

# EMPOWERING ENTREPRENEUR

# Money&I

VOL. 120 FEB - MAR '20

---

## ANNE AVANTIE

Ia berkisah soal awal perjalanan hidupnya, hingga terdorong untuk "memanusiakan manusia" dan menjadikannya kini sebagai maestro kebaya

---

## NINA HANDAYANI

*Sabun Rumahan Yang Tak Remeh*

---

## DHELYA WIDASMARA

# MENJADI ARTIS DI DUNIA KEDOKTERAN

---

Bercita-cita jadi artis ketika remaja, jalan hidup justru membawanya berkecimpung dalam dunia akademik dan kecantikan. Tapi tetap saja karimnya berkembang tak biasa, dalam dunia kedokteran, ia populer layaknya artis di layar kaca.



9 772087 597773  
ISSN: 2087-5975

Rp. 32.500  
WWW.MONEYINSIGHT.ID  
MONTHLY MAGAZINE



## PENTINGNYA IMUNISASI BAGI KESEHATAN DAN TUMBUH KEMBANG SI KECIL



Pada umumnya semua Ibu tidak akan tega melihat si kecil menangis karena menahan sakit saat diimunisasi, namun tidak bisa dipungkiri bahwa imunisasi pada anak sangat penting untuk kesehatannya. Imunisasi merupakan salah satu upaya pencegahan awal berbagai penyakit menular pada bayi dan balita.

Masih banyak orang tua yang justru enggan melakukan imunisasi pada anaknya karena khawatir akan efek samping, berasumsi bahwa imunisasi bisa menyebabkan autisme dan berbahaya.

### Manfaat Imunisasi pada Bayi dan Balita

- **Mencegah penyebaran penyakit**  
Suntikan saat imunisasi mungkin membuat si kecil sakit, namun suntikan ini dapat merangsang sistem kekebalan tubuh yang berlipat pada anak. Imunisasi dilakukan dengan cara menyuntikkan bentuk lemah dari virus atau bakteri penyakit, sehingga memicu respon kekebalan tubuh anak, menyebabkan tubuh memproduksi zat kekebalan untuk melawan penyakit tersebut. Suatu saat, jika anak terserang penyakit tersebut, anak sudah mempunyai pasukan kekebalan yang mampu melawan penyakit tersebut.
- **Melindungi dari risiko kematian dan cacat**  
Pemberian vaksin terbukti dapat menurunkan risiko terkena berbagai penyakit yang dapat mengakibatkan kematian maupun kecacatan. Beberapa contoh di antaranya adalah pemberian vaksin difteri pada usia anak-anak dapat membantu mencegah mereka terjangkit difteri di kemudian hari. Begitupun dengan pemberian

vaksin rubella yang dapat membantu menurunkan risiko penularan virus tersebut dari ibu hamil dan kecacatan janin yang dikandungnya.

#### • Menghemat waktu dan biaya

Imunisasi tidak menjadi jaminan 100 persen anak tidak akan sakit, namun jika sakit kondisi anak tidak terlalu parah. Sebagai contoh, imunisasi rotavirus dapat mencegah diare pada anak dan jika anak terkena diare, maka diarenya tidak terlalu parah dan perjalanan penyakitnya relatif lebih singkat dibandingkan dengan tidak diimunisasi. Dengan demikian, pemberian vaksin merupakan salah satu investasi kesehatan yang paling murah, karena terbukti dapat mencegah dan mengurangi angka sakit, kecacatan dan kematian akibat suatu penyakit serta kerugian finansial dan waktu akibat sakit.

Imunisasi memang memiliki efek samping bagi si bayi, tapi masih termasuk ringan seperti demam, mual, hilang nafsu makan, pusing, nyeri atau bekas kemerahan di bagian yang disuntik. Efek samping serius sangat jarang ditemukan.



Berikut adalah imunisasi yang wajib dan dianjurkan oleh IDAI (Ikatan Dokter Anak Indonesia) untuk anak Anda.

#### 1. Hepatitis B

Vaksin ini diberikan saat bayi baru lahir, paling baik diberikan sebelum waktu 12 jam setelah bayi lahir. Vaksin ini berfungsi untuk mencegah penularan hepatitis B dari ibu ke anak saat proses kelahiran. Pemberian vaksin hepatitis B bisa kembali dilakukan saat si bayi berusia satu bulan dan dikisaran usia 3-6 bulan. Biasanya efek samping yang akan dirasakan oleh si bayi adalah demam dan rasa lelah.

#### 2. Polio

Vaksin polio oral (OPV-0) biasanya diberikan saat bayi baru lahir dan saat bayi berusia dua, empat, serta enam bulan dan bisa diberikan lagi saat anak berusia satu setengah tahun dan terakhir di usia lima tahun. Vaksin polio bisa diberikan dalam bentuk OPV melalui mulut atau IPV yang diberikan dengan cara disuntikkan dalam otot. Efek samping dari vaksin ini yang biasanya terjadi adalah demam dan kehilangan nafsu makan.

#### 3. BCG

Vaksin BCG ini berfungsi untuk mencegah kuman tuberkulosis yang dapat menyerang paru-paru dan selaput otak, dapat menyebabkan kecacatan bahkan kematian. Pemberian vaksin BCG hanya satu kali, ketika anak baru dilahirkan sampai ia berusia dua bulan. Efek samping yang dapat ditimbulkan dari vaksin ini adalah timbulnya benjolan bekas suntuk di kulit.

#### 4. Campak

Vaksin campak diberikan sebanyak 2 kali, yaitu pada usia 9 bulan dan 24 bulan. Namun, vaksin campak kedua pada usia 24 bulan tidak perlu lagi diberikan ketika anak sudah mendapatkan vaksin MMR pada usia 15 bulan. Vaksin ini diberikan untuk mencegah penyakit campak berat yang dapat menyebabkan pneumonia (radang paru), diare, dan bahkan bisa menyerang otak.

#### 5. Pentavalen (DPT-HB-HiB)

Pentavalen merupakan vaksin gabungan dari vaksin DPT (difteri, pertusis, tetanus), vaksin HB (Hepatitis B), dan vaksin HiB (haemophilus influenza tipe B). Vaksin ini diberikan untuk mencegah 6 penyakit sekaligus, yaitu difteri, pertusis, tetanus, hepatitis B, pneumonia, dan meningitis (radang otak). Vaksin ini diberikan sebanyak 4 kali, yaitu pada usia 2 bulan, 3 bulan, 4 bulan, dan 18 bulan. Efek samping yang sering muncul adalah demam, rasa nyeri, dan mual.

Semua jenis imunisasi di atas wajib diberikan secara lengkap sebelum anak berusia 1 tahun. Selain itu, juga terdapat jenis vaksin tambahan lain yang dapat diberikan kepada anak, yaitu:

- **Varisela**, diberikan setelah anak berusia 12 bulan, paling baik diberikan sebelum anak masuk sekolah dasar. Vaksin ini berfungsi untuk mencegah anak dari cacar air.

- **Hepatitis A**, dapat mulai diberikan saat anak berusia 2 tahun. Berikan sebanyak 2 kali dengan interval 6-12 bulan.

- **HPV (human papilloma virus)**, dapat mulai diberikan saat anak sudah berusia 10 tahun. Vaksin ini melindungi tubuh dari human papilloma virus yang dapat menyebabkan kanker mulut rahim.

#### • Rotary Virus

Biasanya diberikan dalam dua dosis, yaitu saat anak berusia dua bulan dan empat bulan. Vaksin rotavirus umumnya diberikan kepada anak-anak dengan cara diteteskan melalui mulut. Rotavirus adalah jenis virus yang menginfeksi usus pada anak-anak atau orang dewasa.



### Tentang Poli Anak BIMC Hospital Nusa Dua

BIMC Nusa Dua yang berlokasi di kawasan ITDC Nusa Dua menyediakan layanan khusus kesehatan anak yang didukung oleh dokter spesialis anak berpengalaman dan kompeten. Ditunjang dengan fasilitas kelas satu yang nyaman dan steril, siap menangani kebutuhan kesehatan buah hati Anda.

Poli anak BIMC Hospital Nusa Dua tidak hanya fokus pada aspek-aspek penunjang kesehatan yang dibutuhkan oleh anak, namun juga memahami perbedaan luas antara gangguan kesehatan pada pasien anak dan dewasa. Hal terpenting dalam fokus pediatri adalah kesehatan komprehensif bagi pasien.

BIMC Hospital Nusa Dua memiliki 2 Spesialis Anak yang berpengalaman praktek setiap hari.

Untuk membuat janji pertemuan dengan dokter spesialis anak di BIMC Hospital Nusa Dua, hubungi staff kami melalui email di nusadua@bimcbali.com dan via WhatsApp +62 811-3896-113.

**24 HOUR EMERGENCY ASSISTANCE**  
3000 911 BIMC SILOAM NUSA DUA  
nusadua@bimcbali.com www.bimcbali.com  
Kawasan ITDC Blok D, Nusa Dua 80363, Bali - Indonesia

## Poli Anak Terpercaya di Bali selatan - Nusa Dua

#### dr. Emelyana Permatasari, MPH, Sp.A

Setiap hari Senin, Rabu dan Jumat  
Pukul 13.00 - 17.00 WITA

#### dr. Dian Astuti Pratiwi Purwanto, MSc, Sp.A

Setiap hari Selasa, Kamis dan Sabtu  
Pukul 13.00 - 17.00 WITA



**BIMC Hospital Nusa Dua**  
Kawasan ITDC Blok D  
Nusa Dua 80363, Bali - Indonesia  
nusadua@bimcbali.com



**Whatsapp Appointment**  
**+62 811-3896-113**  
www.bimcbali.com



### COVER

Foto **Dok.Dhelya Widasmara**  
Desain oleh **Sahal Putra**

***Stereotip mengenai kinerja wanita yang dianggap tidak lebih baik daripada pria saat ini semakin terbantahkan. Terbukti dengan banyaknya wanita yang karirnya semakin melejit, sekaligus membuktikan kesetaraannya dengan kaum laki-laki, bahkan di tengah kesibukannya mengurus rumah tangga dan juga diri sendiri.***

Hal ini senada dengan pendapat mantan CEO IKEA di Rusia yang menguraikan bahwa perempuan mampu bekerja lebih giat, belajar lebih cepat dan menyelidiki esensi tugas lebih mudah. Tiga wanita cantik yang profilnya kami ulas di edisi kali ini, menguatkan pernyataan tersebut.

