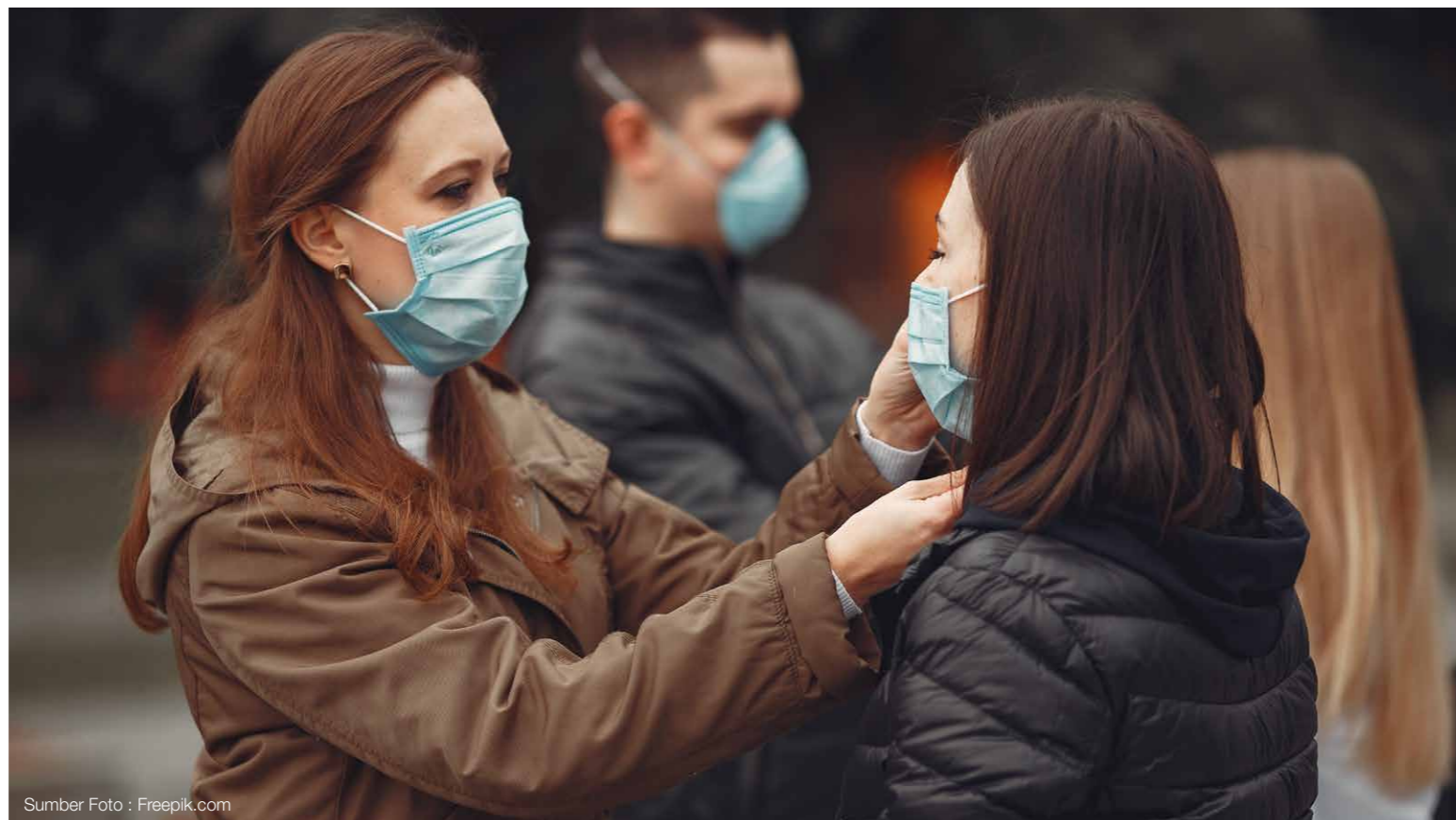
Rule No 1 : Jangan meremehkan dan menyepelkan sesuatu kejadian. Apalagi kalau kejadiannya dalam skala yang masif.

Be smart, dan lakukan investigasi atau pembelajaran, cari informasi dari sumber-sumber terpercaya. Hati-hati “*hoax*”.

Pada saat ada teman berjualan masker, mulai *deh* saya ikut membeli masker . Kemudian ketika anak saya pulang dari sekolah menanyakan apakah kita punya *hand sanitizer*, mulai *deh* saya *searching hand sanitizer* di *online shop*.

Nah, pas *surfing online*, saya melihat banyak sekali stok *hand sanitizer* yang dinyatakan habis, waduh, deg-deg'an juga, akhirnya ketemu *supplier hand sanitizer* yang masih punya stok, saya melakukan sesuatu yang sampai sekarang pun ada rasa sedikit malu mengakuinya, saya membeli 10 botol *hand sanitizer* @50,000 per piecesnya (FYI, ini biasanya harga @15,000), Rp. 500 ribu untuk *hand sanitizer*. Ini dia kondisi-kondisi yang bikin rasionalitas tidak berjalan. Saya ikutan melakukan *panic buying*. Padahal sampai sekarang pun masih banyak *supplier hand sanitizer* yang menjual di harga 80,000 sampai 100,000 per liternya. Dan ternyata ada banyak *homemade hand sanitizer* yang bisa dibuat juga.

Rule No 2: Jangan panik. Dengan berbagai kondisi dan tekanan yang ada, sangatlah mudah untuk bereaksi di luar kebiasaan kita. *Be calm and be rasional*. Kepanikan mulai melanda saya lagi, pada saat seorang teman bercerita



Sumber Foto : Freepik.com

bagaimana usahanya menarik anaknya yang lagi bersekolah di Milan kembali ke Indonesia, hanya beberapa hari sebelum Milan *locked down*. Dan sekarang anak itu melakukan 14 hari isolasi mandiri, sesuai prosedur. Akhir pesan dari teleponnya adalah "tarik Nadia (anak saya yang sulung) agar cepat balik ke Indonesia, sebelum UK *lock down*". Jantung langsung berdebar. Kepanikan melanda. *What do I do? What to do?*

Pada kesempatan pertama, saya langsung melakukan *video call* (*Thank God* dengan adanya *video call* di WA), kebetulan anaknya juga lagi sedikit pilek dan melakukan isolasi mandiri seperti yang dianjurkan oleh pemerintah. Di UK dianjurkan untuk isolasi mandiri selama 7 hari, kalau merasa agak tidak enak badan. Sekolahnya juga sudah dilakukan secara *online*, dan sebentar lagi akan *spring break* juga.

Dengan sedikit tergesa-gesa saya menanyakan kemungkinan dia untuk pulang ke Bali dengan kondisi mengkarantina dirinya selama 14 hari

sesampai di Bali. Sedikit terkejut dengan pertanyaan saya, terlihat ada kepanikan di ekspresi wajahnya. Rule No 3: Kalau panik, kembali ke Rule No 2: Jangan panik.

Kepanikan itu sangat menular, dan ternyata bisa jadi lebih menular dari COVID-19 itu sendiri. Pertanyaan yang saya lontarkan memicu kepanikan. Dan kemudian perbincangan selanjutnya dilakukan dengan rasa panik dan gawat, sampai kami berdua capek sendiri.

Dan akhirnya tersadar, untuk "tenang" dan mulai merasionalisasikan semua kejadian dan opsi-opsi yang harus diambil. Kami mendiskusikan apa skenario terburuk dan bagaimana solusi yang akan diambil. Kemudian apa *plan B*, *plan C* dan seterusnya. Pada saat menutup pembicaraan, rasa panik sudah jauh berkurang, walaupun keresahan masih tetap ada. Karena belum ada keputusan yang akan diambil. Proses rasionalisasi masih tetap harus dilalui.

Rule No 4: Kalau sudah tenang, saatnya merasionalisasi. Pikirkan berbagai

skenario dari krisis, mulai dengan apa yang harus dilakukan kalau kemungkinan terburuk terjadi, kemudian apa *plan A*, *Plan B* dan *Plan C*.

Video call saya lanjutkan lagi pada hari berikutnya. Ini merupakan hari ke 5 isolasi mandiri. Muka Nadia sudah terlihat lebih rileks, karena *thermometer*-nya mengatakan bahwa suhu tubuh sudah normal dan pileknya sudah jauh berkurang. Sesuai pesan saya kemarin, Nadia sudah melakukan beberapa *research* dan penggalan informasi untuk mengeksekusi berbagai *plan* yang kita susun bersama. Beberapa *updates* dari teman baik yang pulang ke Indonesia dan juga dari mereka yang masih tinggal di London, menjadi bahan pertimbangan. Sambil terus memonitor situasi perkembangan COVID-19 baik di UK maupun di Indonesia.

Rule No 5: Tetap beracuan ke Rule No 2. Jangan panik plus monitoring dan *being flexible*. Semua rasionalisasi, rencana dan keputusan harus dimonitor dan dirubah (kalau perlu) sesuai dengan informasi-informasi yang relevan. Biasanya pada saat krisis, informasi berubah dengan sangat cepat.

Sampai artikel ini saya sampaikan ke redaksi, hati saya masih agak galau, karena belum sampai pada tahap keputusan, masih mengikuti proses dan menerapkan Rule No 5.

Oh iya, jangan lupa pada saat menjalankan proses ini, paling tidak, makanan tersedia untuk beberapa hari ke depan. Enggak usah panik *buying for the whole month*. Susah juga naruhnya di mana, dan kasihan nanti mereka yang beneran membutuhkan malah kehabisan. *Be calm, be safe and be intelligent my friends.* **M&I**



Sumber Foto : Freepik.com



DISCOUNT
20%*



Pepper Lunch

- Pepper Lunch Beachwalk Mall Level 2, #16, Kuta - Bali
- Pepper Lunch Trans Studio Mall Level 1, #35 Denpasar Bali



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

Pepper Lunch adalah restoran *Do-It-Yourself* makanan cepat saji steak house dengan lebih dari 200 outlet di Jepang dan Asia. Menyajikan konsep baru dari Steak mendesis, pasta, nasi kari, dan tidak melupakan *signature dish* kami, Pepper Rice, Pepper Lunch menjanjikan pengalaman kuliner yang dinamis dan fresh untuk semua orang.

Dengan desain yang unik dan dipatenkan di Jepang, piring besi (Iron Plate) berperan penting dalam kesuksesan Pepper Lunch. Menggunakan kompor elektromagnetik khusus, pelat besi akan panas hingga 260 C dalam 70 detik. Piring besi akan tetap panas sekitar 80 C selama lebih dari 20 menit. Iron plate juga mempertahankan hidangan lainnya dalam makanan agar tetap hangat.

Dapatkan diskon hingga 20% dengan menggunakan kartu The Royal atau Lestari First BPR Lestari untuk menikmati berbagai menu andalan dari Pepper Lunch.

Untuk informasi dan syarat ketentuan lebih lanjut silakan unduh aplikasi Lestari Diskon. Aplikasi ini sudah tersedia di Google Store (Android) dan App Store (iOS).

Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!



LYON

SISI LAIN DARI PRANCIS

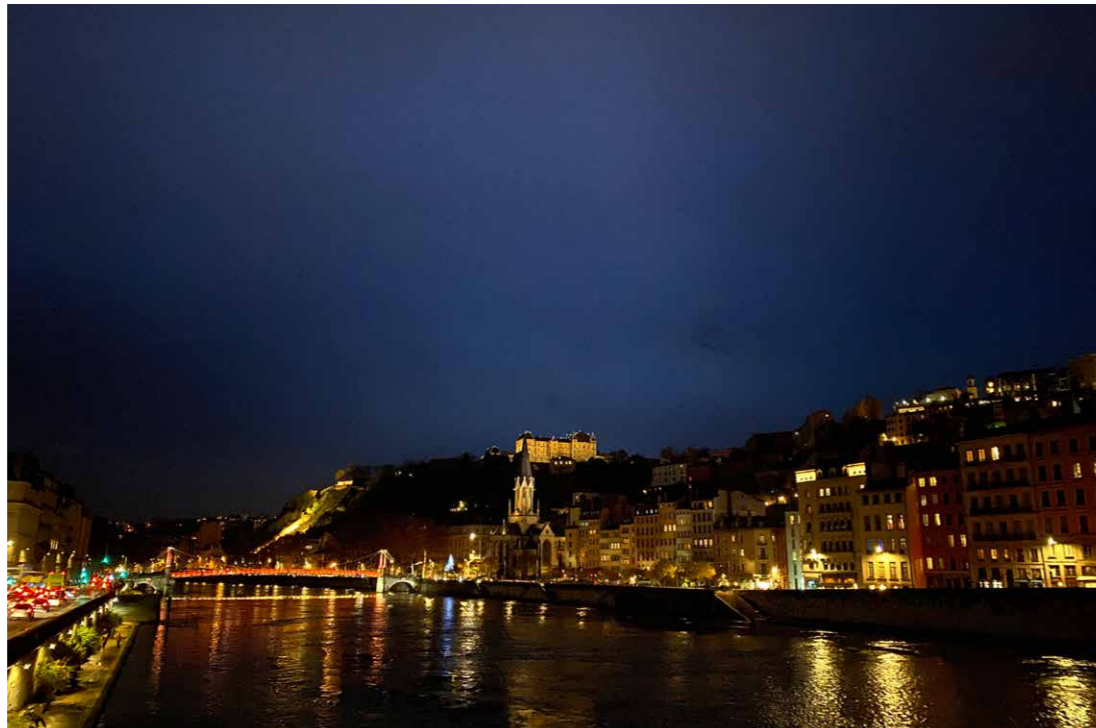
Foto & Teks : Sonya Michaella

Paris menjadi tujuan utama para wisatawan ketika berlibur ke Prancis. Selain Paris adalah ibu kota dari Prancis, di kota ini juga terdapat Menara Eiffel yang menjadi daya tarik wisatawan. Namun, jangan salah, Prancis tidak hanya soal Paris. Alih-alih mengunjungi Paris, saya mencoba untuk menjelajahi Lyon (baca: Liong), kota kedua terbesar di negara ini.