Kami berkesempatan melakukan wawancara dengan Anne Avantie, sang legenda dunia *fashion* yang namanya malang melintang di telinga masyarakat Indonesia. Kesibukannya dalam mengelola bisnis tidak membuatnya lupa untuk berbagi dengan orang lain yang kurang beruntung. Melalui Anne Avantie Foundation, ia mencoba menjadi kepanjangan tangan bagi orang-orang yang ingin meringankan beban bagi yang membutuhkan.

Profil lainnya adalah Dr. dr. Dhelya Widasmara, Sp. K.K., FINSDV. Ia memulai karirnya dari paksaan orang tua, tetapi mampu membuktikan bahwa pilihan ini tidak salah. Dhelya, sukses menjadi dokter spesialis kulit bahkan membangun bisnisnya sendiri dengan mendirikan dua klinik kecantikan ternama di Jawa Timur. Dan terakhir ada nama Nina Handayani, yang awalnya kesulitan merawat kulitnya yang kering, namun justru menjadi peluang untuknya membuat produk perawatan diri berlabel Rustic Soap.

Semoga kisah-kisah ini bisa menginspirasi lebih banyak lagi wanita-wanita Indonesia agar semakin bersemangat untuk mewujudkan mimpi. Selamat membaca! **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 Widayarsi  
ekaputriwidayarsi@yahoo.com  
M. 0878 6151 1609

@MNIImagz

Money&I Magazine

@moneyandimagz

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**

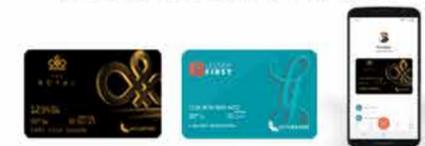
Arena adalah restoran keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1999. Citarasa makanan khas Amerika dan Asia menjadi idola di restoran yang sudah menjadi ikonik di daerah Sanur. Jika Anda mampir ke restoran yang sangat tenar ini, jangan lewatkan untuk mencicipi sajian steak dengan berbagai pilihan.

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



28

## Interview Anne Avantie

Melalui Anne Avantie Foundation, legenda dunia *fashion* tanah air ini berbagi kepada mereka yang kurang beruntung. "Kegiatan ini merupakan salah satu upaya untuk memanusiaikan manusia dengan jalan yang manusiawi. Kami terus akan berbagi, ini bukan janji, tapi komitmen kami," ujarnya. Simak cerita perjalanan karirnya di rubrik *interview*.



The Rookie

40

## Nina Handayani - Sabun Rumahan Yang Tak Remeh

Awalnya karena punya masalah kulit sensitif, sehingga tak semua sabun cocok buatnya. Langkah berikutnya, ia membuat sabun sendiri dan dipasarkan untuk mereka yang punya masalah yang sama. Dan berhasil.



Main Story

16

## Dhelya Widasmara - Menjadi artis di dunia kedokteran

Bercita-cita jadi artis ketika remaja, jalan hidup justru membawanya berkecimpung dalam dunia akademik dan kecantikan. Tapi tetap saja karirnya berkembang luar biasa, tak kalah layaknya artis di layar kaca.



Community

52

## Giovanni Kartika - Harapan BEsar Lewat Gerakan Little Hope

Lewat Little Hope Indonesia (LHI), Giovania Kartika berusaha memenuhi asa anak-anak Indonesia di bidang pendidikan. Simak perjuangannya.



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 KALSIMUM dan ZAT BESI.



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!



GET IT ON  
Google Play

Download on the  
App Store



# 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 dibawanya 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.

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](mailto: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.

## ALSO IN THIS EDITION

04 **From the Editor :**



14 **Notes From A Friend**  
Undisciplined Pursuit of Growth oleh Alex P Chandra

24 **Smart Family**  
Mau Ikutan Cari Tambahan Pendapatan dari Airbnb? oleh Suzana Chandra

38 **Leadership**  
Pas 20! oleh Pribadi Budiono

48 **Coaching Clinic**  
5 Parameter menentukan keuntungan sebuah bisnis oleh Ben Abadi



62 **Culinary**  
Wedang Ronde Salatiga (Mencecap Hangatnya Rasa "Pluralisme" dalam Semangkok Wedang Ronde)



**DISCOUNT 20%**  
Food & Beverage  
untuk yang membawa potongan/robekan halaman ini

Jl. Dewi Sri No. 168, Legian, Kuta, Bali 80361

(0361) 4756 904

+62 813 3993 2606

zero4karaoke

zero4karaoke.com



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.

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



DISCOUNT  
**30%\***

**MADE'S WARUNG**  
- Terminal Keberangkatan Domestik  
Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai, Bali

**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



# Ojol, Ubah Cara Konsumen Mengonsumsi Iklan Media Luar Ruang

Hasil study Lembaga Demografi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LD FEB UI), menyatakan Ojek Online (Ojol) mampu menyumbangkan Rp 9,9 triliun terhadap perekonomian nasional. Ojol menjadi solusi moda transportasi alternatif untuk mengurai kemacetan. Selain itu, Ojol juga mampu membuka peluang kerja bagi masyarakat Indonesia. Ada sekitar 2 sampai 2,5 juta driver ojek online di Indonesia.



Hadirnya Ojol juga mulai mengubah cara orang melakukan promo, terutama bagi para pelaku periklanan digital terprogram.

Terjadi pemindahan iklan *billboard* dan LCD berukuran besar pada skala kecil. Papan *display* atau *neon box* dengan materi iklan tertentu sekarang dipasang di belakang kemudi ojol. Bahkan, ada gambar dan video bergerak yang diputar menggunakan LCD mini yang dipasang di belakang kemudi.

NomadicAds, pemain baru media luar ruang--baik *Digital Out Of Home* (DOOH) dan *Out Of Home* (OOH), memanfaatkan peluang dari meningkatnya OJOL.

“NomadicAds adalah perusahaan pertama dan satu-satunya yang punya hak paten di Indonesia berdasarkan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, Dirjen Kekayaan Intelektual, dengan nomor paten IDS000002059 untuk perangkat gambar bergerak di kendaraan bermotor roda dua.

Jadi, kami satu-satunya yang memiliki hak paten,” ujar CEO NomadicAds, Ricky Ngani. NomadicAds memaksimalkan peran pengemudi Ojol sebagai mitra strategisnya. NomadicAds menurut Ricky memiliki keunggulan dibanding dengan sistem lainnya karena dapat berinteraksi secara digital untuk menghasilkan pengalaman yang unik dan menarik, sehingga meningkatkan *brand awareness* serta ketertarikan atas produk atau jasa perusahaan.

*Dashboard* yang dipasang di mitra Ojol juga sudah dilengkapi dengan sistem *real time monitoring* untuk keperluan laporan terhadap pengiklan.

“Kami juga melengkapi laporan yang transparan, mencakup waktu, jam, dan lokasi tayang yang akurat,” tambah Ricky.

Perangkat bergerak NomadicAds, terbuat dari LCD dengan ukuran 21.5 inch Frame: 38 cm (lebar) x 64 cm (tinggi) x 7 cm (tebal). Dalam operasionalnya, perangkat ini juga dilengkapi dengan GPS *Hardware Tracking* untuk memudahkan pelacakan posisi *fleet* dan pengkinian data. “*Application Tracking Server* terus memantau kendaraan iklan berjalan ke mana saja,” tuturnya.

Ricky optimistis, NomadicAds akan direspon oleh pasar mengingat data dari Statista.com yang menyebutkan pengeluaran iklan di segmen iklan video mencapai US\$ 213 juta pada tahun 2019.

“Pengeluaran iklan tersebut diperkirakan akan menunjukkan tingkat pertumbuhan tahunan, menghasilkan volume pasar sebesar US\$ 282 juta pada tahun 2023,” tutup Ricky. **M&I**





Alex P. Chandra

@alex\_lestari

Komisaris BPR Lestari &  
Founder of Lestari Group

www.alexpchandra.com

# Undisciplined Pursuit of Growth

*“There are two money problems; not enough money and too much money.”*

*- T Kiyosaki*

“ Salah satu alasan sebuah korporasi yang tadinya berhasil menjadi gagal, ketika perusahaan tersebut memaksa pertumbuhan dengan tidak disiplin. Berekspansi ke segala penjuru.

Awalnya saya tidak begitu mengerti apa yang Kiyosaki maksud dengan *problem too much money*. Bagaimana mungkin *too much money* bisa menjadi *problem*? Namun, itu sampai saya melihat sejumlah kasus sejumlah perusahaan yang tumbuh dari awalnya memulai dari bisnis kecil. Namun ketika mereka bertumbuh dan menjadi perusahaan besar dengan dana melimpah, mereka kemudian masuk ke industri atau bisnis yang jauh dari bisnis utamanya.

Mendirikan usaha transportasi, perhotelan, bangun SBPU, mini market bahkan sampai pertambangan. Sebuah konglomerasi kecil. Sebuah petualangan bisnis yang menurut analisa saya di-*drive* oleh banyaknya dana yang dimiliki.

Jim Collins dalam bukunya *How The Mighty Falls*, mengatakan bahwa salah satu alasan sebuah korporasi yang tadinya berhasil menjadi gagal, ketika perusahaan

“

***Pemimpin yang sukses mulai merasa bahwa dia unbeatable. Everything he touches turn to gold! Dan mulai berekspansi secara tidak disiplin. Success creates too much money! Dan too much money, ketika tidak disikapi dengan bijaksana akan mendorong seseorang yang sangat confident untuk berekspansi secara tidak disiplin.***



Sumber Foto : Freepik.com

tersebut memaksa pertumbuhan dengan tidak disiplin. Berekspansi ke segala penjuru.

Dia menyebutnya *Undisciplined Pursuit of Growth*; mengejar pertumbuhan secara tidak disiplin. Collins lebih lanjut menerangkan, bahwa sebuah tindakan yang tidak disiplin berekspansi ini kadang kala merupakan efek dari keberhasilan yang luar biasa. Arogansi kesuksesan. Pemimpin yang sukses mulai merasa bahwa dia *unbeatable. Everything he touches turn to gold!*

Perusahaan yang kebanjiran dana, dan mulail berekspansi secara tidak disiplin.

*Success creates too much money!* Dan *too much money*, ketika tidak disikapi dengan bijaksana akan mendorong seseorang yang sangat *confident* untuk berekspansi secara tidak disiplin.

Saya percaya, pertumbuhan sebuah perusahaan harusnya berlangsung secara bertahap, *stages*. Terutama, saya percaya pertumbuhan sebuah bisnis harus didukung oleh kapasitas organisasinya. Kapasitas orang-orangnya.

Ketika pertumbuhan bisnisnya jauh melampaui pertumbuhan kapasitas organisasinya, kekacauan pun mulai muncul. Kebocoran mulai muncul.

Kebocoran mungkin tidak terdeteksi secara dini, ketika *cash flow is still pouring in*.

Dan bahayanya, ketika mulai disadari, bahwa bisnisnya bocor di sana-sini, biasanya sudah terlambat. Untuk menutup kebocorannya, kemungkinan terpaksa ‘mencari dana segar’ baru untuk menutup lubang. Sampai kemudian lubangnya terlalu besar untuk bisa ditutup lagi.

*Business leaders*, hati-hati dengan persoalan *too much money*. **M&I**



MAIN STORY

# Artisnya Dunia Kedokteran

Interview With **DHELYA WIDASMARA**

*Cita-citanya memang jadi artis sejak remaja, tapi jalan hidup justru membawanya berkecimpung dalam dunia akademik dan kecantikan. Meski awalnya seperti "dipaksa" dan terpaksa mengikuti keinginan orangtua, pada akhirnya perempuan cantik ini mencintai bidang yang semula tak ada di dalam angan-angannya. Keseriusannya dalam dunia akademik membawa Dr. dr Dhelya Widasmara SpKK FINSDV melanglang buana di usia muda sebagai pembicara di berbagai forum ilmiah. Kiprahnya tak kalah layaknya artis di layar kaca, ia populer melalui karya akademik dan prestasi kedokteran. Ini kisahnya.*

Klinik kecantikan di sudut Jalan Ciujung 28, Malang itu tampak mencolok dengan dominasi warna ungu pada dindingnya. Di dalam klinik juga senada. Ungu dan putih menjadi aksesoris seluruh ruangan dan *furniture*. Terasa segar dan milenial.

Setelah menunggu beberapa waktu, akhirnya Dr. dr. Dhelya Widasmara, SpKK FINSDV menemui Money&I di ruang kerjanya. Lala, begitu ia akrab disapa, baru saja menuntaskan aktivitas rutinnya berolahraga bersama keluarga. Raut mukanya terlihat segar meski tanpa polesan *make-up*. *Arema* (Arek Malang, sebutan untuk orang dari kota Malang) yang lahir 14 Agustus 1982 ini mengaku lari pagi menjadi olahraga pilihannya untuk menjaga kebugaran tubuh.

Dua tahun sudah Lala membangun eLBe Clinic. Bersebelahan dengan rumah pribadinya, kliniknya menjadi jujugan milenial yang ingin perawatan kulit. *Tagline* yang diusungnya Pelayanan Bintang Lima Harga Mahasiswa, membuat Elbe Clinic tak pernah sepi dari pasien. Tak hanya warga seputaran Malang saja, tapi banyak pula dari luar kota bahkan luar pulau.

Kebanyakan klien mengenal kliniknya dari informasi "dari mulut ke mulut" Ada juga yang sudah pernah jadi pelanggannya ketika kuliah di Malang. Karena merasa cocok dengan pelayanan, hasil dan biayanya, mereka kembali lagi.

Tren K-Pop dengan artis-artis berkulit putih berimbas pula pada kliniknya. Ditandai dengan banyaknya pasien yang ingin *whitening*. Tak melulu didominasi remaja. Ada pula ibu-ibu dan anak-anak. Tapi Lala tak mau aji mumpung. Ia tegas menolak jika ada orangtua yang ingin anaknya perawatan pemutihan wajah.

Dibesarkan di keluarga akademisi, putri semata wayang pasangan dr. Dadang Hendrawan Sp.JP(K) FIHA dan Prof.Dr. Dewi Astutty Mochtar, S.H., M.S, semula tak ingin jadi dokter. Namun, didikan keras dan arahan kedua orangtua membuatnya menekuni dunia kedokteran.

Lala menyelesaikan S1-nya di Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya Malang, lalu lanjut S2 Spesialis Kulit dan Kelamin di Universitas Airlangga Surabaya. Kemudian menyelesaikan S3 dengan predikat *cum laude* di Universitas Airlangga dengan disertasi berjudul Uji Diagnostik Pemeriksaan Krok-20 PMP22, Protein, NGF, dan NRG1, untuk Deteksi Awal Kecacatan Penderita Kusta.



Sehari-harinya, ibu dua anak ini, Bunga Alzena Salsabila dan Edwin Asalangit Ahnaf berdinis di Rumah Sakit Syaiful Anwar Malang di bagian Kesehatan Kulit dan Kelamin, serta mengajar S1 dan spesialis di Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin Fakultas Kedokteran Universitas Brawijaya Malang. Kesungguhannya menekuni bidang kesehatan kulit dan

kelamin membuatnya tampil di forum-forum internasional sebagai pembicara, yakni; *Alternative Approaches To Skin and Hair Care, Modern Cosmetic Products and Marketing and Major Risks From Cosmetic and Personal Care Products at The 3<sup>th</sup> International Conference and Exhibiton On Cosmetology and Trichology* di Las Vegas, USA (2015), *Cosmetic Dermatology* di

Dubai (2016), dan *International Leprosy Congress* di Beijing (2016).

Selain itu, Lala yang mengagumi karakter tegas Sri Mulyani ini secara rutin tampil di program UB TV dan aktif dalam berbagai organisasi sosial seperti Malang Care dan terlibat berbagai kegiatan bakti sosial bersama Perdoski Malang.

Sejumlah karya ilmiah juga ditulis oleh perempuan humoris yang selalu tampil *chic* ini, seperti jurnal di *National Journal Publication, International Journal Publication, dan Proceeding*. Ada pula buku yaitu *Clinical Perspective of Leprosy*, kemudian dalam buku *Penyakit Menular Seksual. Lalu di buku Manifestation and Management of Dermato and Venerologist in HIV/AIDS*, ia menulis materi *Eosinophilic Folliculitis in HIV/AIDS*.

Istri dari Edwin Arief Fachruddin, S.T.,MM ini pada awalnya membuka praktik mandiri pada 2015 lalu, setahun berikutnya merintis eLBe Clinic dengan motivasi agar lebih banyak orang dari berbagai kalangan memiliki kesehatan kulit alami. Lala yang mengaku tidak memiliki insting bisnis yang bagus karena masih baru mencoba dan belajar, nyatanya berhasil memikat banyak klien.

Sejumlah perawatan unggulan yang sedang tren tersedia di kliniknya. Seperti perawatan *High Intensity Focused Ultrasound (HIFU)* untuk kekenyalan dan mengencangkan kulit wajah kendur di sekitar mata, dagu, dan leher tanpa tindakan operasi. Ada pula *Radical White Facial* untuk mencerahkan wajah dan halus bagi yang menyukai perawatan rutin bulanan serta tahap mencegah



***Basic saya sebenarnya bukan bisnis, tapi di pendidikan dengan menjadi dosen lalu sekolah lagi ambil spesialis kulit. Saya melihat peluang ke depan yang bagus di bidang kosmetik. Bukan di estetik saja, tapi infeksi kulit juga. Saya pikir bagus juga tidak hanya sebagai pendidik, tapi sekaligus entrepreneur.”***

penuaan. Kemudian *Cryolipolysis* untuk menghancurkan lemak dengan proses pendinginan bertujuan mengurangi jumlah sel lemak di tubuh agar bentuk tubuh ideal juga menjadi favorit pasiennya.

Selain eLBe Clinic, ahli kulit yang diganjar penghargaan *Icon Beauty Rising Start Dermatologist Doctor 2018* di ajang *Cosmobeaute Indonesia 2018* ini juga mendirikan klinik kecantikan *Skin Level*. Bila di eLBe ia juga turun tangan langsung menangani pasien, di *Skin Level* ia menyerahkan penanganan pasien pada timnya.

Meski demikian, standar pelayanan dan kualitas yang diterapkan di kedua klinik tersebut ia jamin sama. Di eLBe Clinic yang mengusung konsep *Your Beauty is*

*Reflection of Your Skin* ini tercatat 400 klien saban bulan yang ditanganinya bersama tim. Sedangkan di *Skin Level*, karena masih baru, klien yang datang sekitar 70 setiap bulannya.

*Treatment* lain yang disediakan di dua kliniknya yang sudah dilengkapi bermacam alat kecantikan modern dan metode terbaru itu yakni, perawatan untuk kebotakan, *slimming, infus whitening*, pemancungan dan hidung lain-lain.

Tahun 2020 ini, Lala mencanangkan untuk semua perawatan dikliniknya menggunakan antioksidan dari bahan-bahan herbal.

Nah, bagaimana perjalanannya membangun klinik kecantikan dan pendapatnya mengenai hidup sehat dan makna cantik? Simak perbincangan kami berikut ini.

**Bisa diceritakan perjalanan karir dan bagaimana mulanya mendirikan eLBe Clinic?**

*Basic* saya sebenarnya bukan bisnis, tapi di pendidikan dengan menjadi dosen lalu sekolah lagi ambil spesialis kulit. Saya melihat peluang ke depan yang bagus di bidang kosmetik. Bukan di estetik saja, tapi infeksi kulit juga. Saya pikir bagus juga tidak hanya sebagai pendidik, tapi sekaligus *entrepreneur*. Apalagi di zaman sekarang ketika bisa didampingi orang-orang yang paham bisnis dan taat aturan. Saya mencoba membuka eLBe Clinic dan *Skin Level* meski tidak ada darah bisnis. Saya mau mencoba dan belajar.

**Sudah berapa lama eLBe Clinic berdiri?**

eLBe Clinic baru dua tahun lebih. Ya, sudah ada cabang tapi dengan nama lain. Memang dibuat demikian karena saya bedakan pangsa pasarnya. Supaya ada pilihan untuk klien. Buka cabang di daerah lain, kan harus melihat masyarakatnya juga. Memberikan pilihan pada masyarakat untuk memilih mana yang sesuai dengan kemampuan mereka. Secara bisnis juga berarti dinamis. Tidak membosankan.

**Apa makna nama eLBe Clinic?**

eLBe Clinic merupakan singkatan nama anak saya. Langit dan Bunga. Klinik ini saya buat untuk mereka, mungkin mereka nanti akan meneruskan saya. Sebagai orangtua ya saya menyiapkan dan mengarahkan mereka untuk terjun ke bidang kedokteran.

**Siapa target market eLBe Clinic?**

Siapa saja. Masyarakat yang butuh pelayanan tidak hanya estetik saja. Karena di sini juga ada spesialis kulit yang juga bisa mengobati alergi. Kemudian ada pelayanan rambut rontok, kebotakan dan sebagainya. Itu juga menjadi keahlian kami.