Jarak tempuh yang tidak terlalu jauh dari tempat tinggal saya, yaitu Jenewa, Swiss, menjadi-kon Lyon sebagai tujuan jika berkunjung ke Prancis. Dengan mengendarai mobil sekitar dua jam, saya sudah tiba di kota yang menurut saya tidak kalah cantik dari Paris ini.

Memasuki jalanan Lyon, saya seperti *dejavu*. Memang, jalanan Lyon tak ubahnya seperti di Paris. Usai memarkir mobil, saya langsung menuju pusat kota. Uniknya, ketika berjalan ke pusat kota, saya harus melewati jembatan yang membelah Sungai Rhone.

Setiba di pusat kota, saya langsung berswafoto ria di Place des Jacobins. Sebuah patung beserta air mancurnya yang sangat cantik.



Lyon juga terkenal dengan *outlet* untuk berbelanja dengan harga yang cukup murah. Kebetulan saya berkunjung ke Lyon saat musim diskon di Eropa. Bagi yang gemar berbelanja, Lyon bisa dijadikan tujuan.

Setelah itu, saya berjalan sekitar 600 meter ke sebuah alun-alun yaitu Place Bellecour. Di sini terdapat bianglala raksasa yang tentu dapat dinaiki. Namun, saya lebih tertarik untuk melihat kota Lyon secara keseluruhan dari bagian yang paling atas yaitu Basilika Gereja Notre Dame Fourviere.

Untuk mencapai gereja ini, saya harus naik kereta yang menanjak selama kurang lebih 10 menit. Harga tiket cukup murah yaitu 3 Euro untuk pulang pergi dan bisa dibeli di stasiun yang tak jauh dari Place Bellecour.

Ketika sampai, saya langsung menuju ke bagian belakang gereja untuk melihat keindahan Lyon dari atas. Kala itu, memang sudah gelap. Namun, gemerlap lampu kota Lyon terlihat cantik bagi saya.

Usai puas memandangi kota Lyon, tibalah saya untuk makan malam. Jangan khawatir, makan malam ala Prancis banyak tersebar di Old Town Lyon. Harga yang ditawarkan pun tak terlalu mahal dan sebanding dengan rasa makanan yang didapat. **M&J**



Pribadi Budiono
Direktur Utama BPR Lestari

“Selalu ada jalan ketika menghadapi keadaan sulit. Setiap masalah selalu ada solusinya. Yang penting jangan terlambat untuk berbuat. Pilihlah solusi yang paling tepat. Kemudian jalankan dengan segala daya upaya. Ini pasti membuahkan hasil.”



Sumber Foto : Freepik.com

Corona

Kepada semua tim di BPR Lestari, saya selalu berkampanye, jangan pernah takut terhadap suatu masalah. Masalah itu akan datang ke semua orang tanpa kecuali. Tidak membedakan mereka dari mana berasal. Bisa dari negara manapun, dari desa atau kota. Tidak memandang dari status sosial mereka. Bisa dari golongan menengah ke bawah atau menengah ke atas.

Tidak memandang intelektual kita. Bisa dari orang berpendidikan atau tidak. Tidak memandang umur, bisa anak-anak, remaja, dewasa atau tua. Tidak memandang gender, bisa laki-laki atau perempuan. Poinnya adalah masalah akan datang ke semua orang. Yang membedakan adalah kadar masalah dan kapan waktunya datang. Pesan saya kepada tim, jangan pernah takut terhadap

suatu masalah. Tapi takutlah ketika masalah datang, kita tidak siap. Untuk itu saya selalu kampanye untuk melakukan persiapan. Persiapan apa yang harus kita lakukan jika kita mempunyai masalah. Kita siapkan SOP dan protokol untuk mitigasi.

Sekarang masalah benar-benar datang. Penyebaran virus Corona, telah mengguncang sendi-sendi kehidupan di

seluruh dunia. Banyak orang terserang sakit dan banyak rumah sakit yang tidak bisa menampung. Banyak negara mengisolasi diri atau *lockdown*. Bursa saham di seluruh dunia ambruk. Dunia usaha satu per satu mulai tutup dan karyawan dirumahkan. *Multiplier* efek sudah menendang kemana-mana. Corona ini menimbulkan kepanikan dan kecemasan dalam masyarakat. Masalah ini datang begitu cepat. Banyak orang yang tidak siap. Masalah berubah menjadi sulit.

Persiapan akan menentukan hasil. Ketika kita telah siap dan masalah datang, masalah tidak akan berubah menjadi kesulitan. Dengan persiapan, berarti kita tahu apa yang harus dikerjakan jika masalah benar-benar datang. Masalah menjadi terkontrol. Segala sesuatu yang dapat dikontrol, penyelesaiannya menjadi mudah.

Apa yang membedakan masalah dengan keadaan sulit? Masalah adalah sesuatu yang bisa diolah atau diselesaikan. Jika Anda tidak dapat berbuat sesuatu, itu bukan masalah, melainkan keadaan sulit. Keadaan sulit adalah sesuatu yang harus Anda tanggulangi dan tanggung. Keadaan sulit ada ongkos yang harus ditanggung. Jika orang memperlakukan keadaan sulit sebagai masalah, menjadikan mereka frustrasi, marah dan depresi maka mereka memboroskan energi dan membuat keputusan yang buruk. Jika Anda dapat

memisahkan keadaan sulit dari masalah, Anda dapat menempatkan diri pada posisi yang jauh lebih baik untuk menangani keadaan sulit dan untuk menyelesaikan masalah. Pisahkan keadaan sulit dari masalah-masalah Anda hari ini. Kemudian tangani keduanya sesuai sifat masing-masing.

Apa yang Anda pikirkan melebihi segala sesuatu dalam kehidupan Anda. Lebih dari hasil yang Anda peroleh, lebih dari posisi sosial Anda dan lebih dari hal-hal lain yang dapat Anda pikirkan mengenai diri Anda. Setiap masalah akan membawa Anda lebih mengenal diri sendiri. Masalah itu akan menunjukkan bagaimana Anda berpikir dan seperti apa kualitas diri Anda.

Saat menghadapi masalah, bagaimana reaksi Anda? Apakah Anda mengabaikannya dan berharap masalah itu akan pergi dengan sendiri? Apakah Anda merasa tidak sanggup menyelesaikannya dan menyerah? Atau Anda menanganinya dengan sukarela? Kemampuan menyelesaikan masalah secara efektif berasal dari pengalaman menghadapi dan mengatasi hambatan.

Setiap kali Anda menyelesaikan masalah, Anda akan menjadi semakin baik dalam proses penyelesaian itu. Tetapi, jika Anda tidak pernah mencoba, gagal dan mencoba lagi, Anda tidak akan pernah berhasil menyelesaikan masalah. Bersedialah menangani sebuah masalah



Kemampuan menyelesaikan masalah secara efektif berasal dari pengalaman menghadapi dan mengatasi hambatan. Setiap kali Anda menyelesaikan masalah, Anda akan menjadi semakin baik dalam proses penyelesaian itu.”

sulit hari ini, walaupun besar kemungkinan Anda akan gagal.

Selalu ada jalan ketika menghadapi keadaan sulit. Setiap masalah selalu ada solusinya. Yang penting jangan terlambat untuk berbuat. Pilihlah solusi yang paling tepat. Kemudian jalankan dengan segala daya upaya. Ini pasti membuahkan hasil. Selamat membaca dan semoga terinspirasi. **M&I**

YOFI AMILAS “HATI DALAM ASMARA”

Musik dangdut kini semakin digemari mulai dari orang dewasa, remaja hingga anak-anak. Bahkan genre musik ini mulai diterima di luar Indonesia. Ajang pencarian bakat menyanyi dangdut-pun melahirkan banyak penyanyi baru yang menghiasi musik dangdut Indonesia. Salah satunya adalah Yofi Amilas, juara Runner Up KDI 5 di tahun 2008.

Wanita asal Bengkulu kelahiran 20 Mei 1989 ini, sudah menyukai dunia tarik suara sejak kecil. Lahir di tengah keluarga yang suka musik, Yofi Amilas sering diajak menyanyi oleh sang Ayah yang memiliki grup orkes musik yang tampil dari satu panggung ke panggung lainnya. Nama Yofi Amilas di kota kelahirannya pun sudah cukup dikenal.

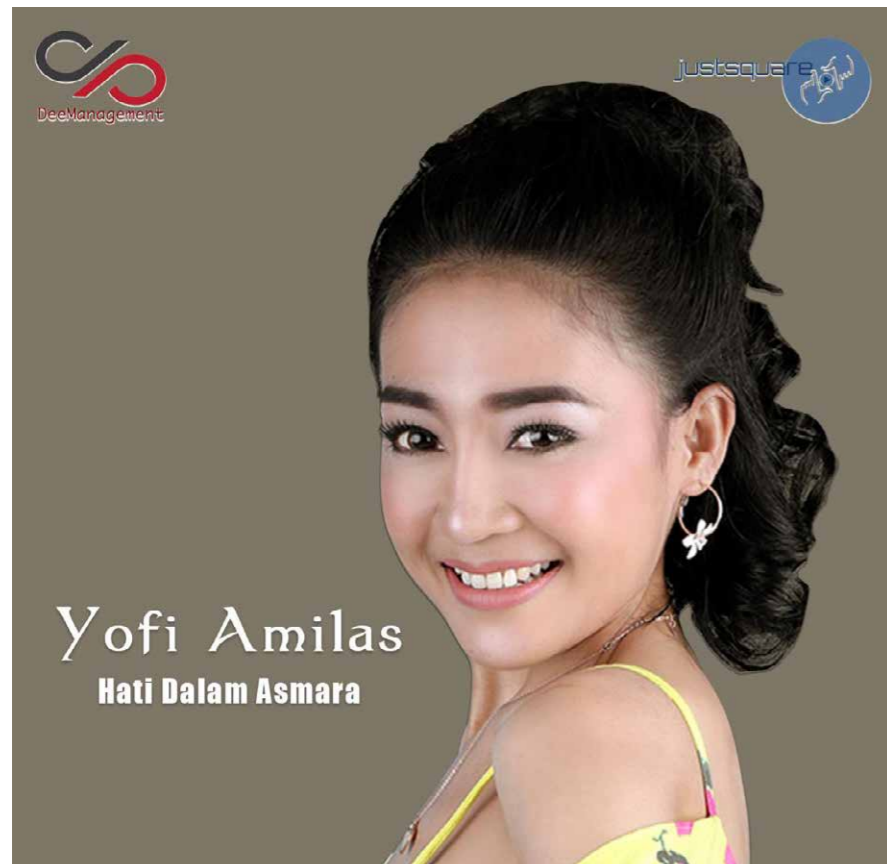
Di tahun 2012, Yofi sudah pernah merilis single pertama karya ciptanya sendiri yang berjudul “Perih Relung Ini”. Setelah itu, Yofi sempat vakum dari dunia menyanyi

selama 5 tahun. Kemudian di tahun 2019, Yofi kembali bernyanyi dan bergabung di bawah naungan label Justsquare Music dan merilis *single* terbarunya yang kembali diciptakan sendiri oleh Yofi, yang berjudul “Hati Dalam Asmara”.

“Lagu ini bercerita tentang perasaan yang terpendam, tentang rasa diam-diam suka terhadap seseorang dan ternyata dia juga memiliki perasaan yang sama. Dan ini adalah kisah nyata dari kehidupanku. Seolah aku bercerita kepada dia bahwa ini loh perasaanku. Untuk mendapatkan kamu itu, banyak yang aku lakukan dan semuanya aku tuangkan di lagu ini”, jelas Yofi tentang isi lagu ciptaannya ini.

Untuk proses pembuatan lagu Hati Dalam Asmara ini, Yofi harus melewati proses yang tidak sebentar. Walaupun Yofi menciptakan lagu ini hanya dalam waktu 1 hari, tapi rupanya cukup memakan waktu di proses rekamannya.

“Setelah aku buat liriknya, aku dibantu Mas Anton Gholock yang buat musiknya. Yang cukup memakan waktu itu di proses *mixing* dan *recording* karena sempat berulang-ulang. Kesulitan lainnya mungkin pada *mood* menyanyikan lagu ini. Agak sedikit sulit karena *feel*-nya susah, tapi setelah aku dengarkan beberapa saat dan setelah ditambahkan instrumen suling dan lain-lain. Akhirnya aku bisa membawakan dengan penjiwaan yang tepat, karena lagu ini kan memang sebenarnya bukan tentang kesedihan, melainkan tentang perasaan bahagia,” ucap Yofi. **M&I**



Yofi Amilas
Hati Dalam Asmara

Nikmati diskon 40% untuk nasabah The Royal dan Lestari First, dengan menunjukkan e-card di aplikasi LestariDiskon dan melakukan pembayaran dengan scan QR Lestari Mobile

Shaburi & Kintan Buffet adalah dua brand restoran yang mengusung Japanese premium cuisine dengan konsep All You Can Eat. Anda dapat menikmati hidangan dari kedua brand ini dalam satu tempat. Shaburi dengan andalannya yakni Shabu Shabu dengan citarasa khas Jepang, dan Kintan Buffet yang menonjolkan yakiniku dengan pilihan daging premium.