**Kebanyakan orang berasumsi perawatan di klinik kecantikan itu mahal, bagaimana?**

Nah, itu maknanya saya buat dua konsep berbeda, yaitu klinik eLBe Clinic dan Skin Level dengan harga yang lebih rendah. Nanti masyarakat akan membandingkan. Saya memberikan pilihan dan menyediakan sarannya.



***Saya ingin punya klinik kecantikan yang One Stop Service Woman di situ klinik, salon dan ada apanya juga terutama untuk perempuan berhijab. Supaya mereka yang berjilbab tidak risih dan nyaman ketika perawatan harus buka jilbab. Mungkin bisnis lain ya dengan nama berbeda. Kebetulan saya suka melakukan inovasi yang lain dan baru. Dan menurut saya bisnis ini menjanjikan untuk dokter spesialis kulit.”***

**Bagaimana dengan standar pelayanan yang diterapkan di kedua klinik?**

Standar pelayanan sama. Di Skin Level ada penanggungjawabnya seorang dokter spesialis kulit, saya bertindak sebagai *owner*. Tidak praktik. Saya mengawasi. Ada apoteker juga karena di klinik kita menyediakan obat-obatan. Semuanya terjamin.

**Sejauh mana respon masyarakat dengan eLBe Clinic dan Skin Level?**

Sangat positif. Masyarakat sekarang sudah banyak yang pintar, ketika ke klinik suka tanya ini dokternya spesialis kulit atau kecantikan? Sebenarnya ini salah kaprah ya, seorang dokter spesialis kulit juga mempelajari estetik. Orang beranggapan spesialis kulit itu mengobati sakit kulit saja, padahal tidak begitu. Dokter kulit juga mempelajari estetik. Tapi menurut saya ya bagus dan sudah benar ketika pasien datang ke klinik kemudian mencari dokter kulit.

**Bagaimana menghadapi pasien yang baru pertama kali datang dan perawatan instan?**

Begini, kami punya ilmu. Kami menjelaskannya harus dengan bahasa pasien. Kalau memang pasien tidak paham, ya kami akan gambar lapisan kulit. Mengedukasi pasien harus betul. Tidak memberikan janji-janji. Jangan lupa juga kalau mau tindakan, harus ada tanda tangan pasien. Sebagai dokter harus *safe* juga. Jangan sampai nanti di kemudian hari ada tuntutan pasien. Kalau dokter taat aturan pasti tidak akan melakukan penyimpangan.

Sebagai dokter juga harus memberikan saran kepada pasien. Tidak asal menurut kemauan mereka. Singkatnya begini, menjadi dokter tidak bosan-bosannya memberikan penjelasan kepada pasien. Kalau komunikasi bagus, pasti pasien balik lagi mencari. Komunikasi, Informasi, Edukasi (KEI) itu penting. Jadi tidak asal muka dirawat. Tapi dijelaskan secara detil. Tapi menurut pengalaman, pasien senang kalau dokternya komunikatif dan bisa memberi informasi tepat. Apalagi kalau pasiennya tidak paham sama sekali. Sama di medsos pun seperti di Instagram, orang tidak hanya diberikan promo saja. Tapi juga informasi dan edukasi. Dan itu disukai orang karena mereka butuh informasi tepat.

**Berapa orang tim yang ada di eLBe Clinic?**

Ya sekitar 10 orang. Ada dokter, perawat dan yang mengurus lainnya.

**Manajemen apa yang diterapkan di eLBe Clinic?**

Tidak ada secara khusus. Kami ngobrol aja tiap hari. Apa yang kurang, terus enaknya bikin apa. Boleh dibilang manajemennya bukan yang terlalu elektronik.

**Perawatan apa yang disukai pasien?**

So pasti *whitening*. Karena sekarang kiblatnya Korea ya, karena identik ayu, putih, begitulah. Dari orang dewasa sampai anak kecil. Tapi saya tidak melakukan *whitening* untuk anak kecil. Saya hanya menyarankan *sunblock* saja dan dibersihkan kulitnya.

**Bisnis dan pengabdian adalah dua hal berbeda, bagaimana menyikapi?**

Sebagai akademisi saya terikat pada Tri Dharma Perguruan Tinggi. Di situ ada pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengembangan serta pengabdian kepada masyarakat. Saya sudah melakukan itu semua.

**Pernah mengalami pertentangan batin ketika bekerja?**

Oh ya pernah. Kebetulan selain praktik di klinik sendiri, saya juga praktik di tempat lain. Nah orang yang datang ke eLBe Clinic adalah mereka yang mampu karena ingin mendandani dirinya lebih baik. Bukan sakit. Sedangkan yang datang di tempat praktik saya lainnya, ada orang

yang kurang mampu mengeluh gangguan gatal, ya saya tidak menarik biaya. Intinya saya profesional dan seimbang ketika bekerja.

#### Rencana ke depan untuk pengembangan eLBe clinic?

Saya ingin punya klinik kecantikan yang *One Stop Service Woman*, di situ ada klinik, salon dan juga layanan terutama untuk perempuan berhijab. Supaya mereka yang berjilbab tidak risih dan nyaman ketika perawatan harus buka jilbab. Mungkin bisnis lain dengan nama berbeda. Kebetulan saya suka melakukan inovasi yang lain dan baru. Dan menurut saya bisnis ini menjanjikan untuk dokter spesialis kulit.

#### Goal lain yang belum terealisasi?

Saya ingin punya klinik di luar Kota Malang. Memang butuh waktu untuk melakukan survei. Itu yang menjadi kendala saya, waktunya belum ada. Saya juga masih ingin mengembangkan klinik yang ada. Kemudian, saya ini orangnya gampang bersyukur. Maksudnya begini, dengan apa yang sudah berjalan saat ini, saya sudah bersyukur. Saya sadar, dalam bisnis ini bukan hal yang baik, mestinya kalau bisnis ya tidak cepat puas ya.

#### Bagaimana mengawasi bisnis ketika sibuk di rumah sakit dan kampus?

Tetap harus kontrol. Periksa laporan keuangan dan penting juga berkomunikasi dengan tim. Kita boleh percaya sama orang, tapi tetap harus turun ke bawah. Bisnis tidak hanya bicara soal keuntungan saja. Tapi juga kebutuhan tim, inginnya seperti apa.

#### Bisnis klinik kecantikan ini dibangun sendiri atau ada kerjasama dengan orang lain?

Saya bangun sendiri. Mandiri. Pakai uang sendiri. Sesuai dengan kemampuan saya.

#### Selama eLBe Clinic berdiri, apakah sudah memenuhi target?

Syukurinya lancar, sudah memenuhi target. Bahkan *surplus*.

#### Melihat perkembangan bisnis klinik kecantikan di Kota Malang, bagaimana menurut Anda?

Sangat menjanjikan, dan harus berani bersaing. Ini jadi tantangan buat kami melakukan inovasi dan membuat promo-promo berbeda setiap bulan.

#### Media promosi apa yang digunakan eLBe clinic dan Skin Level, bagaimana efektivitasnya?

Kami pakai Instagram saja. Sangat efektif dan sejauh ini respon orang-orang positif. Ini karena sekarang orang tidak lepas dari media sosial. Lewat Instagram kami melakukan promosi sekaligus memberikan informasi dan edukasi pada masyarakat.

#### Bagaimana bagi waktu kesibukan dengan keluarga?

Setiap Sabtu siang selesai praktik jam 13.00 di eLBe Clinic, saya makan siang bareng keluarga di luar. Kalau Minggu saya tidak ada praktik. Ya jalan, main sama keluarga. Sangat bisa kok bagi waktu untuk pekerjaan dan keluarga.

#### Punya passion selain dunia kesehatan kulit dan kecantikan?

Saya senang jalan-jalan dan suka difoto. Biasanya saya bikin foto banyak untuk kepentingan foto profil di *banner* seminar.

#### Siapa role model Anda?

Ayah dan Ibu pastinya. Karena arahan dan didikan beliau berdua, saya bisa seperti ini. Meski mereka *pure* akademisi, bukan pebisnis.

#### Bagaimana peranan orangtua dalam karir?

Pastinya, peran mereka sangat besar. Terutama mengarahkan saya dalam memilih pendidikan. Saya tidak dibiarkan membuat keputusan sendiri. Tugas saya hanya belajar. Tapi saya merasa bahwa yang dilakukan orang tua bisa membuat saya seperti ini. Meski pada awalnya saya protes tidak memiliki kemerdekaan karena tidak dibiarkan membuat keputusan sendiri.

#### Bacaan favorit?

Saya suka literatur keilmuan sesuai dengan bidang yang saya tekuni supaya bisa menjelaskan sedetil mungkin kepada pasien.



#### Makna cantik menurut Anda?

Cantik itu yang pertama adalah percaya diri. Kalau orang sudah percaya diri dengan kemampuan dirinya, ketika menghadapi lawan bicara sorot matanya meyakinkan. Yang kedua kebersihan kulit.

#### Gaya hidup sehat menurut Anda seperti apa?

Yang pertama pastinya sesuai kemampuan. Yang kedua olahraga, dan ketiga makan sehat dan teratur. Tidak lupa beribadah sesuai agama dan kepercayaannya. *Ojok ayu thok ae*, tapi tidak pernah berdoa. Ha..ha..ha...

Menjaga asupan makanan ke dalam tubuh itu penting. Paling tidak pemilihan menu makanan ya. Kita makan sayur bayam, daging *aja* tidak masalah. Itu juga sehat.

Kalau sedang makan di luar, jangan lupa minum air putih yang banyak dan sedia buah. Penting bawa buah ke mana-mana. Tak perlu buah mahal-mahal, cukup apel hijau, strawberry, atau lemon. Karena itu antioksidan kulit.

#### Olahraga favorit?

Jalan kaki. Murah. Ini bisa diterapkan siapa saja untuk hidup sehat. Kita punya kaki dimanfaatkan. Cukup 30 menit saja. Ya tidak lari terus tapi diselingi jalan. Itu saja sudah bagus buat kesehatan. Mencakup dari atas ke bawah.

#### Tokoh idola?

Saya tidak punya secara khusus. Tapi saya suka Kylie Jenner. Selain cantik juga berbisnis. Di luar kehidupan pribadinya ya, saya suka semangatnya dalam berbisnis.

M&J



Suzana Chandra  
Managing Director, Lestari Living

“..sooner or later, pemerintah akan mulai “mengatur” bisnis Airbnb ini. Sehingga, saran saya sih, tetap perhitungkan biaya-biaya perijinan dan perpajakan sebagai faktor pengurang dalam memperhitungkan *return on investment* dari properti. Sementara itu, *enjoy explore* bisnis Airbnb.”