Jangan lewatkan untuk mencicipi 5 jenis kaldu yang khas ala Shaburi, saus “Tare” yang menjadi ikonik dari Kintan Buffet dengan tempat yang nyaman dan interior yang mengambil konsep Japanese Modern. Tak lupa untuk menikmati lebih dari 40 pilihan menu buffet yang dilengkapi dengan hidangan penutup yang pastinya menggugah selera Anda.

DISCOUNT
20%*



Shaburi Japanese Shabu-Shabu
Kintan Buffet

Trans Studio Mall Bali, Jl. Imam Bonjol, Denpasar, Bali



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi Lestari Diskon, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!



DARK MODE WHATSAPP AKHIRNYA HADIR!

WhatsApp akhirnya menghadirkan fitur mode gelap atau dark mode secara global. Hal ini menjawab antusiasme dari masyarakat Indonesia yang telah menantikan fitur ini di aplikasi WhatsApp mereka

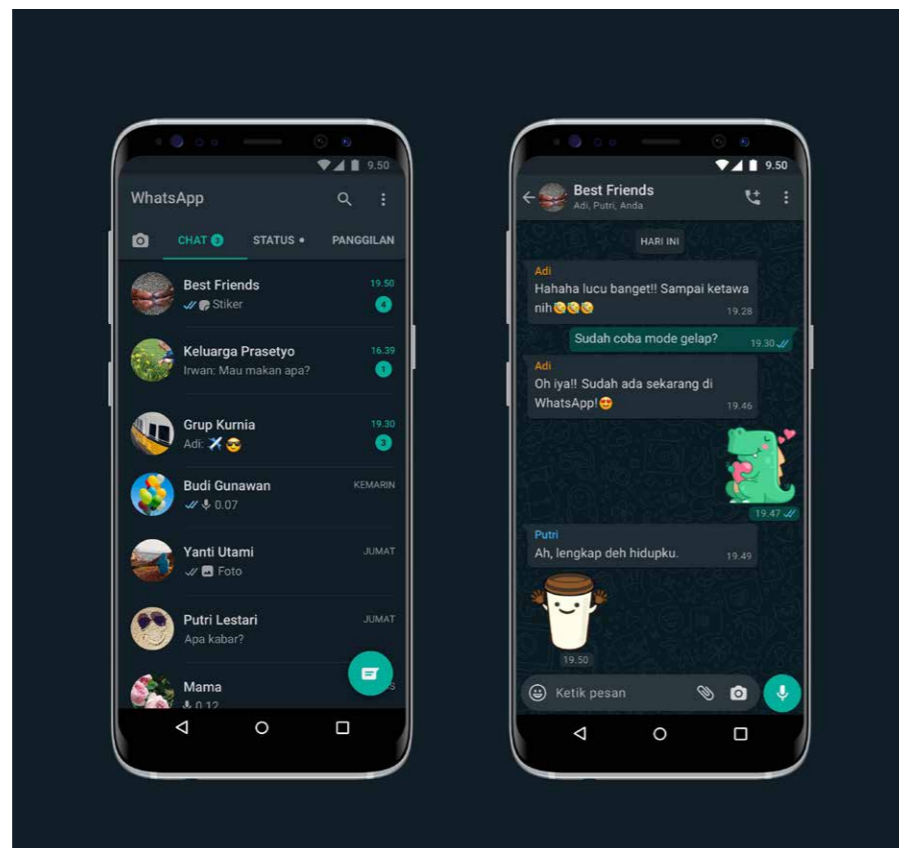
Mode gelap untuk WhatsApp memberikan pengalaman baru dengan tampilan yang lebih segar. Lebih jauh, fitur ini dirancang untuk mengurangi ketegangan mata di lingkungan yang minim cahaya, dan tentunya dengan harapan menghindari momen-momen canggung yang terjadi ketika cahaya dari ponsel Anda menerangi seisi ruangan.

Ketika sebagian besar aplikasi yang menawarkan pengalaman mode gelap memilih untuk menggunakan warna hitam murni, WhatsApp menemukan selama masa uji coba bahwa menyatukan warna hitam dan putih murni dapat menghasilkan kontras yang tinggi sehingga mengakibatkan kelelahan pada mata.

Oleh karena itu, dalam mode gelap WhatsApp, Anda akan melihat latar belakang yang memadukan warna abu-

abu gelap khusus dan putih tulang (*off-white*) yang membuat obrolan Anda lebih ramah untuk mata. Untuk mengaktifkan mode gelap, Anda harus memperbarui versi WhatsApp. Pengguna Android 10 dan iOS13 dapat mengaktifkan mode gelap dengan mudah melalui pengaturan

perangkat. Sementara itu, pengguna Android 9 dan versi sebelumnya dapat mengaktifkan mode gelap melalui Pengaturan WhatsApp > Chat > Tema > pilih 'Gelap'. **M&I**



DISCOUNT
30%*

Made's Warung didirikan pada tahun 1969 dan telah menjadi tempat makan dan pertemuan bagi penduduk lokal maupun ekspatriat/turis. Made's Warung telah berkembang dari warung tradisional pinggir jalan menjadi restoran kosmopolitan yang menyajikan berbagai makanan lokal dan internasional di Bali.

Menu andalan Made's Warung adalah menu tradisional khas Bali, seperti; nasi campur, ayam goreng bumbu Bali, sate lilit ikan, plecting, rendang, serta menyiapkan hidangan Indonesia lainnya dan beberapa menu western yang populer.

Spesial buat anda nasabah Prioritas BPR Lestari dan yang akan terbang melalui Terminal Domestik, Bandara I Gusti Ngurah Rai, Bali, kami akan memberikan spesial diskon sebesar 30%.



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266



Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!





Ben Abadi

Founder of Ben Abadi Rapid Profit

“Kesalahan itu terjadi karena kemampuan mereka dalam keterampilan manajerial sangat rendah, bukan kurangnya keterampilan teknis. Penguasaan mereka dalam keterampilan manajemen dan kemampuan mengaplikasikannya sangat terbatas.”



Sumber Foto : Freepik.com

World Class Manager

Berdasarkan riset terbaru dari Gallup, 70% manager masih menggunakan cara lama dan tidak tahu cara me-manage milenial sehingga banyak menciptakan manager gagal. Lebih dari separuh karyawan mencari pekerjaan baru atau melihat-lihat situs lowongan pekerjaan.

Apakah manager Anda termasuk dari mereka yang menggunakan cara-cara lama?
Apakah manager Anda dapat me-manage para karyawan lintas generasi? Faktanya nasib perusahaan sangat ditentukan oleh kualitas manager.

Beberapa pengusaha berpikir bahwa hanya perusahaan besar saja yang memerlukan manager, perusahaan kecil tidak diperlu manager karena akan menambah pengeluaran dan perusahaan malah akan merugi. Hal tersebut tidaklah benar. Banyak perusahaan kecil yang berkembang karena adanya manager.

Manager berfungsi sebagai perantara yang mengeksekusi *planning ke action* untuk kemajuan perusahaan. Manager yang tidak mampu mengeksekusi *planning* dan tidak mampu menciptakan tim kuat maka hanya akan menjadi beban bagi perusahaan. Oleh karenanya seorang *owner* atau direktur harus bijak dan pintar dalam merekrut seorang manager.



*Manager berfungsi sebagai perantara yang mengeksekusi **planning ke action** untuk kemajuan perusahaan. Manager yang tidak mampu mengeksekusi **planning** dan tidak mampu menciptakan tim kuat maka hanya akan menjadi beban bagi perusahaan.”*

Bahkan jika kita salah dalam memilih bisa mengakibatkan kerugian besar bagi perusahaan.

Para pemimpin perusahaan sering mengeluhkan tentang kinerja para manajernya. Mereka dianggap tidak mampu menjalankan fungsinya dengan baik, karena sering tidak bisa mengatasi masalah-masalah yang terjadi di lapangan. Mereka juga dianggap kurang bekerja keras dalam usaha mencapai target yang telah ditetapkan perusahaan, sehingga kinerja perusahaan menjadi tidak optimal.

Hal ini terjadi karena banyak manager dan supervisor yang terjebak dalam pekerjaan rutinitas, sehingga terlalu banyak menghabiskan waktu untuk melakukan pekerjaan yang hanya memberikan kontribusi kecil bagi pencapaian tujuan organisasi. Mereka tenggelam dalam urusan administratif dan operasional, sehingga mereka merasa sudah bekerja sangat keras, namun hasilnya tidak kelihatan.

Kesalahan itu terjadi karena kemampuan mereka dalam keterampilan manajerial sangat rendah, bukan kurangnya keterampilan teknis. Penguasaan mereka dalam keterampilan manajemen dan kemampuan mengaplikasikannya sangat terbatas. Secara teori mereka mengetahui, namun lemah dalam implementasi.

Karena itu mereka perlu mendapat bimbingan yang memadai agar mampu menerapkan konsep-konsep manajemen ke dalam keseharian bekerja.

Sebenarnya apa sajakah tugas seorang manager yang harus diketahui oleh para *owner*?

1. Mempertahankan staf dengan merekrut, memilih, mengorientasi, dan melakukan pelatihan karyawan, menjaga lingkungan kerja yang aman, nyaman, dan tertib.
2. Menyelesaikan dan mengevaluasi kinerja staf dengan berkomunikasi, perencanaan, monitoring, dan menilai hasil pekerjaan.
3. Melakukan *coaching*, konseling, dan mendisiplinkan karyawan, mengembangkan, mengkoordinasikan sistem, kebijakan, prosedur, dan standar produktivitas.
4. Menetapkan tujuan strategis dengan mengumpulkan bidang bisnis yang bersangkutan, keuangan, layanan, dan informasi.
5. Mengidentifikasi dan mengevaluasi tren, memilih tindakan, mendefinisikan tujuan dan mengevaluasi hasil.

Sedangkan untuk tanggung jawab manajer itu sendiri adalah menyelesaikan tujuan organisasi atau perusahaan dengan mengelola staf sesuai dengan departemen yang dia pimpin, bertanggung jawab tentang perencanaan dan evaluasi kegiatan sebuah organisasi atau perusahaan, menjalankan proses atau fungsi manajemen, dengan membuat perencanaan serta mengambil keputusan, mengorganisasikan, memimpin, serta melakukan fungsi pengawasan terhadap manusia atau pekerja, keuangan, aset fisik, serta informasi.

Dalam pelaksanaan kegiatannya, seorang manajer harus dapat mencapai tujuan organisasi melalui kerjasama dengan banyak orang (staf).

Lalu, bagaimana caranya agar Anda dapat menjadi manajer yang mampu memenuhi target perusahaan serta dihormati tim maupun klien? Berikut ini ada kiat-kiat sukses yang bisa Anda terapkan:

1. Memahami Karakter dari Partner Kerja - Karakter orang bekerja yang beragam biasanya dipengaruhi alasan mereka dalam menjalaninya. Ada yang bekerja karena memang sesuai dengan minat dan bidangnya, ada pula yang hanya ingin mengejar uangnya. Bahkan ada yang gabungan dari kedua karakter tadi. Sebagai seorang manajer, Anda harus mampu memahami dan mempelajari karakter dari *partner* maupun tim kerja. Sehingga Anda tidak akan kesulitan dalam membangun kepercayaan dan kerja sama dengan mereka di kemudian hari.

2. Sanggup Menjalin Komunikasi yang Baik. - Anda mungkin sudah sering mendengar tips ini, tetapi komunikasi yang baik dalam dunia bisnis memang memberikan dampak yang signifikan. Khususnya bagi seorang manajer yang harus mampu memimpin sekaligus bekerja sama dengan baik. Ketika bersua dengan klien, Anda dituntut sanggup menjelaskan visi dan misi perusahaan dan meraih kepercayaan mereka.

3. Mengelola Uang dan Waktu dengan Benar - Waktu adalah uang. Dalam berbisnis, kedua hal ini saling mempengaruhi dan harus dikelola dengan benar kalau Anda tak ingin bisnis cepat bangkrut. Lantas, sebagai seorang manajer, Anda harus dapat melatih diri dalam mengelola waktu supaya bisnis berjalan tanpa hambatan. Hargai waktu dengan tidak datang terlambat ke sebuah pertemuan. Sementara untuk keuangan, manajer diminta untuk mampu kritis terhadap finansial usaha yang sedang dikembangkan.

4. Senantiasa Meningkatkan Kualitas Diri Sendiri - Kadang, terlalu fokus terhadap pekerjaan dapat membuat seseorang melupakan dirinya sendiri. Maka, sesibuk apa pun Anda sebagai manajer, jangan lupa untuk meningkatkan kemampuan dan kualitas diri. Lakukan evaluasi dan perbaiki segala kekurangan yang masih menghalangi karir maupun bisnis Anda.

5. Menggunakan Program dan Teknologi Terkini. - Di era globalisasi seperti sekarang, teknologi telah menjadi bagian yang tak terlepaskan dari bisnis. Supaya usaha Anda terus berjalan dan *up-to-date*, pastikan bisnis Anda menggunakan teknologi terkini sebagai manajer, Anda dapat memakai berbagai fitur untuk berkolaborasi bersama tim atau klien secara *real-time* walau Anda sedang ada di luar kota. Sistem keamanannya yang berlapis akan melindungi data Anda dari kejahatan *cyber*. M&I



Sumber Foto : Freepik.com

BERORIENTASI PADA **LIFE SKILLS**

PROFESSIONAL SKILLS &

FINANCIAL LITERACY. AGAR LULUSANNYA ..

#BISA KERJA

DIMANA AJA

#1

**ACCOUNTING
AND TAX FOR
BUSINESS**

#2

**ACCOUNTING,
FINANCE AND
BANKING**

#3

**SI-
ACCOUNTING
FOR BUSINESS**

AKUBANK merupakan kampus pendidikan sertifikasi profesi yang telah terakreditasi, dengan orientasi lahirnya *today executive* dan *professional entrepreneurs* untuk kebutuhan industri di era MEA. Untuk program Akuntansi & Perbankan, AKUBANK merupakan kampus pertama dan satu-satunya yang ada di Bali.

KARIR SETELAH LULUS KULIAH

- Akuntan di berbagai industri baik pemerintah, swasta maupun BUMN
- Bank dan Lembaga Keuangan lainnya
- Konsultan Pajak / Akuntansi
- Auditor & Ahli perpajakan
- Konsultan Keuangan (Financial Planner)
- Investment & Portofolio Analys

Kuliah Cepat
Langsung Kerja.,
atau Professional
Bergelar Sarjana?

SEMUANYA BISA!!

AKUBANK COLLEGE

Jl. Dewi Madri III Renon Denpasar

TELP : 082 144 021 868

INFO : Fina 085 237 526 899

Adi 085 333 010 311

Instagram & Facebook @AKUBANK COLLEGE



DAFTAR ONLINE
www.akubank.co.id

DUA PAMERAN ISTIMEWA DI MUSEUM MACAN

Museum Macan membuka tahun 2020 dengan dua pameran istimewa, yaitu pameran tunggal pertama Melati Suryodarmo di Museum dan penampilan perdana Manifesto karya Jualan Rosefeldt di Indonesia. Dalam pameran ini, performing arts dibungkus melalui tayangan visual, menunjukkan peran penting video dan performans dalam konteks seni kontemporer.



Melati Suryodarmo adalah salah satu seniman Indonesia yang sangat unik, dikenal dengan karya-karya yang menantang fisik dan berdurasi panjang. Melati telah berpameran dan menampilkan karya-karyanya secara luas di seluruh

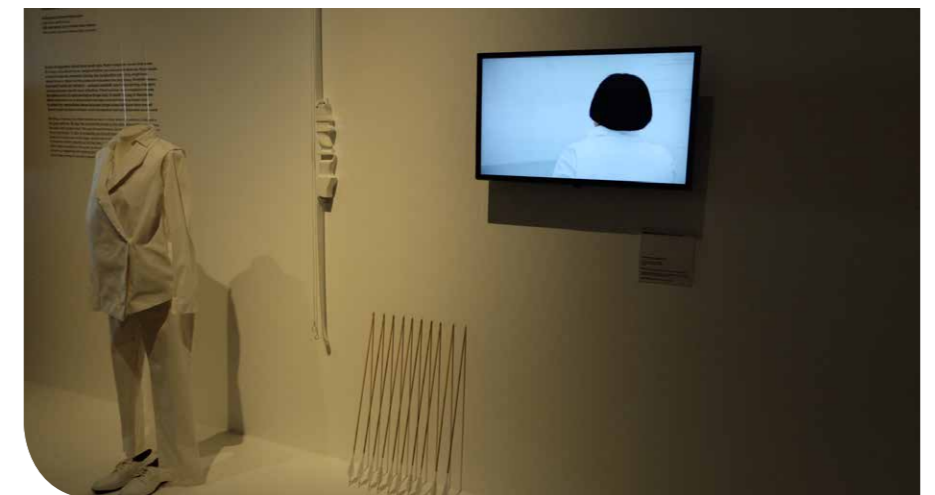
dunia. Saat ini ia tinggal di Indonesia dan Jerman. Salah satu hal yang mendasar bagi karya Melati adalah keinginan untuk memupuk praktik kesenian yang merespon lingkungan budaya Jawa tempat ia berada, seraya melibatkan

percakapan global mengenai peran seniman dan kesenian di masyarakat. Karya-karya seniman kelahiran Surakarta ini menantang ketahanan tubuh baik secara fisik dan psikologis, bagian dari sebuah proses mencapai kesadaran spiritual pribadi yang lebih mendalam.

Why Let the Chicken Run? adalah pameran tunggal perdana Melati Suryodarmo di museum, menampilkan pemilihan karya penting dari praktik berkesenian selama lebih dari 20 tahun, termasuk 12 *performans* yang berdurasi antara 15 menit hingga 12 jam. Dalam periode 13 minggu, beberapa karya sang seniman yang paling menantang dan membuatnya dikenal, juga artefak dari *performans* sebelumnya, karya foto hingga dokumentasi video yang bersifat historis



Pengunjung akan menjumpai sisi berbeda dari praktik artistik Melati Suryodarmo di setiap kunjungan. Melati mengatakan bahwa dalam Performing Art, pengunjung akan mendapatkan pengalaman yang hanya bisa dirasakan saat perform saja. “Ada ruang yang sebuah proses seni, bagaimana energi itu bergerak, pesan disampaikan, dan imajinasi yang dikembangkan oleh masing-masing penonton.”



ditampilkan. Pameran ini akan membuka dialog tentang tubuh, memori dan penjelajahan mendalam tentang makna menjadi manusia.

Dalam pameran ini, Melati menampilkan beberapa karyanya yang paling dikenal, termasuk *Why Let the Chicken Run?* (2001), di mana sang seniman akan mengejar seekor ayam jantan hitam di area galeri, menyimbolkan proses manusia

dalam mengejar hal-hal yang ia inginkan dalam hidup.

Karya lain yang akan ditampilkan adalah *Exergie Butter Dance* (2000), salah satu karya Melati yang paling populer. Di akhir pekan pertama pameran, sang seniman akan menampilkan karya berdurasi 12 jam yang berjudul *I'm A Ghost in My Own House* (2012), sebuah kesempatan untuk *audiens* mengalami pertemuan emosional

dengan Melati, juga mempertunjukkan ketahanan tubuh dan mentalnya.

Ada pula karya Melati yang berjudul *Sweet Dreams Sweet*, yang menggandeng 30 performer perempuan mengenakan seragam berwarna putih yang menutupi wajah. Mereka bergerak, berjalan dan berbaring berpasangan sebelum menyebar dan duduk di seluruh ruang. *Sweet Dreams Sweet* adalah komentar politis Melati terhadap situasi sosial budaya di Indonesia, dengan mengeksplorasi gagasan mengenai kehadiran kelompok yang melakukan penindasan terhadap individualitas sehingga ada pergeseran bertahap yang semakin menjauh dari pluralisme.

Bertepatan dengan penampilan istimewa ini, museum akan dibuka lebih lama – dari pukul 09.00 hingga 21.00 WIB. Selama periode pameran, pengunjung dapat menikmati *performans* harian, beberapa di antaranya akan ditampilkan oleh seniman yang telah dipilih dan melalui pelatihan khusus. Pengunjung akan menjumpai sisi berbeda dari praktik artistik Melati Suryodarmo di setiap kunjungan. Melati mengatakan bahwa dalam *Performing Art*, pengunjung akan mendapatkan pengalaman yang hanya bisa dirasakan saat *perform* saja. “Ada ruang yang sebuah proses seni, bagaimana energi itu bergerak, pesan disampaikan, dan imajinasi yang dikembangkan oleh masing-masing penonton,” ungkap Melati.

Bersamaan dengan pameran Melati Suryodarmo, Museum MACAN juga akan menampilkan Julian Rosefeldt: *Manifesto*, sebuah instalasi multimedia dengan 13 layar, menampilkan aktor pemenang penghargaan Oscar, Cate Blanchett, dalam 13 peran yang berbeda;

membawakan monolog yang dibentuk dari kolase manifesto para perupa dari abad ke-20, termasuk tulisan kaum Futuris, Dadais, perupa Fluxus, Suprematis, Situasionis, Dogme 95 dan kelompok perupa lainnya, serta hasil renungan para perupa individual, arsitek, penari dan pembuat film. Dengan menyusun ulang gagasan-gagasan ini, Rosefeldt memberikan penghormatan terhadap tradisi Manifesto perupa, juga menegaskan peran penting perupa dalam masyarakat masa kini.

Dalam upaya mengelaborasi gagasan Manifesto bersama *audiens* Indonesia, MACAN merancang sebuah program edukasi interaktif bernama Kolase Pikiran. Dalam program ini, pengunjung akan mendapati pernyataan-pernyataan dari Manifesto yang dicetak, agar mereka dapat menyusun ulang kata dan frasa

dalam pernyataan tersebut untuk membuat “Manifesto” mereka sendiri.

Museum MACAN juga telah mempersiapkan beragam program wicara, tur dan program publik lainnya untuk membuka kesempatan dialog langsung antara *audiens* dengan para perupa dan gagasan mereka, termasuk Wicara Seniman dengan gaya angkringan bersama Melati Suryodarmo dan Kuliah Terbuka dengan Julian Rosefeldt.

Pameran Why Let the Chicken Run dan Manifesto berlangsung di Museum MACAN mulai dari 28 Februari – 31 Mei 2020. Kedua pameran ini akan memberikan ruang untuk membuka dialog tentang praktik seni kontemporer mutakhir, yang disajikan melalui cara-cara yang relatif baru. **M&I**



Ajam Goreng Spesial ‘Lombok Idjo’
Jalan Cok Agung Tresna No.114 Denpasar - Bali



Perlahan tapi pasti Lombok Idjo terus berkembang sampai saat ini dan memiliki 17 cabang di Jawa Tengah, Jawa Timur dan Bali.

DISKON 40% bagi Anda pemilik kartu The Royal dan Lestari First BPR Lestari. Nikmati keistimewaan rasa dari Ayam Goreng Spesial Lombok Idjo.

Lombok Idjo lahir dari inspirasi dan keinginan untuk mengakomodasi masyarakat terhadap adanya rumah makan Indonesia yang enak, murah, cepat & nyaman. Restoran yang terletak di daerah Renon, Denpasar ini khas dengan pilihan menu yang menggunakan gaya bahasa zaman dulu. Beberapa menu andalan dan yang menjadi ciri khas yakni Ayam Goreng, Ayam Bakar, Sayur Asem, Sop Buntut, dan Sayur Bening.

Interiornya pun sangat kental dengan budaya Jawa mulai dari dinding dengan aksen bata merah hingga lampu gantung yang menciptakan kesan rumah Jawa.



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 08228982266



Temukan diskon di lebih dari 2000 merchant di Aplikasi **Lestari Diskon**, dan nikmati diskon sampai 40% bagi pemegang kartu The Royal dan Lestari First

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!





Sumber Foto : Freepik.com

Ketika kita terlalu keras pada tubuh atau bahkan tidak peduli pada kebutuhan emosional diri sendiri, itu artinya harus siap menyambut berbagai masalah kesehatan mental termasuk depresi atau gangguan kecemasan, cedera fisik, bahkan penyakit-penyakit yang lain.

Anda tidak akan mampu menjaga orang tersayang sebelum menjaga diri sendiri terlebih dahulu. Bahkan ketika bepergian menggunakan pesawat, sebelum lepas landas para pramugari akan memeragakan aturan keselamatan, dan ketika masker oksigen jatuh dari langit-langit pesawat, yang pertama harus dilakukan adalah menggunakannya terlebih dahulu sebelum membantu orang lain. Hal ini pasti lebih mudah dipahami oleh Anda yang sudah berkeluarga.

Berikut ini adalah 5 kebiasaan sederhana yang dapat dilakukan sebagai bentuk

kepedulian terhadap diri sendiri dan tentu saja keluarga.

Beri anak, pasangan, bahkan hewan peliharaan sebuah pelukan

Luangkan selalu waktu Anda untuk berbagi pelukan dengan yang tersayang. Tidak perlu lama, cukup 20 detik pelukan saja setiap hari dapat meningkatkan kadar oksitosin atau biasa disebut dengan hormon cinta, meningkatkan serotonin yang membantu manusia untuk merasa bahagia, memperkuat sistem kekebalan tubuh, menurunkan tekanan darah, menyeimbangkan sistem saraf dan melepaskan ketegangan.

Habiskan waktu dengan yang tersayang

Kita adalah makhluk sosial yang tidak dapat melepaskan diri dari pengaruh manusia lainnya. Penelitian membuktikan bahwa orang yang bersosialisasi sering kali memiliki tingkat kebahagiaan yang lebih tinggi. Tidak perlu bertatap muka, terkadang berbincang tentang topik ringan di telepon dengan orang tersayang sudah mampu meningkatkan *mood* kita. Jadi tidak ada salahnya menjadwalkan waktu berkencan dengan pasangan Anda. Luangkan waktu khusus untuk anak-anak atau sesekali menikmati *happy hour* dengan teman baik.

5 KEBIASAAN UNTUK TUBUH & PIKIRAN YANG SEHAT

Manjakan tubuh Anda

“When you look good, you feel good”.

Ganti model rambut, percantik kuku-kuku Anda, nikmati perawatan wajah, *manicure* atau *pedicure* di salon langganan. Ketika peduli terhadap penampilan, kita akan merasa sehat secara emosional.