Sumber Foto : www.freepik.com

## Mau Ikutan Cari Tambahan Pendapatan dari Airbnb?

Tulisan saya kali ini merupakan kelanjutan dari artikel bulan lalu terkait bisnis Airbnb. Kali ini kita akan bahas apakah memungkinkan pemilik properti untuk mendaftarkan “kamar” yang tidak terpakai ke Airbnb? Apa iya segampang itu mendapatkan pemasukan tambahan dari Airbnb?

Ide Airbnb sendiri diluncurkan di tahun 2008 yang kemudian terakselerasi di bulan November 2010 dengan pendanaan senilai USD 7.2 juta. Dan sekarang dengan rencana IPO di tahun 2020, estimasi penilaian perusahaan ada di USD 47 miliar, Airbnb sendiri ada di 100.000 kota dan sekitar 8.2 juta pengguna Airbnb.

Suatu pencapaian prestasi yang “luar biasa”, terutama kalau dibandingkan dengan bisnis konvensional. Nah, apakah Anda semua siap untuk mengambil bagian dari bisnis model Airbnb ini?

Bagi mereka yang sudah dalam industri rental, pasti kenal dengan penggunaan OTA (*Online Travel Agent*) seperti Agoda, Booking.com, Expedia dan lain sebagainya. Mereka mendaftarkan properti dengan imbalan komisi bagi produk yang *di-booking* atau dipesan oleh konsumen. Komisinya berkisar dari 15-30 persen. Suatu angka persentasi komisi yang relatif sangat tinggi. Yang kalau dihitung-hitung, kemungkinan besar para OTA ini mendapatkan porsi keuntungan

yang lebih besar daripada pemilik properti. Sehingga banyak pemilik properti yang mengeluh, tetapi karena dominasi OTA yang kuat, kebanyakan pemilik properti sepertinya tidak memiliki pilihan lain, selain mendaftarkan propertinya ke OTA. Istilahnya, daripada *kagak* jualan dah.

Sampai Airbnb datang *men-disrupt* pasar, dengan komisi yang relatif jauh lebih murah, yaitu 10% dan prosedur yang jauh lebih mudah.

Konsep Airbnb bagi “host” semula hanya terbatas dengan “mengaktifkan” *space* yang tidak terpakai, misalnya *spare bedroom*, *granny flat* di belakang rumah, garasi yang tidak terpakai dirubah menjadi *suite room*, lantai dua dari rumah atau apartemen yang tidak dipakai, *holiday home* pada saat tidak dipakai. Itu adalah ide awalnya. Yaitu menggunakan asset yang “*idle*” sebagai tambahan pendapatan dengan menyewakannya. Tetapi dengan bertumbuhnya popularitas konsep Airbnb, konsepnya sudah berubah menyerupai OTA (*Online Travel Agent*) dengan berbagai diferensiasi. Dan banyak properti yang memang dibeli khusus dengan tujuan untuk disewakan melalui sistem Airbnb (*investasi properti yang disewakan jangka pendek*).

Beberapa faktor penting yang harus diperhitungkan sebelum mendaftarkan properti, *space* atau *private room* ke Airbnb adalah *value proximity* (seberapa dekat properti Anda) ke fasilitas umum seperti stasiun kereta api, halte bus,



**Salah satu feature menarik dari Airbnb adalah Anda sebagai “host” dapat menilai customers. Kalau customers-nya “cerewet tanpa beralasan” atau “jorok” atau merusak atau mengambil barang tanpa ijin”, ataupun melakukan perbuatan yang tidak menyenangkan, seorang host dapat memberikan penilaian yang akan di post di profile customers. Penilaian terhadap customers ini akan menjadi referensi bagi host yang lain, untuk menerima atau menolak bookingan dari customers tersebut. It works both ways.”**



Sumber Foto : Freepik.com

bandara, *shopping area*, supermarket, restoran, pantai, *office* (untuk yang berlokasi dekat dengan *business district*) dan berbagai *tourist attraction* lainnya.

Kemudian, bagi mereka yang mau menyewakan *extra space* di rumah atau *apartment*-nya, harus diperhitungkan ketidaknyamanan berbagi *space* dengan "orang asing atau tamu". *Host* juga diharuskan melakukan koresponden dengan calon *customers*, mempersiapkan berbagai informasi dan melakukan atau menyewa jasa kebersihan, dan menjaga keamanan.

Demikian juga "*host*" biasanya diharapkan *standby* untuk menangani kemungkinan keluhan dan berbagai permintaan *customers*. Ingat loh, tidak semua *customers* itu baik, banyak juga yang cerewet, iseng, nakal, jorok. Sebagaimana layaknya sebuah bisnis, dibutuhkan usaha yang maksimal untuk menjadi *host* di Airbnb yang sukses.

Ulasan dari *customers* akan menentukan peringkat Anda di Airbnb yang nantinya akan menjadi acuan bagi calon pengunjung yang akan datang. Semakin banyak ulasan bagus, maka semakin menarik *brand* Anda di Airbnb. Oleh karena itu, disamping kenyamanan akomodasi, berbagai *complimentary* dilakukan untuk memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi *customers*.

*Complimentary* seperti sebotol *wine* dengan keju dan buah-buahan, *complimentary breakfast*, cokelat dan bunga dan lain sebagainya dapat dijadikan pemanis bagi *customers* yang diharapkan akan memberikan ulasan yang bagus bagi propertinya.

Salah satu fitur menarik dari Airbnb adalah Anda sebagai "*host*" dapat menilai *customers*. Kalau *customers*-nya cerewet tanpa beralasan, jorok, merusak atau mengambil barang tanpa ijin. Ataupun melakukan perbuatan yang tidak menyenangkan, seorang *host*

dapat memberikan penilaian yang akan diunggah di profil *customers*. Penilaian terhadap *customers* ini akan menjadi referensi bagi *host* yang lain, untuk menerima atau menolak *bookingan* dari *customers* tersebut. *It works both ways*. Dan saya pikir, ini adalah sistem yang adil dan bersifat preventif bagi calon *customers* yang kadang suka "semua gue" dan tidak menghormati properti milik orang lain.

Di Indonesia, masih relatif belum banyak peraturan yang diberlakukan untuk bisnis Airbnb. Baik dalam segi perpajakan maupun dalam ijin operasional. Sehingga relatif masih mudah.

Menurut pendapat saya, *sooner or later*, pemerintah akan mulai "mengatur" bisnis Airbnb ini. Sehingga, saran saya sih, tetap perhitungkan biaya-biaya perijinan dan perpajakan sebagai faktor pengurang dalam memperhitungkan *return on investment* dari properti. Sementara itu, *enjoy explore* bisnis Airbnb. **M&I**



Sumber Foto : www.spaceo.ca



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!



## INTERVIEW WITH ANNE AVANTIE

# Desainer Sukses, Rendah Hati dan Berjiwa Sosial

**Siapa tak kenal perancang mode garda depan Indonesia ini. Anne Avantie tak hanya dikenal sebagai perancang busana kebaya di Indonesia, tetapi juga di jagad Internasional. Hasil karya kebaya wanita kelahiran Semarang, 20 Mei 1954 ini tak hanya dipakai selebriti Indonesia, tetapi juga sejumlah ratu sejagat yang pernah berkunjung ke tanah air.**

Sejak kecil, Anne Avantie memang telah menunjukkan ketertarikan dalam dunia mode. Anak dari pasangan Hari Alexander dan Amie Indriati yang keturunan Tionghoa ini tidak hanya dikenal sebagai perancang busana handal, tetapi juga merupakan aktivis sosial. Wanita yang memiliki nama asli Sianne Avantie ini menikah dengan Yoseph Henry dan memiliki 3 orang anak, yaitu Intan Avantie, Ernest Christoga Susilo dan Ian Tadio Christoga Susilo.

Lewat Yayasan Anne Avantie, wanita energik ini, juga membantu kaum difabel dan berkebutuhan khusus kursi roda, *walker*, kruk dan juga tongkat untuk para tuna netra. Di tengah kesibukannya yang padat, Anne tetap membagi waktunya untuk kegiatan sosial.

Pada gelaran Konser Inklusi 2019 Komunitas Sahabat Difabel (KSD) kerja bareng Anne Avantie Foundation, dan Himpunan Mahasiswa Peduli Sosial Fisip Undip (HIMPS) akhir tahun silam di Teater Liem Liang Peng, Sekolah



Nasional Karangturi, Graha Padma, Semarang, nampak desainer top ini tanpa risih berbaur, berinteraksi dengan anak-anak berkebutuhan khusus dan menyemangatnya.

Bagaimana kiprah desainer yang akrab dipanggil bunda di kalangan difabel ini ikut larut dalam kebahagiaan merayakan Hari Disabilitas Internasional? Berikut petikan wawancara Money&I dengan peraih Lifetime Achievement Award dari ajang IFF and The Masterpiece 2019, tentang kiprahnya di dunia usaha dan juga kegiatan sosial yang dilakoninya selama 30 tahun berkarya di jagat mode.

## Bagaimana dengan perjalanan dan kiprah Anda sebagai perancang busana?

Saya sudah berkiprah sebagai perancang busana selama 30 tahun. Kesuksesan hari ini saya bangun dari nol. Saya berasal dari keluarga yang *broken home*. Sedangkan pendidikan saya hanya lulusan SMP. Hal ini yang memantik semangat saya bahwa hidup tidak boleh gagal. Terus berusaha karena masa lalu bukanlah alasan untuk tidak meraih kesuksesan.

## Bagaimana proses Anda untuk meraih kesuksesan?

Jatuh bangun dalam membangun usaha mulai ketika saya hijrah ke Jakarta. Dengan bekal restu dari sang ibunda, saya terus meyakinkan diri untuk bisa sukses meskipun dalam kondisi yang



susah. Setiap manusia harus yakin sekali dapat meraih kesuksesan. Walaupun pada prosesnya ditemui banyak masalah, manusia dapat belajar dari kesalahan. Dari sebuah kesalahan kita akan mendapatkan hal yang baru. Saya itu terkenal dengan kebaya yang salah potong. Pada tahun 1998 model kebaya saya bagian leher mengalami salah potong dan menjadi asimetris. Hal ini langsung membuat *booming* seluruh Indonesia. Jadi kesalahan yang membawa berkah.

## Menurut Anda hal apa saja yang penting dalam berbisnis?

*Branding*, pasalnya *branding* ini sangat diperlukan untuk mengonstruksi ingatan tentang ciri khas yang menjual dan tidak ditemukan pada diri atau karya orang lain.

## Contohnya?

Secara personal, karya saya identik dengan konde yang besar dan bunga kamboja di bagian kanan. Kita harus bangga dengan identitas ini karena

dengan keunikan, kita dapat dikenal dengan baik. Contoh lainnya, kebaya karya saya dikenal masyarakat karena mengikuti perkembangan zaman, namun tetap memerhatikan nilai historis.

## Apa kunci kesuksesan Anda hingga bertahan tiga dasa warsa dalam bisnis fesyen?

Salah satunya dengan selalu mendengarkan konsumen, dan memaknai setiap pertemuan dengan orang lain. Hadirnya hati dalam kehidupan sehari-hari membuat pertemuan dan peristiwa di kehidupan kita menjadi lebih bermakna.

Melakukan pendekatan kepada orang-orang *heart to heart*, menghargai setiap orang yang telah membantu kita, dan mendengarkan kritik saran dari konsumen menjadikan setiap karya yang saya buat memiliki nilai yang bermakna serta keunikan. Hal tersebut yang membuat karya Anne Avantie memiliki ciri khas di hati masyarakat.

### Ada pesan untuk orang yang akan berkecimpung di dunia usaha?

Percaya diri adalah modal yang sangat penting dalam mengekspresikan bentuk suatu karya. Akar dari tidak percaya diri salah satunya karena kita terlalu menutup diri dan takut secara berlebihan terhadap karya kita. Kadang muncul pikiran apakah karya kita akan disukai orang atau tidak, dan hal itu harus disingkirkan terlebih dahulu.

Kepercayaan diri dalam berekspresi dapat diperoleh ketika kita sudah bisa menghargai karya kita sendiri. Walaupun ke depannya, karya kita dikritik oleh konsumen, hal tersebut harus diterima untuk menjadikan karya kita lebih baik di masa datang.

### Ada pesan khusus?

Berkaryalah dan berikan dampak positifnya. Berkarya bukan hanya masalah uang, tetapi juga ide-ide yang positif untuk membangun negeri.

### Penghargaan yang Anda dapatkan?

Pada tahun 2004, 2005, dan 2008, Ibu Negara, Ny. Any Bambang Yudhoyono memberikan penghargaan “Kartini Award”. Kiprah dan kontribusi saya dalam mengembangkan industri kecil di Indonesia. Pada tahun 2008 Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan Republik Indonesia, Meutia Hatta menganugerahi penghargaan kepada saya sebagai “Wanita Indonesia Bisa” atau “Indonesian Woman Able”.

### Apa yang Anda lakukan lewat Anne Avantie Foundation?



*Percaya diri adalah modal yang sangat penting dalam mengekspresikan dalam bentuk suatu karya. Akar dari tidak percaya diri salah satunya karena kita terlalu menutup diri dan takut secara berlebihan terhadap karya kita. Kadang muncul pikiran apakah karya kita akan disukai orang atau tidak dan hal itu harus disingkirkan terlebih dahulu. Kepercayaan diri dalam berekspresi dapat diperoleh ketika kita sudah bisa menghargai karya kita sendiri.”*



Saya berusaha memberikan bantuan kepada yang membutuhkan. Kegiatan ini merupakan salah satu upaya untuk memanusiakan manusia dengan jalan yang manusiawi. Kami terus akan berbagi, ini bukan janji, tapi komitmen kami.

### Mulai kapan hal ini dilakukan?

Aksi sosial yang kami lakukan dimulai pada tahun 2002, berkolaborasi dengan Rumah Sakit St. Elizabeth, Semarang dengan membangun rumah singgah “Wisma Kasih Bunda”. Mula-mula rumah singgah ini hanya

diperuntukkan untuk penderita *hydrocephalus*. Namun mulai tahun 2005 banyak juga penderita *astreniani*, tumor, *labiopalataschisis*, bibir sumbing, dan penderita cacat lainnya yang datang untuk mendapatkan pertolongan.

### Kegiatan sosial lainnya yang Anda lakukan lewat Anne Avantie Foundation?

Mendirikan sekolah talenta untuk anak-anak berkebutuhan khusus “Bina Bunda”. Di sekolah ini anak-anak difabel bisa mengembangkan minat dan bakatnya.

Saya bersama Anne Avantie Foundation banyak menggelar berbagai pelatihan dan *workshop* keterampilan dan kewirausahaan untuk berbagai kalangan, mulai dari pelajar, penjahit, hingga ibu rumah tangga. Selain aktif mengadakan program subsidi silang dan pelatihan gratis, saya juga sering diminta untuk menjadi narasumber berbagai acara.

### Apa yang mendasari Anda berkiprah di bidang sosial?

Saya yakin dan percaya dengan berbagi dan membantu orang, kita tak akan kekurangan, tetapi makin berkelimpahan berkat Tuhan. Saya memperoleh kepuasan bisa meringankan beban orang lain. Bisa berbagi kepada sesama. **M&I**



Sumber Foto : ww.flickr.com

# Tren Artificial Intelligence (AI) Marketing di 2020

**Forbes Agency Council memaparkan 9 (sembilan) tren Artificial Intelligence (AI) potensial yang akan menguak di kancah pemasaran pada tahun 2020. Dikutip dari [www.forbes.com](http://www.forbes.com), ada sembilan tren AI Marketing di 2020 yang disarikan dari sembilan praktisi pemasaran.**

## #1 Buyer Profiling

AI sekarang memperkuat segmentasi pelanggan, pemberitahuan *push*, pelacakan klik, penargetan ulang, dan pembuatan konten. Pemasar menggunakan AI untuk rekomendasi produk dan kampanye pemasaran. Mereka juga akan dapat menggunakan intelijen untuk membuat profil pembeli berdasarkan perilaku dan tindakan. Selain

itu, pada tahun 2020, pemasar akan terus menggunakan AI untuk meningkatkan layanan pelanggan. (Alex Membrillo, Cardinal Digital Marketing).

## #2 Insights-Driven Retention And Loyalty

Peluang yang jelas dan kuat bagi pemasar untuk menciptakan nilai bagi

konsumen dan pemangku kepentingan adalah memanfaatkan AI untuk retensi dan loyalitas pelanggan. Hal ini berlaku terutama untuk *retailers*, produsen dengan *platform* langsung ke konsumen dan dengan program *customer relationship management* yang kuat, di mana menggabungkan data dari berbagai sumber dapat menghasilkan *insight* yang bermakna untuk memahami bagaimana cara mendorong pelanggan kembali bertransaksi. (Luigi Matrone, eBusiness Institute)

## #3 Real-Time Customer Interaction Across Every Channel

Salah satu kemungkinan menarik yang dimiliki AI untuk pemasaran dan pemasaran ritel adalah kemampuannya untuk mengelola interaksi pelanggan secara *real-time* di setiap saluran. Sering kali, perbedaan antara keberhasilan dan kegagalan bergantung pada seberapa baik merek dapat memodifikasi taktik mereka dalam menanggapi umpan balik pelanggan. Untuk merek yang mau mendengarkan, AI menjanjikan harta karun berupa data pelanggan yang bermakna. (Mary Ann O'Brien, OBI Creative)

## #4 Real-Time Marketing

Banyak tren menarik yang kami hadapi, tetapi sepertinya *real-time marketing* akan menjadi sesuatu di tahun 2020. Mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan sudah membantu pemasar memahami dengan tepat bagaimana perilaku pelanggan. AI akan semakin banyak digunakan sebagai sarana untuk

meningkatkan penyampaian pesan yang kustom kepada pelanggan yang tepat dan pada waktu yang tepat. (Solomon Timothy, OneIMS)

## #5 Voice-First Search

Dengan teknologi AI berkekuatan suara yang terus tumbuh seperti Siri dan Cortana, tidak mengherankan bahwa kita berada di jalur cepat menuju permintaan pencarian yang menggunakan teknologi bersuara. Berangkat dari fakta ini, pemasar pada tahun 2020 perlu memanfaatkan tren tersebut dengan mengikuti konten mereka dan strategi SEO seputar cara konsumen berbicara dan pikirkan. Misalnya, "Bagaimana Anda membuat pizza di rumah?" (Adam Binder, Creative Click Media)

## #6 Automation And Ad Targeting Tools

Otomasi pemasaran muncul sebagai kata kunci bisnis pada tahun 2019. Sekarang, dengan lebih banyak *startup* yang muncul di ceruk pasar, tahun 2020 tidak akan berbeda. Dikombinasikan dengan alat penargetan iklan (*Ad Targeting Tools*) canggih yang secara efektif akan menemukan *audiens* dan secara signifikan menurunkan anggaran perusahaan, AI akan terus berkuasa di dunia pemasaran dan bisnis. (Ashar Jamil, Digitally Up)

## #7 A Personalized Approach

Ketika *customer engagement* (keterlibatan pelanggan) datang, waktu adalah

segalanya. Menurut penelitian terbaru kami, 65% konsumen berharap bahwa dalam lima tahun, *email* pemasaran akan sepenuhnya disesuaikan untuk mereka pada saat tertentu. Ini memberi tahu kami bahwa mengirim optimasi waktu, menggunakan data historis untuk mengirim pesan digital kepada individu ketika mereka kemungkinan besar terlibat, akan memiliki dampak yang meningkat pada tahun 2020. (Camille Nicita, Gongos, Inc)

## #8 Developing Content Strategies

Meskipun kreatif, penulis sering kesulitan dan menghabiskan banyak waktu untuk mengembangkan strategi konten, terutama yang didukung oleh data. *A-Powered Tools* dapat mengembangkan strategi yang didukung oleh hasil nyata jauh lebih cepat dibandingkan yang dapat dilakukan individu. Dengan begitu banyak konten di luar sana dan begitu banyak waktu untuk membuat lebih banyak strategi penting untuk pemasaran. (Charles Mazzini, Hyperlinks Media, LLC)

## #9 Brand Association And Referral

Asosiasi merek (*Brand Association*) dan rujukan (*Referral*) melalui AI akan menjadi sesuatu yang harus diperhatikan. Ketika obrolan dan asisten suara semakin canggih, antisipasi kebutuhan yang dikombinasikan dengan perilaku yang dipahami akan memberikan lebih banyak peluang bagi pemasar digital dan konsumen. (Bo Bothe, BrandExtract, LLC)

M&I

Travellers Notes

# Sensasi Melintasi Selat Gonsalu

Teks dan Foto : Christian Heru Cahyo Saputro

**Masyarakat Flores Timur paham betul dengan arus Gonsalu. Arus laut deras yang membentang sekitar 5 kilometer antara ujung timur pulau Flores dan pulau Adonara. Para pendatang banyak yang mengira selat yang diseberangi ini merupakan sebuah sungai yang deras arusnya.**

Apabila kita menyusuri kota Larantuka ke arah Timur, jarak antara daratan (Pulau Flores) dan Pulau Adonara di sebelah Selatan terasa hanya sepelemparan batu. Berada di pantai Kelurahan Puken Tobi Wangi Bao (Pohon Bao) dan bergerak ke arah Timur melewati Lebao, Sarotari hingga Kelurahan Weri, jarak antara kedua pulau ini semakin dekat.