Berbaik Hatilah kepada Diri Sendiri

Perlakukan diri Anda selayaknya teman dekat. Bicaralah dengan diri sendiri seperti sedang berbicara dengan orang yang kita cintai. Berikan waktu untuk diri Anda beristirahat. Jangan lupa memberi pujian ketika berhasil menyelesaikan sesuatu. Ini waktunya mengatakan kepada diri sendiri, “terima kasih, kamu sudah melakukan yang terbaik!”

Beri Asupan Pikiran Anda

Coba hal baru! Sebagai manusia kita perlu untuk menggunakan kapasitas kognitif kita secara maksimal. Kita perlu terus belajar untuk dapat tumbuh dan berkembang dengan baik. Ikuti kursus *online* maupun *offline* sesuai *passion* Anda, baca buku atau dengarkan *podcast*. **M&I**



“

Bicaralah dengan diri sendiri seperti sedang berbicara dengan orang yang kita cintai. Berikan waktu untuk diri Anda beristirahat. Jangan lupa memberi pujian ketika berhasil menyelesaikan sesuatu. Ini waktunya mengatakan kepada diri sendiri, “terima kasih, kamu sudah melakukan yang terbaik!”

Sumber : www.freepik.com

Bisnis Beromzet Miliaran yang Dimulai dari Garasi Rumah

Berawal dari bekerja dengan orang lain di sebuah toko kamera hingga membuka bisnis kamera secara online, Samuel adalah contoh pengusaha muda yang tekun dan pantang menyerah. Membangun brand Fujishop.id yang kini merambah Jakarta dan Tangerang dengan omzet miliaran rupiah membuatnya tak lantas lupa diri. Ia tetap menjalankan bisnisnya dengan kerendahan hati. Bahkan tak segan-segan membagi ilmu dengan para karyawan dan juga masyarakat tentang kamera dan dunia fotografi.

Di toko-tokonya terdapat ruang kelas yang bisa digunakan mahasiswa atau komunitas untuk mengadakan pertemuan atau *workshop*. Belakangan langkah ini membawa perusahaannya kini makin dikenal banyak orang. Apalagi dengan promosi yang gencar melalui media sosial. Kamera, yang saat ini telah menjadi gaya hidup masyarakat adalah bisnis menjanjikan, di tengah serbuan *gadget* lengkap dengan fitur kamera.

Bagaimana perjalanan bisnis kamera yang dimulai dari garasi rumah ini, dan apa kiat bisnisnya sehingga tetap bertahan hingga saat ini? Berikut wawancara Angga Wijaya, reporter majalah Money&I dengan N. Samuel Ongkowitz, pendiri dan pemilik Fujishop.id.

Ceritakan masa sekolah dan masa awal karir Anda sebelum sekarang?

Saya SMA bersekolah di SMA Harapan di Denpasar, lalu kuliah di Teknik Mesin

Fakultas Teknik Universitas Udayana, tapi tak sampai lulus. Waktu itu hingga semester akhir dan tinggal skripsi, tak lulus karena sibuk bekerja. Saya masuk kuliah tahun 2006, dan mulai bekerja tahun 2007. Menikah di tahun 2008, dan setahun kemudian punya momongan.

Karena tuntutan berkeluarga mengharuskan saya untuk kerja, sehingga kuliah yang hampir rampung tak bisa saya selesaikan. Awal mula bekerja sebenarnya sejak tamat SMA di sebuah toko kamera sebagai operator cetak foto, *training* selama tiga bulan di Pertokoan Udayana, setelah itu pindah ke Carrefour di mana saya kuliah sembari bekerja.

Awal bisnis secara mandiri saya mulai sejak akhir 2015, dimulai dari bisnis *online*, di masa itu bisnis *offline* sangat merajai, orang datang ke toko berbelanja dan orang-orang masih belum familiar dengan bisnis *online* dan kurang percaya, barangnya bagaimana, benar tidak barang



Pertama, saya membangun bisnis Fujishop.id karena passion di kamera, karena dari awal saya terjun ke dunia kerja memang di bidang kamera, selain dunia pergaulan dengan teman-teman dan rekan bisnis memang tak jauh dari kamera. Saya melihat sisi bisnis dari dunia fotografi terutama bisnis online, yang saya lihat potensinya besar dan saya coba membangunnya.”



dikirim adalah pertanyaan dan pendapat masyarakat pada umumnya kala itu. Apalagi di Bali, pengetahuan tentang *online shopping* masih sangat kurang apalagi *platform online* di Indonesia belum seramai sekarang. Waktu itu hanya ada Lazada, Bukalapak sudah ada tapi yang *ngetren* Lazada dan Tokopedia. Dan di Bali bisnis belum banyak yang *online based*, hanya mengandalkan media sosial terutama Facebook atau memasang iklan di koran, bisa dibilang masih konvensional.

Bisnis saya waktu itu benar-benar *online*. Awalnya saya tidak punya toko, saya memulai bisnis dari garasi rumah, dengan menggunakan Instagram dan Line. Lalu merambah ke WhatsApp dan *email*, itu pun *email* yang saya buat bukan *email* gratis. Saya mempunyai prinsip jika berbisnis *online* mesti membuat sistem di mana orang lain bisa percaya. Saya bisa saja membuat *email* gratis, tapi belum tentu orang percaya pada saya. Maka itu saya bikin *email* dengan mode bisnis, lengkap dengan beberapa nomor rekening “cantik” dan mudah diingat, yang sama dengan nomor telepon saya. Saya ingin menumbuhkan *trust* ke *customer* dan membangun bisnis *online* yang bukan “kacangan”, bukan yang tipu-tipu juga, makanya saya bikin sesuatu yang benar-benar rapi. Termasuk soal pajak di mana saya berkonsultasi dengan ahlinya dan mendapat masukan kalau kita mau besar, dari awal administrasi pajak mesti rapi, NPWP dan lain-lain harus ada.

Apa yang membuat Anda tertarik membangun bisnis ini?

Pertama, saya membangun bisnis Fujishop.id karena *passion* saya di kamera karena dari awal saya terjun ke dunia

kerja memang di bidang kamera, selain dunia pergaulan dengan teman-teman dan rekan bisnis memang tak jauh dari kamera. Saya melihat sisi bisnis dari dunia fotografi terutama bisnis *online*, yang saya lihat potensinya besar. Dan saya coba membangunnya. Waktu itu saya *apply* ke beberapa *brand* dan yang *approve* hanya Fuji Film, dengan syarat tak boleh membuka toko dan harus secara *online*. Jadi saya jalankan dan menganggap ini sebuah tantangan, walau saat itu bisnis *online* belum seramai sekarang.

Saya ingat modal saya hanya lima belas juta rupiah di awal membangun bisnis kamera, untuk biaya merenovasi garasi rumah dan yang lain. Modal saya bisa dibidang adalah modal nekat dan mulut manis. Tentu hal ini mendapat ujian dari kolega dan keluarga, seberapa serius saya menjalaninya.

Pertama saya diberi produk sebanyak lima unit, dan ditanya bisa laku atau tidak, dan jika laku butuh waktu berapa lama. Puji Tuhan, produk itu laku terjual hanya butuh waktu tiga hari. Dan akhirnya dikirim lagi

sepuluh unit yang habis terjual selama seminggu. Dari sana, dikirim lagi 30 unit yang laku selama sebulan. Dari sana saya terus memutar modal yang juga dibantu dengan pemasaran dengan tulisan. Waktu itu zamannya *blogger* dan bisnis saya ditulis oleh seorang *blogger* makanan, dan saya juga bikin kompetisi foto, *give away*, dan lambat laun *follower* saya kian bertambah dan omzet juga naik.

Prestasi terbaik dalam penjualan di garasi rumah saya dalam sebulan berkisar Rp. 900 juta rupiah, dan saya membayar ekspedisi tiap bulan hingga 8 juta rupiah. Setelah enam bulan berjalan saya melakukan *market review*, yang menunjukkan penjualan paling banyak dari Jakarta walau toko *online* saya berada di Bali. Jadi saya bikin seolah-olah toko saya berada di Jakarta yang mana *customer trust* akan lebih tumbuh jika toko berada di Jakarta, bukan di Bali. Dan memang pembeli lebih banyak yang berasal dari Jakarta. Itu trik bisnis saya di awal.

Akhirnya, saya membuka bisnis di Jakarta setelah sebelumnya melakukan konsultasi

dengan Fuji Film. Saya *mapping* di kawasan Senayan yang memiliki tiga *mall*, dan melihat satu kios yang disewakan, akhirnya saya menyewanya. Waktu itu harga sewanya setahun Rp. 40 juta. Itu September 2016, saya akhirnya pindah ke Jakarta dan menyewa kamar kos di wilayah dekat dengan toko saya. Itu pertama kali saya hidup sendiri dan tinggal jauh dari keluarga.

Di awal minggu saya bekerja sendirian, dari membuka dan menutup toko serta melayani pembeli. Seminggu kemudian saya merekrut karyawan dan saat itu sistem belum ada, bisa dibidang ini langkah yang berani dan nekat. Setelah itu saya benahi sistem karena administrasi dan pembukuan sangat penting, sebab saya tak bekerja sendirian lagi. Termasuk soal pajak semua saya benahi. Ini soal *trust*, apalagi saya menjual barang resmi bukan abal-abal. Soal omzet, jauh melebihi di Bali. Jika di Bali omzet saya Rp. 900 juta per bulan, sedangkan di Jakarta Rp. 2,5 miliar. Jujur waktu itu saya kaget.

Siapa yang memberi pengaruh besar di masa awal karir?

Yang pasti keluarga, istri dan orang tua. Di luar aspek keluarga, inspirator saya adalah almarhum Kristupa Saragih, seorang fotografer senior. Dia bisa dibidang kakak angkat yang banyak memberi masukan dan dukungan pada saya. Ia yang pertama kali memberi saran untuk tidak lagi bekerja pada orang lain dan memulai bisnis sendiri. Hingga saat dia meninggal, banyak memberi dukungan moral dan mental termasuk mendidik saya dengan mengenalkan saya pada orang-orang hebat, jadi saya banyak punya relasi baru.

Selain itu, teman-teman saya selalu mendukung untuk berbisnis, dan berkat dukungan mereka, saya menjadi berani dan yakin membuka usaha. Saya akui kekurangan saya adalah rasa kurang percaya diri, karena kita sudah terbiasa dengan zona nyaman. Misalnya dengan gaji sekian rupiah per bulan kita bisa menghitung berapa pengeluaran, berapa untuk bayar cicilan misalnya. Jika sudah aman kita anggap selesai, tak ada beban.



Berbeda dengan berbisnis sendiri. *Pressure* atau tekanannya berbeda. Kalau punya usaha sendiri tentu kita memikirkan para karyawan, bisa tidak menggaji mereka. Itu perbedaan pekerja dan pengusaha. Makanya saya selalu mendidik karyawan untuk menganggap diri mereka sebagai *owner* atau pemilik perusahaan, dan menganggap diri diberi modal dan mereka yang menjalankan.

Dengan itu, mereka lebih loyal dan lebih punya rasa tanggung jawab serta lebih bersemangat dalam bekerja. Saya juga mengajarkan para karyawan untuk menyampaikan ide dan gagasan mereka terkait perkembangan perusahaan dan juga sebaliknya. Puji Tuhan, dengan cara itu tiga toko saya yakni di Jakarta, Serpong-Tangerang dan di Denpasar bisa *survive* hingga sekarang.

Setelah membuka toko di Jakarta, apa yang Anda lakukan?

Saya membuka toko di Denpasar, Bali. Karena merasa jika hanya membuka toko di Jakarta, saya lupa pada kota asal. Itu tahun 2018, namun, toko yang saya buka di Bali memiliki konsep yang berbeda dengan toko kamera lain yang ada di

Bali khususnya. Saya melihat banyak orang memiliki kamera tapi untuk belajar menggunakannya agak susah. Memang kini mereka bisa belajar secara *online* di internet, tapi bagi saya itu jauh berbeda ketimbang kita belajar langsung.

Maka itu, saya siapkan ruang kelas di lantai dua toko saya. Ruang itu bisa dipakai sebagai ruang belajar dan *workshop* fotografi yang saya adakan dua kali dalam sebulan. Dan saya mempersilahkan jika ada komunitas atau bahkan mahasiswa yang memakai ruang kelas untuk kegiatan berkaitan dengan fotografi tanpa harus membayar atau gratis. Itu juga yang saya lakukan di dua toko lain, tak hanya berbisnis tapi juga ada misi edukasi.

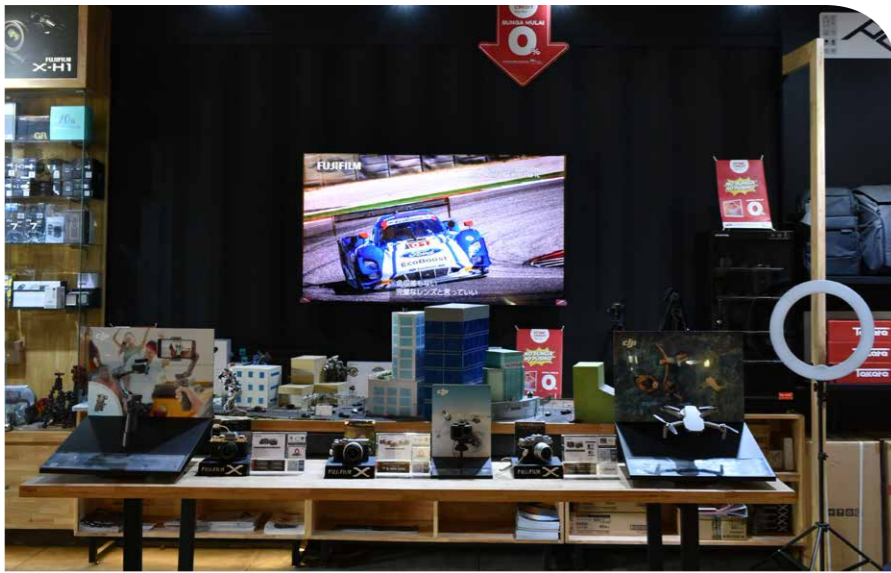
Adakah momen yang membuat Anda seperti sekarang ini?

Sebenarnya momen yang membuat saya seperti sekarang ini banyak. Tapi ada satu momen yang tak pernah saya lupakan, yaitu saat berjualan di garasi. Itu bukan hal yang mudah waktu itu, karena melihat *customer* datang dan melihat kita hanya berjualan di garasi rumah. Tapi bagi sebagian *customer* itu hal yang wajar,



..saya siapkan ruang kelas di lantai dua toko saya. Ruang itu bisa dipakai sebagai ruang belajar dan workshop fotografi yang saya adakan dua kali dalam sebulan. Dan, saya mempersilahkan jika ada komunitas atau bahkan mahasiswa yang memakai ruang kelas untuk kegiatan berkaitan dengan fotografi dengan tanpa harus membayar atau gratis. Itu juga yang saya lakukan di dua toko lain, tak hanya berbisnis tapi juga ada misi edukasi."





karena bagi mereka produk jualan yang lebih penting bukan tempat berjualannya.

Sejak awal, saya belajar untuk melihat *customer* tidak hanya sebagai *customer* tapi lebih sebagai teman. Dan, bagi saya rekomendasi dari *customer* yang saya anggap sebagai teman ke *customer* lain itu yang jauh lebih penting. Jika kita hanya menganggap mereka hanya sebagai *customer*, setelah transaksi, hubungan itu berakhir. Lain halnya jika dianggap sebagai teman, mereka dengan senang hati akan merekomendasikan toko kita kepada teman atau kerabat mereka. Jadi *touch*-nya berbeda sekali. Momen itu yang membuat saya banyak belajar dari sisi wirausaha.

Momen yang tak terlupakan lainnya adalah saat saya hidup sendiri di Jakarta sementara anak dan istri di Bali, ini yang membuat saya mesti bolak-balik Jakarta-Denpasar. Namun saya menikmati hal tersebut, mengingat motivasi saya bagaimana cara untuk meraih keberhasilan dan kesuksesan. Untuk Fujishop sendiri, sudah hampir semua cita-cita saya telah terwujud walau ada beberapa yang belum baik dari segi

internal maupun eksternal. Saya percaya semua hal butuh proses dan perbaikan, memang soal waktu saja. Untuk saat ini semua *on the track*.

Apa saja produk yang Anda jual?

Yang saya jual intinya peralatan fotografi, yakni kamera dan aksesorisnya. Awalnya saya menjual satu *brand* yakni Fuji Film. Nama Fujishop itu sebenarnya memberi pengaruh besar. Kenapa saya memakai nama Fujishop? Karena dulu sewaktu saya *apply* beberapa *brand*, yang menerima hanya Fuji Film. Sebenarnya sebelum saya memakai nama Fujishop, saya memakai nama lain, waktu itu saya berbisnis kamera bekas sebelum mendapat *approval* dari *brand* Fuji Film.

Setelah mendapatkannya, saya berpikir nama apa yang cocok untuk bisnis saya. Akhirnya saya pakai nama "Fujishop.id" Waktu itu saya sampaikan ke *principle* menanyakan jika nama itu diterima atau tidak karena berhubungan dengan hak merek dan sejenisnya. Mereka kemudian menerima nama itu. Waktu itu saya pakai logo gunung karena kata "Fuji" berhubungan dengan nama sebuah gunung di Jepang.

Dan, saat itu pula saya daftarkan paten nama Fujishop.id dan mendapat sertifikat HAKI. Hingga sampai saat ini orang masih menganggap Fujishop adalah toko resmi Fuji Film. Bagi saya itu faktor hoki atau keberuntungan yang saya dapat dari *brand* itu.

Hal lain, memang saya berfokus pada merk Fuji Film untuk pertama kali. Walau kemudian saat saya menjual merk lain, *customer* banyak yang bertanya, karena anggapan awal mereka Fujishop hanya menjual merk Fuji. Itu tantangan di awal saya membangun bisnis ini. Akhirnya saya mencari ide bagaimana caranya mengubah paradigma orang. Saya lalu membuat konten, membangun kesadaran melalui media sosial kami, dan sekarang mereka *nothing to lose*, tak memperlakukan hal itu lagi. Puji Tuhan, penjualan merk Fuji masih bagus dan yang lain juga mengikuti.

Apa produk andalan di toko Anda?

Yang pasti kamera. Kalau sekarang kamera ada beberapa tipe, misalnya DSLR, *Mirrorless*, Pocket. Kami berfokus di jenis kamera *mirrorless* di mana kamera ini mirip dengan DSLR tapi tanpa ada sistem mirror. Bentuk kameranya pun kecil. Saya melihat orang zaman sekarang agak malas membawa kamera dengan ukuran besar. Dan kamera sekarang lebih ke *life style* atau gaya hidup.

Kita bisa melihat di media sosial, alat kamera malah difoto berdampingan misalnya dengan makanan atau gadget pemilik kamera tersebut. Jadi, orang mempunyai kamera selain sebagai alat fotografi, juga menjadi gaya hidup. Kita bisa lihat sekarang bentuk kamera juga *eye-catching*, lebih kecil atau kembali ke gaya klasik, seperti kamera analog yang kini bangkit lagi.

Karena itu kami berfokus menjual kamera *mirrorless* di mana pangsa pasarnya kaum milenial. Jadi *customer* kami lebih banyak anak muda. Segmen orang tua juga masih kami gandeng, walau konten yang kami berikan lebih mengarah pada kaum milenial.

Apa tantangan terbesar dari usaha yang Anda dirikan?

Tantangan terbesarnya, karena saya bergerak di dunia digital, dalam artian luas termasuk dalam pemasaran tak lagi menggunakan iklan media cetak misalnya. Pada masa sekarang, saya lihat naik atau turunnya sebuah bisnis sangat cepat. Naik cepat, turun pun bisa cepat. Sekarang bagaimana saya mengelola usaha agar tidak turun, itu susah sekali.

Nah, sekarang orang memulai bisnis mudah sekali, tak perlu buka toko, tapi dengan *e-commerce* dan *marketplace*. Jadi bisa dibidang kompetitor kami ya itu pebisnis *online*, bukan toko-toko besar, tapi *person* atau orang per orang. Kalau toko-toko besar malah menjadi *partner*

kami, berbeda dengan *person* yang mana mereka tak perlu mengeluarkan banyak biaya untuk memulai bisnis atau juga membayar pajak.

Maka itu, cara kami menyiasati hal tersebut dengan memperbaiki pelayanan, contohnya kami membuat *workshop* yang pebisnis kecil belum melakukannya. Kami juga membuat grup bernama "Fujishop.id Friends" tempat pelanggan berkomunikasi dan berbagi, selain edukasi tentang fotografi, juga komplain soal barang rusak yang kami dengan sigap meresponnya. Khusus merk Fuji Film, dalam kurun waktu dua minggu setelah pembelian, jika barang rusak di luar faktor pemakaian, kami menggantinya dengan barang baru. Hal ini tak ditemui pada pedagang perseorangan.

Apa kiat Anda membuat usaha terus bertumbuh?

Seperti yang saya bilang, bisnis saya *based on digital*. Mau tak mau kami harus kreatif dari semua hal, itu kuncinya. Hal yang saya ajarkan pada staf kami adalah

membuat konten secara kreatif baik konten foto, *caption*, video, semuanya. Jadi konten kreatif mesti mereka buat untuk nanti *di-posting* melalui media sosial seperti Instagram. Kenapa saya lakukan itu? Agar para staf menjiwai banget peran mereka, sehingga tak hanya bisa berjualan, tapi juga harus bisa mengambil gambar yang bersifat *lifestyle*. Itu yang saya lakukan ke staf-staf saya. Jadi mereka benar-benar saya latih membuat konten sekreatif mungkin sehingga menarik *customer*.

Kedua, saya membuat akun media sosial yang *verified*. Kenapa saya menitik beratkan pada akun *verified*? Karena sekarang banyak akun media sosial yang palsu, makanya saya bikin bagaimana semua akun media sosial kami *verified*. Tak gampang *lho* mendapatkan itu. Jadi para *customer* lebih percaya kalau akun kita *verified*, itu cara membangun *trust* juga. Tampilan dan konten media sosial kami juga lebih rapi dan bergaya milenial.

Termasuk pada video, jadi kami punya tim kreatif khusus yang mengerjakan itu. Yang saat ini kami perbaiki yakni *website*. Kami akan *launching* beberapa bulan ke depan, yang punya kelebihan yakni pengunjung otomatis dibagi berdasarkan wilayah tempat tinggal, contohnya Indonesia Barat, Indonesia Tengah dan Indonesia Timur dan terintegrasi dengan sistem kasir secara otomatis. *Website* saya bangun tak sekedar etalase, tapi kami bikin semenarik mungkin di tengah persaingan *platform*, di mana masyarakat kini lebih banyak mengunjungi *marketplace* di media sosial.

Punya bisnis lain selain ini?

Ada restoran di sebuah *mall* di Denpasar yang sayangnya baru saja saya tutup. Bisnis itu adalah bisnis bersama dengan teman-teman saya, bertahan selama



dua tahun dan menunjukkan keuntungan bisnis yang lebih kecil dari pengeluaran kami. Di Bali dan di kota besar lain di Indonesia *traffic* orang mengunjungi *mall* menurun, kecuali saat *weekend*. Dan itu pun pengunjung hanya melihat-lihat saja.

Yang lain, saya punya bisnis *rent car* di mana saya menyewakan mobil. Saya ingin memiliki bisnis lainnya karena seorang mentor saya pernah berkata, kita mesti banyak memiliki bisnis, tapi pengeluaran hanya satu. Maksudnya apa? Uang masuk harus banyak, memiliki bisnis lain selain kamera dan pintu pengeluaran hanya satu. Itu yang beliau sarankan pada saya. Namun, zaman sekarang jika ingin investasi mesti hati-hati, karena perekonomian tidak stabil, banyak bisnis yang mengalami kelesuan dan penurunan. Banyak aspek yang sebabkan itu, cuaca, persaingan dagang, penyakit. Apalagi bisnis di Bali sangat bergantung pada pariwisata.

Siapa *role model* Anda, baik dalam bisnis atau bidang lainnya?

Tokoh idola dalam bisnis seperti yang saya sebut di atas, almarhum Kristupa Saragih. Saya suka karakternya yang terus mendukung anak muda untuk maju dan berkembang. Di bidang lain saya suka pendiri dan pemilik BPR Lestari, Bapak Alex Chandra. Saya terus mengikuti tulisan-tulisan beliau yang memotivasi dan berbobot, banyak memberi pemahaman tentang bisnis. Saya melihat cara membangun bisnis beliau, juga konsep bisnis dan pelayanan yang baik di tengah *habbit* dan budaya kita, bagaimana