Dekatnya jarak ini menjadikan arus laut sangat kencang. Arus Gonsalu, orang biasa menyebutnya demikian, seakan menantang siapa saja yang ingin berlayar di selat yang sempit ini. Pergantian arus terjadi setiap 3-4 jam sekali tergantung 'bulan gelap' atau 'bulan terang' (bulan purnama). Arus Hura (Aro Hura) bertolak ke arah Timur, sedangkan Arus Ole (Aro Ole) bertolak ke arah Barat. Di bulan purnama dan bulan baru terbit, arus laut

sangat kencang.

Menyeberang ke Pulau Adonara khususnya bagi warga masyarakat Adonara yang berdiam di Kecamatan Adonara Barat dan sekitarnya, lebih mudah dan cepat dilakukan dengan menumpang kapal motor di Pantai Palo (Pante Palo) di Kelurahan Sarotari, Kecamatan Larantuka.

Jarak antara Pantai Palo (Flores) dan Tana Merah (Adonara) sekitar 300 meter bisa ditempuh dalam waktu 10-15 menit dengan memakai kapal kayu tradisional bermesin tempel dengan panjang 6 meter dan lebar 1,5 meter. Sudah sejak 5 tahun lalu penyeberangan ini mulai dilakukan tapi tidak dilengkapi dengan dermaga (pelabuhan).

"Pelabuhan mulai dibangun Januari 2013. Sebelumnya sudah ada tapi masih berupa batu-batu saja, kapal motor juga belum seberapa," ujar Philipus P. Kedang dari Dinas Perhubungan Kabupaten Flores Timur yang bertugas di Pantai Palo.

Dua dermaga terlihat menjorok ke laut sekitar 20 meter. Jarak antara dua dermaga diapit jalan semen selebar 30 meter. Tercatat 30 perahu motor tradisional yang melayani rute ini. "Dalam satu hari, sekitar 20 kapal motor beroperasi dari jam 7 pagi hingga jam 5 sore," sebut Philipus.

Bila ada orang sakit atau ada keperluan mendadak seperti mengantar penumpang kapal Pelni yang bersandar di Dermaga Larantuka, kapal motor juga berlayar membelah gelapnya malam.

"Kalau malam pakai lampu petromaks sehingga menghindari tabrakan dengan kapal lain atau perahu nelayan yang sedang memancing," kata Yoseph Elu, nahkoda KM Satria yang sudah 5 tahun melayani rute penyeberangan ini.



Waktu tempuh yang relatif singkat bila dibandingkan dengan memakai kapal motor yang lebih besar yang bertolak dari Pelabuhan Larantuka di Kelurahan Lokea menuju Waiwadan, ibu kota Kecamatan Adonara Barat bisa memakan waktu satu jam lebih, membuat Pantai Palo (Larantuka) dan Tana Merah (Adonara) selalu ramai. "Kadang hanya ada 3 penumpang dan satu buah motor, kami sudah berangkat," tutur Yoseph.

Standar daya angkut maksimal 7 penumpang dan satu buah motor. Sedangkan khusus mengangkut hasil komoditi seperti kacang mede, kopra, dan kakao ada kapal khusus angkutan.

Petugas pengangkut sibuk hilir mudik di pasir putih memanggul karung goni dari kapal motor ke truk kayu yang parkir di dermaga sejauh 6 meter. Kebanyakan kapal motor tidak bersandar di dermaga dan lebih memilih merapat ke bibir pantai berpasir putih. Penumpang naik turun ke kapal motor melintasi sebatang papan kayu. “Bila ombak besar kami tetap jalan, tetapi setelah menunggu 1 sampai 2 jam hingga ombak tidak terlalu besar baru bisa menyeberang,” tambah Yoseph.

### Waktu Tempuh Singkat

Pada musim Barat biasanya diikuti ombak tinggi, penyeberangan ini tetap ramai. Tengah malam pun kapal motor tetap berlayar mengangkut orang sakit atau orang meninggal dunia. “Kalau mengantar orang sakit atau meninggal kami tidak minta bayaran. Berapapun uang yang diberikan kami terima,” beber Yoseph.

Yohanes Liwu, penumpang dari Waiwa dan di Pantai Palo, mengatakan lebih sering menyeberang ke Adonara memakai kapal motor dari Pante Palo. “Saya pilih menyeberang lewat sini karena lebih dekat dan waktu tempuhnya sebentar saja,” ujarnya.

Setiap penumpang dikenakan tarif Rp 10 ribu. Sedangkan sepeda motor dikenakan biaya Rp 20 ribu. Dalam sehari, setiap kapal motor 4-5 kali berlayar pulang pergi bila sedang sepi dan 7-8 kali bila penumpang sedang ramai. “Kalau sepi bisa dapat pemasukan Rp 200 ribu, kalau ramai bisa sampai Rp 500 ribu,” beber Yoseph.



Hasil yang didapat dibagi dua dengan pemilik kapal dan seorang anak buah kapal. Setiap penumpang dikenakan tarif masuk dermaga 1000 rupiah dan sepeda motor 2000 rupiah.

### Puncak Keramaian

Selama masa Paskah, pantai ini ramai dikunjungi peziarah yang akan ke Wure (Adonara) sehingga kapal motor berlayar

ke Wure mengantar peziarah yang hilir mudik 24 jam mengunjungi Kapela Senhor di Wure tempat Patung Tuhan Yesus berdiam.

Selain arusnya yang menantang, pantai pasir putih di sekitarnya pun sering dijadikan tempat untuk berendam di tengah teriknya mentari. Terdapat beberapa pohon Ketapang yang rimbun dan kerap dijadikan tempat berteduh.

Banyak peziarah terlihat menahan nafas

saat kapal motor berlayar membelah arus. Dari tengah laut, kita bisa menyaksikan deretan pantai pasir putih dan bakau di pesisir pantai pulau Adonara serta memandang selat Gonsalu di arah barat dengan deretan rumah di kaki gunung Ile Mandiri. Kota Larantuka yang memanjang pun terlihat jelas.

Hilir mudik kapal motor mengangkut peziarah semenjak hari Rabu hingga Jumat Agung menjadikan laut yang biasanya dilayari satu dua kapal motor mendadak ramai. Dari atas kapal motor,



***Pada musim Barat biasanya diikuti ombak tinggi, penyeberangan ini tetap ramai. Tengah malam pun kapal motor tetap berlayar mengangkut orang sakit atau orang meninggal dunia. “Kalau mengantar orang sakit atau meninggal, kami tidak minta bayaran. Berapapun uang yang diberikan kami terima.”***

kita pun bisa menyaksikan dari kejauhan kapal-kapal motor lainnya yang terseret arus.

Konon pihak PLN dan beberapa investor asing pernah mencoba memasang alat untuk mendeteksi kekuatan arus laut ini. Kekuatan arus lautnya pun diprediksi bisa menghasilkan arus listrik puluhan

mega watt yang bisa dipergunakan untuk menerangi pulau Flores. Kuatnya arus menyebabkan peralatan yang dipasang ikut terseret dan tidak bertahan lama. Bila dimanfaatkan, tentunya energi terbarukan yang belum diolah menjadi aliran listrik ini bisa memberikan nilai positif bagi kehidupan masyarakat Flores.

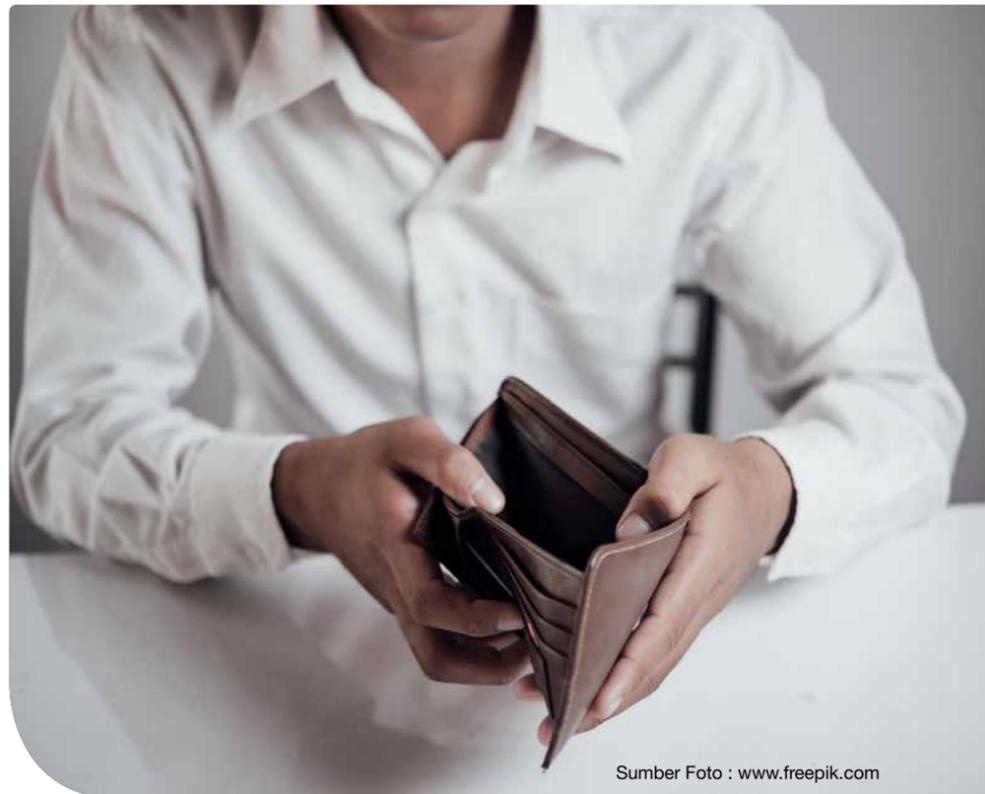
Jika ke Larantuka, ada baiknya mencoba sensasi menantang arus Gonsalu. Asiknya bila naik kapal motor kayu tradisional jarak antara air laut dengan tempat duduk penumpang hanya sejengkal saja, membuat penumpang sering kecipratan air asin ketika ombak menghantam badan kapal motor. Pengalaman yang mendebarkan. **MJ**



**Pribadi Budiono**  
Direktur Utama BPR Lestari

# Pas 20!

“Kenapa harus mencari pekerjaan tambahan? Mengapa tidak fokus terhadap pendapatan yang sudah di tangan. Berapapun besarnya dicukup-cukupin, tanpa menambal lagi



Sumber Foto : www.freepik.com

***Awal karier saya sebagai bankir dimulai sejak tahun 1992, tepatnya 28 tahun yang lalu sebagai Account Officer di Bank Artha Graha Denpasar. Sebagai pemula, gaji yang diperoleh tidak terlalu besar. Kadang-kadang cukup untuk biaya hidup selama sebulan kedepan, ada kalanya tidak cukup.***

Tergantung ada pengeluaran yang tidak terduga atau tidak. Pengeluaran terbesar untuk membayar kos, makan dan transportasi. Ketika ada sisa, bisa saya sisihkan untuk tabungan. Ketika tidak cukup, saya harus pinjam ke teman seperjuangan dan senasib. Namun itu jarang terjadi, hanya sesekali. Hidup harus irit sebagai anak perantaraan dan anak kos. Gaji harus cukup agar bisa bertahan dan berharap gaji tahun berikutnya naik.