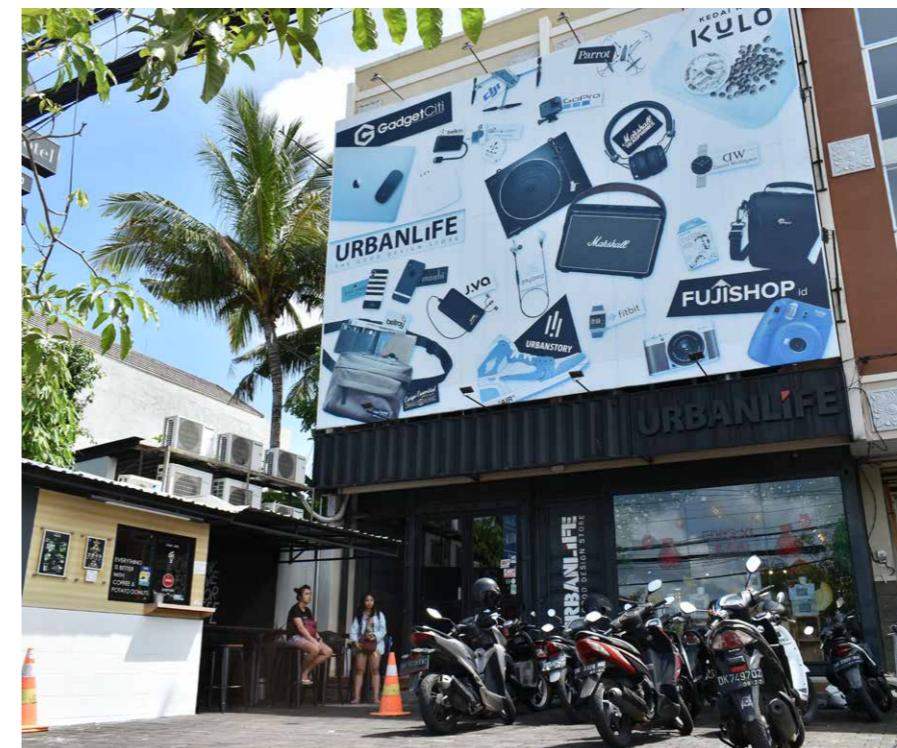
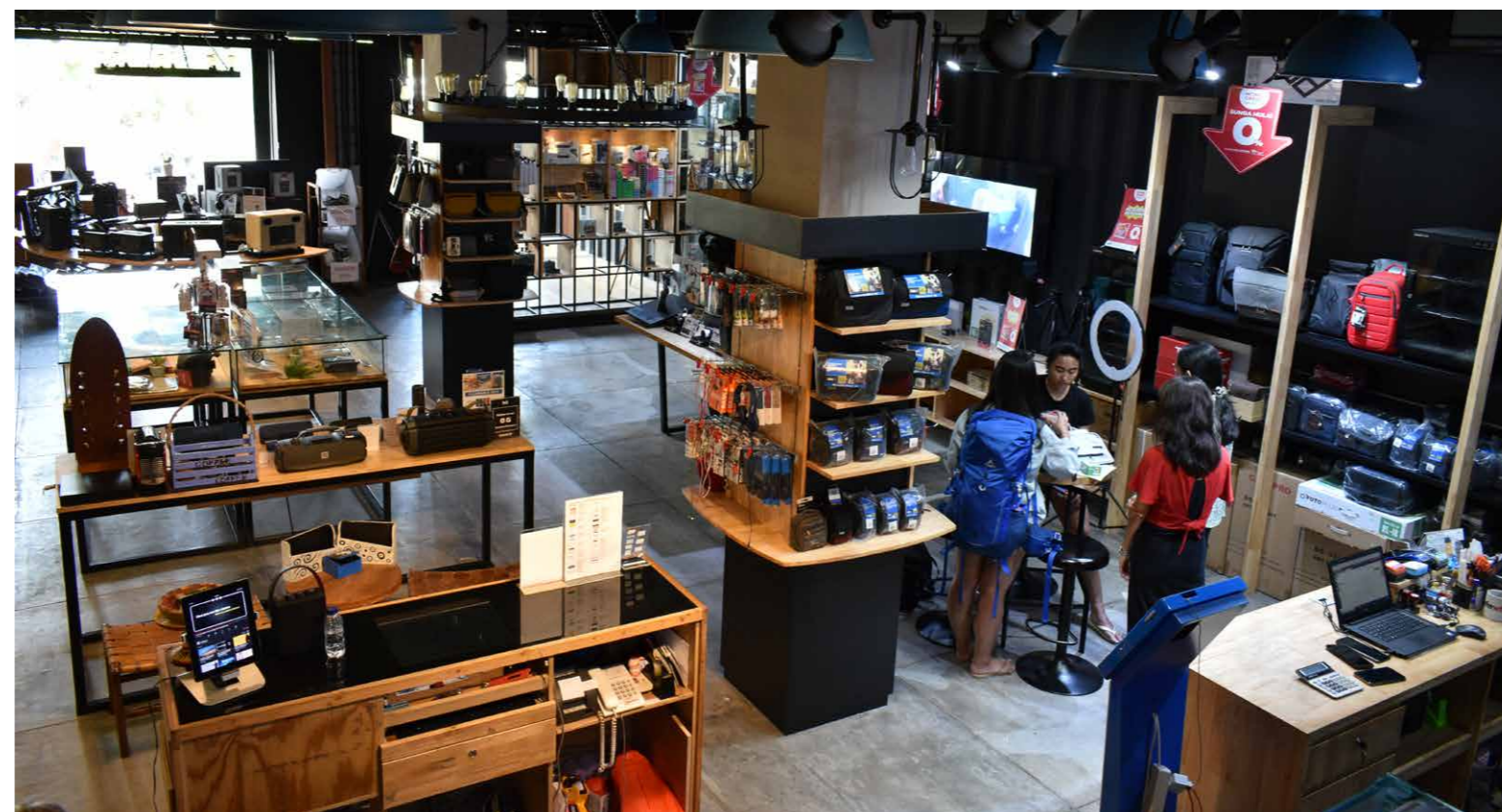
memberi pelayanan yang tepat dan baik untuk para *customer*, pelayanan dari hati yang tak sekedar pemanis bibir. Itu yang saya pelajari dan tularkan kepada para staf saya, menganggap *customer* tak hanya sebagai *customer*, belaka tapi sebagai teman.

Bagaimana prospek bisnis kamera di Bali menurut Anda?

Menurut saya bertahan ya, karena kamera bukan sebuah produk yang selalu dibutuhkan orang. Bukan barang primer atau pokok, tapi lebih ke sekunder dan ke *lifestyle* atau gaya hidup. Dan *lifestyle* masyarakat Bali sifatnya lebih bertahan, dalam artian bisnis kamera di Bali masih

bisa *survive*. Makanya saya bilang pada tahun-tahun ini kita di dunia kamera benar-benar bertahan banget. Saat ini bisnis kamera bersaing dengan berbagai jenis *handphone* yang berisi fitur kamera. Jadi sekarang bagaimana kita mesti mengedukasi para *customer*.

Bahkan, tak hanya *customer*, teman-teman baik saya merasa lebih enak membawa *handphone* dari pada kamera. Bagi saya tak apa-apa karena itu pilihan, saya hanya bisa mengedukasi mereka bahwa *handphone* itu *simple*, benar. Tapi jika kita bandingkan misalnya *handphone* seharga 15 juta dengan kamera sederhana pasti kualitas fotonya masih kalah dengan kamera.



Tapi untungnya, teknologi kamera sekarang berintegrasi dengan *handphone*, contohnya kita sekarang dengan mudah menghubungkan kamera dengan *handphone* dengan adanya teknologi WiFi, tak perlu seperti dulu lagi harus memindahkan foto ke laptop atau komputer, jadi kini sudah terintegrasi.

Pasar kamera masih bisa bertahan karena sekarang orang juga perlu foto, cuma sekarang kita mesti sering memberi edukasi ke market kalau kita butuh foto yang bagus harus pakai kamera. Tak ada pilihan lain. *Handphone* bisa mengambil gambar atau foto tapi kualitasnya tak sebaik ketika menggunakan kamera.

Jadi, PR kami pebisnis kamera adalah bagaimana mengedukasi masyarakat bahwa kamera itu penting untuk kebutuhan kita, termasuk cara menggunakan kamera sehingga bisa menghasilkan foto yang bagus.

Bisa dijelaskan soal *workshop* fotografi di toko Anda?

Kami mengadakan *workshop* dua kali dalam sebulan. Yang jadi tantangan bagi saya adalah bagaimana mencari pembicara yang adalah orang Bali sendiri. Selama ini saya masih mendatangkan pembicara dari luar Bali, misalnya Jakarta atau Surabaya dan belum mendapatkan pembicara lokal yang bisa membuat *workshop* setiap minggu misalnya.

Beberapa fotografer lokal saya lihat masih malu, merasa belum berani. Saya bilang ke mereka jika telah mampu membuat *workshop fotografi* dengan peserta 20 atau 30 orang nama, mereka akan lebih dikenal publik. Mental juga akan terbentuk. Di Bali saya lihat banyak fotografer potensial tapi belum berani mengekspose dirinya, padahal jika mereka berani dan mau, mereka ke depan bisa membuat *workshop online* dan bisa mendatangkan pemasukan dari sana. Saat ini saya terus melakukan pendekatan ke komunitas fotografi di Bali untuk mau membuat *workshop* untuk mengedukasi masyarakat agar lebih paham tentang kamera dan pengetahuan fotografi.

Apa harapan Anda yang belum tercapai?

Membuat perusahaan saya *auto-pilot*. Saya ingin itu agar semua *by system*. Semua akan saya lakukan perbaikan, dari sistem kasir, dari SDM-ya juga. Jika sudah *auto-pilot* semua bisa *running* sendiri. Itu harapan saya, jadi saat berumur 40 tahun nanti saya sudah bisa *enjoy*. **M&I**



Live And Work Based On The Lifestyle

“Sebelumnya kami tinggal di Thailand, kemudian pindah ke Bali di daerah Jimbaran, sekarang kami ingin merasakan tinggal di Canggu area,” demikian cerita calon *tenant* di sebuah vila. Saya sempat bertanya, kenapa pindah-pindah? Jawabannya adalah, “kami mau tinggal sesuai dengan *lifestyle* yang kami mau.” Terus pekerjaan bagaimana *donk*? Jawaban mereka adalah, “kami bekerja dari rumah.” Ternyata sang istri melakukan *e-commerce* melalui Amazon, sedangkan sang suami melakukan *business consulting* melalui *online*.” Semua pendapatan berupa Dollar dan Poundsterling, sedangkan hidupnya pakai rupiah. Waduh *very smart nih*.

Kalau diperhatikan, tidaklah mengherankan, permintaan sewa rumah jangka panjang di daerah Canggu dan sekitarnya melonjak sangat tinggi pada 5 tahun terakhir. Kelihatannya ini *something to do* dengan semakin “*hips* dan menariknya” *lifestyle* di daerah sekitar. Dan buat saya *sih*, secara tidak sengaja, kebanyakan investasi properti ada di daerah Canggu dan sekitar. *Yippee*.

Tetapi buat Anda sekalian yang belum kesempatan punya investasi properti di daerah Canggu dan daerah *hips* lainnya di Bali, jangan berkecil hati. Kalau melihat *trend* kenaikan harga properti sejak 5 tahun terakhir, Bali *prices* secara umum mengalami kenaikan yang sangat landai, malah di beberapa daerah mengalami pertumbuhan yang negatif, artinya, harganya turun. *Is it time to buy?*

Saya selalu percaya, bahwa dalam situasi krisis, kekayaan *tuh* enggak akan hilang, yang terjadi adalah kekayaan berpindah, dari “*loser*” ke “*winner*”. Jadi sepinya pasar properti, menurunnya harga (terutama karena kebutuhan mendesak penjual), merupakan kesempatan untuk memindahkan kekayaan (*wealth*) ke tangan mereka yang memiliki kesempatan (memiliki dana atau kemampuan membeli).



Banyak properti bagus yang dijual di bawah *value*. *Is this opportunity?*

Analisa yang dapat dilakukan sebelum membeli properti untuk investasi:

1. Amati apakah masih banyak perkembangan yang terjadi di daerah tersebut. Adanya sekolah, rumah sakit, klinik dan supermarket merupakan beberapa indikasi positif tentang suatu daerah.

2. Amati apakah banyak rental properti yang bermunculan. Artinya semakin banyak orang atau bisnis datang yang membutuhkan akomodasi atau tempat komersial.

3. Amati apakah banyak komersial properti yang disewakan atau dibangun.

4. Amati apakah daerahnya semakin padat dan banyak pendatang baru.

5. Intip-intip komunitas yang ada di daerah yang Anda taksir. Semakin banyak komunitasnya, maka daerahnya semakin menarik bagi pendatang.

Okay.. selamat menganalisa dan semoga Anda semua adalah “the winners” dalam kondisi yang sekarang ini. Sementara itu, coba lihat beberapa *listingan* yang saya pilihkan sebagai Top Pick of The Month.



INVEST • RELAX • ENJOY

We've Got You Covered

BUYING | SELLING | RENTING | BUILDING

(0361) 894 7420 | 081 239 645 817

GAIAPROPERTYBALI

WWW.GAIAPROPERTYBALI.COM | WWW.LESTARIANGKAPITALITY.COM | PE ERABK ADH PERKASA



TOP PICK OF THE MONTH :

- Canggu villas for SALE** - Stunning Villa Close To The Nelayan Beach, 5 bedroom – Land size 630 m2 building size 450 m2 – Asking price 11M (GAIA-VS-RS0104).
- Land for residentials** – Premium Location Close to Pandawa Beach – Land size 6 are - asking price 125 juta / are (GAIA-LS-ST104).
- FOR RENT** - Exotic & Homey Villa Close To Toll Road & Airport, 2 bedroom villa located Nusa Dua , land size 300 m2 – Rental Price 175 Juta / year (GAIA-VR-ST0108).
- FOR RENT** - Excellent Shop Houses For Business ; Easy Access To Everywhere - Premium Location Jalan Raya Uluwatu - Land size 118 m2 - Rental Price 200 juta / year (GAIA-RR-WR0106).
- FOR RENT** - Quality Villa With Spectacular View ; Amazing Ocean & Mountain View , 5 Bedroom villa Located Nusa Dua , land size 450 m2 - Rental Price 345 Juta / year (GAIA-VR-WR0105).

JOIN OUR DREAM TEAM
 (rahayu@gaiabaliproperty.com). GAIA Property Bali for All your property NEED. Rental, Sale, Management and Building of property, hubungi kami!



MENGULIK DESAIN MASA DEPAN DARI GALAXY Z FLIP

Tahun lalu, Samsung mendefinisikan kembali desain smartphone dengan memperkenalkan ponsel lipat cerdas pertamanya, Galaxy Fold. Seri ini diciptakan untuk memberikan pengalaman maksimal dalam menggunakan aplikasi dan menikmati konten, dengan cara membuka layar smartphone agar lebih luas.

Seri penerusnya, Galaxy Z Flip, fokus menghadirkan *smartphone* berukuran *compact*, dengan melipat layarnya. Denny Galant, Head of Product Marketing, IT & Mobile, Samsung Electronics Indonesia menyampaikan, “mengombinasikan ukuran yang nyaman disimpan dalam saku, dengan desain yang apik, seri Galaxy Z menghadirkan terobosan baru pada kategori ponsel lipat. Salah satunya dengan memberikan sentuhan modis bagi para penggunanya.”

WARNA MEMESONA

Di Indonesia, Galaxy Z Flip tersedia dalam dua pilihan warna: Mirror Purple

yang tegas dan kreatif, Mirror Black yang mewah dengan sentuhan warna kebiruan. Pada proses produksi, Samsung memadukan lapisan kaca halus dengan pemrosesan yang presisi, menghasilkan lapisan yang merefleksikan berbagai warna, bergantung dari sudut mana perangkat ini dilihat. Bagi mereka yang senang bergaya *simple*, Galaxy Z Flip dapat memberi sentuhan yang *eye-catching* pada tampilan penggunanya.

DETAIL MEMUKAU

Galaxy Z Flip memiliki bentuk luas seukuran 73.66mm – menjadikannya nyaman dalam genggamannya, dan mudah

disimpan baik di dalam tas maupun saku. Untuk menjadikannya *ultra compact* dan se-portabel mungkin, Samsung telah menguji berbagai *form factor*, hingga akhirnya sampai ke desain yang ada saat ini. Tidak ada detail yang terlewatkan. Setiap mikro meter diperhatikan dengan seksama untuk memastikan kenyamanan pengguna dalam menggenggam *smartphone*.

Desain yang dihadirkan juga mempertimbangkan dengan cermat setiap proses penggunaan, sebagaimana dibuktikan dengan fitur-fitur praktis yang disematkan pada *cover display*. Ketika Galaxy Z Flip dalam kondisi tertutup, *cover display* menampilkan informasi seperti tanggal, waktu, status baterai dan notifikasi lain yang dibutuhkan pengguna – serta menjadi monitor ketika pengguna melakukan *selfie*. Ketika ponsel terbuka, Samsung One UI yang intuitif memudahkan pengoperasian *smartphone* melalui layar 6,7 inci dari Galaxy Z Flip

berlangsung dengan nyaman, meski hanya dengan satu tangan.

“Selain ukuran dan kenyamanan dalam genggamannya, *user experience* menjadi kunci utama dalam desain yang kami hadirkan. Galaxy Z Flip didesain untuk memberi kemudahan bagi penggunanya, dalam mengakses informasi dasar ketika ponsel terlipat, dan melakukan berbagai pekerjaan secara simultan dalam layar yang lebih besar,” jelas Denny Galant.

MENGHADIRKAN USER EXPERIENCE BARU

Melalui riset mendalam terkait bagaimana konsumen saat ini menggunakan *smartphone*, Samsung mengidentifikasi kemampuan layar lipat, serta menggunakan *smartphone* dalam berbagai sudut akan memberikan kenyamanan lebih bagi penggunanya. Galaxy Z Flip dirancang khusus untuk dapat dilipat dan digunakan dalam berbagai sudut – menjadikan berbagai

aktivitas mulai dari mengambil gambar dan *video call*, hingga menyaksikan berbagai konten visual lebih nyaman dan menyenangkan.

Untuk menghadirkan pengalaman tersebut kepada konsumen, dibutuhkan engsel yang bukan hanya tahan lama tapi juga cantik, yang mampu berperan layaknya roda gigi. Melalui riset panjang pada desain engsel, Samsung akhirnya hadir desain engsel yang mampu menegakkan ponsel lipat dalam berbagai sudut. Engsel tersembunyi dari Galaxy Z Flip yang unik merupakan hasil dari upaya panjang ini.

Engsel ini memungkinkan konsumen untuk menggunakan ponsel dalam berbagai sudut, dan membuat *smartphone* dapat berdiri tegak tanpa disandarkan pada benda lain – bahkan memastikan ponsel agar tetap kokoh, sehingga tidak akan membuka atau menutup dengan sendirinya.

Kemampuan Galaxy Z Flip untuk berdiri sendiri akan mengubah pengalaman dalam menggunakan ponsel. “Kondisi pasar dan gaya hidup konsumen terus mengalami perubahan. Untuk memenuhi kebutuhan konsumen, kami akan terus mengupayakan berbagai cara untuk memperkaya seri Galaxy Z dan kategori ponsel layar lipat dengan pengalaman yang menyenangkan dan bermakna,” tutup Denny. **M&I**



POST IT FORWARD

A BRAVE HEART: THE LIZZIE VELASQUEZ STORY

Menjadi cantik dan menarik merupakan keinginan setiap perempuan, banyak hal dilakukan agar bisa tampil paripurna dihadapan semua orang. Bahkan sebagian rela bersahabat dengan rasa sakit demi mendapatkan bentuk tubuh yang ideal hingga menghabiskan banyak sumber daya untuk mewujudkannya.

Namun tidak semua orang lahir didunia dengan kondisi yang sama, ada yang memiliki beberapa keterbatasan namun Tuhan tidak luput juga memberikan kelebihan yang tidak dimiliki orang-orang kebanyakan. Dialah Lizzie Velasquez, wanita kelahiran Austin Texas, Amerika Serikat. Lahir dengan nama Elizabeth Ann Velasquez tahun 1989 ini, seharusnya mendapat julukan wanita terkuat didunia. Bukan karena fisiknya yang kekar berotot atau kemampuan mengangkat benda-

benda berat, melainkan kemampuan hatinya menerima banyak rasa sakit akibat julukan yang pernah disematkan kepadanya.

Pada suatu hari ketika itu Lizzie berusia baru 17 tahun, sebagaimana kebanyakan remaja seusianya, dia terbiasa dengan sosial media. Tidak disangka dunianya yang selama ini terasa biasa saja, seketika berubah setelah sebuah *thumbnail* YouTube dibukanya.

Sesosok yang sangat dikenalnya muncul dalam sebuah video yang sudah ditonton lebih dari 4 juta orang. Video yang menyematkan gelar 'world ugliest woman' pada seorang wanita dan dialah wanita tersebut.

Lizzie lahir 31 tahun yang lalu dengan mengidap sebuah sindrom kelainan genetik langka *neonatal progeroid* yang menyebabkan tubuhnya tidak dapat menumpuk lemak dan mengalami gejala penuaan dini, meskipun dia makan berapa kali pun dalam sehari. Dengan sindrom tersebut berat badannya tidak mampu

bertambah sebagaimana bobot wanita seusianya. Malah pada usia 28 tahun, berat tubuhnya hanya sekitar 29 kilogram. Ketika masih bayi pun sang Ibu harus mengenakan pakaian boneka untuk *baby* Lizzie. Bukan hanya berat badan yang sangat kurang, namun mata kanannya juga tidak lagi bisa digunakan sejak usia 4 tahun, di mana saat itu matanya mulai berkabut dan seiring berjalannya waktu semakin parah dan mengalami kebutaan total.

Memiliki Ayah dan Ibu yang sangat hebat membuat Lizzie tidak pernah merasakan

ada yang berbeda dan kurang atas kondisinya, sampai kemudian dia harus memulai pendidikan taman kanak-kanak. Tubuh mungilnya cukup menarik perhatian teman-temannya ditambah lagi dengan bentuk wajah dan mata yang juga sedikit berbeda dengan wajah teman-teman sekolahnya.

Lizzie kecil tidak memiliki teman, setiap saat mereka didekati oleh Lizzie, mereka akan menghindar. Tidak sedikit pertanyaan yang dilontarkan teman-temannya atas kondisi fisik yang bahkan tidak dapat dicerna oleh pemikiran seorang anak kecil.

Limpahan kasih sayang dari kedua orang tuanya menjadikan Lizzie memiliki pondasi yang kokoh dalam membangun keyakinan dirinya. Semangat dari orang tua yang menunjukkan bahwa dia anak yang istimewa, dan bisa mencapai apapun yang diinginkan, meskipun dengan tubuh yang lebih munggil dibanding teman-teman sebayanya, mampu membentuk rasa percaya dalam dirinya.

Seiring dengan usia yang terus bertambah, Lizzie benar-benar menyadari bahwa memang dia berbeda seperti apa yang dikatakan teman-temannya.



Sumber Foto : natgeo.imgix.net



Namun di saat itulah Lizzie mengetahui bahwa dirinya mendapat gelar wanita terburuk di dunia melalui YouTube. Semua komentar yang tertulis di sana bernada menghina dan sadis. Semua komentar buruk dan tidak punya hati yang ditujukan kepadanya membuat ia merasa heran, kenapa tidak ada seorang pun yang membela dirinya, bahkan sekedar menulis, "kamu tidak tahu cerita dibalik penampilannya yang seperti itu", Lizzie mengalami cyber bullying."

Usia yang beranjak remaja dan pola pikir positif yang dicurahkan kedua orang tuanya menjadikan Lizzie mampu menghadapi kondisi ini. Sadar bahwa sindrom yang ada akan terus menyertai kehidupannya.

Ketika menginjak SMA, Lizzie mulai menyadari bahwa dia bisa mengendalikan penuh kehidupannya, setelah menelan banyak kegagalan untuk berinteraksi dengan teman-teman sebelumnya, dia mulai belajar lebih keras bagaimana agar bisa bergaul dan memiliki teman. Meskipun awalnya itu menjadi suatu yang sangat mengerikan, namun pola pikir positifnya berhasil meyakinkan dirinya bahwa hasilnya akan menggembirakan.

Beberapa kegiatan sekolah dia ikuti, dia aktif menjadi penulis pada surat kabar sekolahnya serta dalam penulisan buku akhir tahun. Yang lebih mengagumkan, dia juga pernah ikut klub pemandu sorak sekolah di mana dia sangat bangga dengan seragam yang dikenakannya, dan merasa mendapatkan kebahagiaan lebih besar lagi selain yang diperoleh bersama keluarganya.

Namun di saat itulah Lizzie mengetahui bahwa dirinya mendapat gelar wanita terburuk di dunia melalui YouTube. Semua komentar yang tertulis di sana bernada menghina dan sadis. Semua komentar buruk dan tidak punya hati yang ditujukan kepadanya membuat ia merasa heran, kenapa tidak ada seorang pun yang membela dirinya, bahkan sekedar menulis, "kamu tidak tahu cerita dibalik penampilannya yang seperti itu", Lizzie mengalami *cyber bullying*.

Setelah satu tahun berlalu, Lizzie justru bangkit lebih tinggi lagi, bahkan dia berani membicarakan tentang kondisi medisnya di hadapan 400 siswa kelas 9 di sekolahnya, dan berbagi bagaimana menyikapi tindakan *bullying*. Dari situ dia bukan hanya memberikan informasi tentang kondisi medis yang dia hadapi kepada teman-teman sekolahnya, namun sekaligus membuka pengalaman baru baginya, dari cerita teman-temannya yang pernah mengalami kasus perundungan.

Akhirnya Lizzie tidak merasa sendiri lagi, karena ternyata selain dia, ada juga orang lain yang pernah mengalami apa yang

dialaminya, meskipun dengan cara yang berbeda.

Setelah lulus SMA Lizzie melanjutkan pendidikan di Texas State University, St. Martin mengambil jurusan Studi Komunikasi, kehidupan dan hubungan dengan teman-temannya berjalan normal, saat itulah dia mulai memiliki keinginan untuk lebih banyak lagi berbagi tentang kisah hidupnya agar orang lain mendapatkan pembelajaran dari hal itu. Dia mulai banyak berbicara pada forum-forum untuk memberikan motivasi.

Sampai saat ini, sudah ada beberapa buku yang diterbitkan Lizzie, salah satunya berjudul *Choosing Happiness*, dan dia pun menjadi salah satu motivator *anti-bullying* paling dicari di dunia. Dia tercatat pernah memukau 11 juta audiensi *off air* dan *on air* di forum TEDx Austin Women. Sebuah film dokumenter tentang dirinya pun sudah dibuat dengan judul *A Brave Heart: The Lizzie Velasquez Story*, selain itu bersama Tumblr, dia mengkampanyekan gerakan '*Post It Forward*' yang menebar semangat positif di komunitas *online* sekaligus sebagai wadah mengatasi isu kesehatan mental dan emosional orang-orang muda.

Lizzie Velasquez dengan dukungan keluarganya, berhasil membalikkan semua kekurangan fisik dan menjadikan komentar negatif terhadap dirinya sebagai dorongan, serta kelebihan yang bahkan tidak dimiliki orang yang lebih normal. Semua hinaan orang dijadikannya sebagai bahan bakar mencapai sukses. **M&I**

BRAND
INDIE

Sebuah program tayangan digital *online* yang bercerita tentang perjalanan sebuah bisnis dari tahap rintisan, hingga bertumbuh sebagai *brand* lokal yang menjanjikan.

Tayangan ini merupakan *edutainment* yang dipersembahkan oleh tim redaksi majalah Money&I, untuk hadir melalui *channel* video, agar pembelajaran soal bisnis dapat di transformasi lebih informatif.

Ikuti tayangan ini melalui *channel* digital kami di :

YouTube

IG @BrandIndie.Id &
www.moneyinsight.id

HUJAN EMAS



DAPAT EMAS TIAP MINGGU.*

48 Emas Batangan (5gr) Diundi Selama Setahun.

Setiap 1 transaksi via LestariMobile Banking, ATM Lestari, Virtual Account dan Standing Instruction (SI) akan mendapatkan 1 poin undian.*



*Syarat dan ketentuan berlaku

Tanya Dessy
082247659382

Nomor izin promosi :
1566/DYS-PSDBS.PI.01.01/12/2019



TANYA LESTARI
(0361) 246 706

CEPAT, BERSAHABAT.
www.bprlestari.com