Tujuan awal bekerja bukan untuk uang, tapi belajar. Saya tahu gaji untuk seorang pemula pasti kecil hanya sebatas UMR (Upah Minimum Regional) di semua posisi, di semua bidang dan di semua sektor tanpa kecuali.

Saya baru lulus kuliah dan belum bekerja. Saya tidak mempunyai pengalaman yang bisa dijual. Daya tawar saya rendah. Diterima bekerja saja sudah bersyukur. Kondisi ini harus saya terima dengan lapang. Karena tujuan awal saya bekerja bukan untuk uang, tapi untuk belajar dan karir. Saya tidak memperdulikan berapa besar pendapatan saya, yang penting cukup untuk hidup. Saya akan belajar dan mencari karir. Belajar di semua bagian mulai dari operasional, pembukuan, administrasi, legal, marketing dan perkreditan. Saya percaya ketika saya sudah siap dan mampu, pasti ada kesempatan karir. Untuk itu saya akan tekun untuk belajar dan belajar. Bekerja untuk belajar, memperoleh uang adalah bonusnya.

Sebagian besar kawan saya mengalami hal ini. Mereka adalah pemula, baru lulus sekolah dan mulai bekerja. Digaji dengan standar UMR. Kalau kita tidak pandai mengatur keuangan, hidup kita akan terjebak dalam hidup “Pas 20”. Apa artinya Pas 20? Pas tanggal 20 gaji kita sudah habis. Padahal gaji berikutnya setiap tanggal 25. Masih ada 5 hari untuk menunggu gajian. Masih 5 hari hidup tanpa bekal. Bisa jadi dalam kehidupan nyata di masyarakat, Pas 20 tidak hanya para pemula. Tidak mengenal kelas usia, bisa muda atau tua. Tidak mengenal gender, bisa laki atau perempuan. Tidak mengenal lokasi, bisa di kota atau di desa. Tidak mengenal pegawai atau pengusaha.

Bahkan bisa terjadi di semua golongan pekerja, bisa pemula atau eksekutif. Ini terjadi di mana-mana dan dapat menimpa siapa saja.

Apa yang dilakukan jika Pas 20 terjadi? Respon dan tindakan yang dilakukan sebagian besar orang adalah mencari tambahan. Mereka mencari pekerjaan sampingan, untuk menutup 5 hari yang bolong tadi.



***Saya tidak memperdulikan berapa besar pendapatan saya, yang penting cukup untuk hidup. Saya akan belajar dan mencari karir. Belajar di semua bagian mulai dari operasional, pembukuan, administrasi, legal, marketing dan perkreditan. Saya percaya ketika sudah siap dan mampu, pasti ada kesempatan karir. Untuk itu saya akan tekun untuk belajar dan belajar. Bekerja untuk belajar, memperoleh uang adalah bonusnya.”***

Mereka ada yang nge-Gojek, nge-Grab, membuat usaha kue, membuat jajanan, memberi les, ataupun apa saja kegiatan yang menghasilkan. Tindakan ini adalah *reflex* sebagai bentuk tanggung jawab. Ini tidak salah. Tapi ada hal besar yang dikorbankan, pertumbuhan diri. Mengapa? Karena waktu yang seharusnya dipergunakan untuk pengembangan diri, tersita habis untuk menambal kekurangan. Fokusnya bergeser.

Apa yang harus dilakukan jika kondisi seperti di atas. Kita tidak harus mencari tambahan. Mulai dari yang bisa kita kontrol. Apa itu? Gaji. Pendapatan atau gaji yang diperoleh adalah sesuatu yang sudah pasti di tangan. Ini bisa dikontrol oleh *empunya*, baik mau dipakai atau tidak. Mau dihabiskan semua atau sebagian disisihkan untuk tabungan. Disini pentingnya pendidikan perencanaan keuangan.

Fokus yang dilakukan mulai digeser. Kenapa harus mencari pekerjaan tambahan? Mengapa tidak fokus terhadap pendapatan yang sudah di tangan. Berapapun besarnya dicukup-cukupin, tanpa menambal lagi. Kalau masih sangat sulit melakukan, coba kita bikin amplop sebanyak 30 biji. Sisa gaji yang terbatas setelah dikurangi kewajiban dan tabungan dibagi 30. Misalnya sisa gaji sebesar Rp.1,2 juta. Nominal yang dimasukkan ke masing-masing amplop sebesar Rp. 40 ribu. Sisi luar amplop diberi nomor 1 sampai dengan 30 sesuai tanggal bulan. Setiap hari, hanya boleh mengambil 1 amplop sesuai tanggalnya. Penggunaan dana itu sesuai tanggalnya. Cukup tidak cukup hanya boleh mengambil 1 amplop. Kalau ada sisa, bisa ditabung. Dana harian terbatas, hanya Rp. 40 ribu sehari. Berarti tidak ada jajan di luar, tidak ada makan dan minum di cafe. Tidak ada nonton bareng di bioskop. Masak sendiri. Kerja membawa bekal dari rumah. Mulai belajar hidup tertata dan irit.

Saya percaya, kita bisa melakukan. Berat hanya di awal. Kalau kita mau dan disiplin, tentunya Pasti bisa. Kita masih ada waktu untuk belajar. Belajar mengembangkan diri. Untuk mempersiapkan karir kedepannya. Selamat tinggal Pas 20. **M&I**

## INTERVIEW WITH NINA HANDAYANI

# *The Rustic Soap, Sabun Rumahan yang Tak Remeh*



*Di Indonesia, sabun homemade masih belum seterkenal sabun konvensional, dan sering dipandang sebelah mata terutama bila melihat tampilan dan bentuk yang unik dan cantik. Umumnya dianggap sebagai hadiah atau souvenir, membuat Nina Handayani, pendiri dan pemilik The Rustic Soap ingin membalikkan pandangan itu dengan membuat berbagai macam sabun homemade sejak 2015.*

Usahanya kini berkembang pesat. Bermula dari kebutuhan pribadi akan sabun tanpa bahan kimia dan pengawet yang cocok dengan kulit sensitif dan kering. Ia awalnya banyak membaca di internet dan dipertemukan dengan *soap maker* yang kemudian menjadi gurunya. Dari guru tersebut, ia banyak belajar dari hal dasar hingga *advance* soal sabun *homemade*.

Sabun yang ia buat awalnya hanya untuk diri sendiri dan teman-temannya yang ia bagikan secara gratis, sampai akhirnya muncul ide untuk menjadikannya sebagai usaha yang menghasilkan pundi-pundi rupiah. Instagram adalah media sosial yang dipilihnya dalam mempromosikan sabun-sabun yang dibuatnya dengan penuh ketekunan. Alhasil, bisnis yang ia kerjakan sendiri mulai menunjukkan hasil yang membanggakan.

Ditemui di rumahnya yang asri, Nina Handayani banyak bercerita tentang The Rustic Soap mulai dari awal berdiri, tantangan yang dihadapi, hingga harapannya akan bisnis sabun yang ia geluti sejak empat tahun lalu. Berikut wawancara lengkap Nina Handayani bersama reporter Majalah Money&I, Angga Wijaya.

### Ceritakan bagaimana perjalanan karirnya?

Dulu saya kuliahnya di Surabaya, setelah selesai kuliah, baru pindah ke Bali sejak tahun 2004. Ketika itu saya masih kerja kantor, lalu muncul ide untuk memulai bisnis sabun yang saya beri nama The Rustic Soap. Mulainya dari tahun 2015 ketika itu, mulai mencari bahan yang pas untuk kulit saya yang sangat kering. Jadi saya mencoba berbagai macam sabun dan masih belum ketemu, lalu saya mencoba berbagai macam *body lotion* yang ternyata masih enggak *ngefek* juga.

Kemudian saya ketemu di LINE, ada *homemade soap maker* dari Jakarta, dan saya rutin membeli dan mencoba sabunnya yang ternyata cocok. Memang sabun buatannya paling mantap di kulit, enggak bikin kering. Lalu saya tertarik belajar membuat sabun dari *network-*



nya *soap maker* tersebut, waktu itu saya belajar di Surabaya, jadi mulai dari dasar yakni mengenal bahan-bahannya apa saja, jenis-jenis kulit itu bagaimana, reaksi antar bahan-bahan itu bagaimana, sampai akhirnya belajar mencampur warna dan belajar soal wangi sabun, yang bahannya *fragrance oil* dan *essential oil*. Semua belajarnya dari situ, awalnya.

Jadi bisa dibilang cikal-bakal bisnis sabun yang saya geluti awalnya karena kebutuhan pribadi. Bahkan sampai sekarang pun kalau misalnya memproduksi sabun, harus selalu produksi yang standar, dari mencari resep-resep pas yang harganya ekonomis untuk dijual, tapi di kulit masih oke banget.

### Apa resep rahasianya agar sabun itu tidak berefek samping yang buruk?

Jadi harus ada perpaduan, karena kalau misalnya sabun yang 100% berbahan *olive oil* tentu ini enak banget di kulit tapi harganya enggak ekonomis, karena *olive*



*Jadi bisa dibilang cikal-bakal bisnis sabun yang saya geluti awalnya karena kebutuhan pribadi. Bahkan sampai sekarang pun kalau misalnya memproduksi sabun, harus selalu produksi yang standar, dari mencari resep-resep pas yang harganya ekonomis untuk dijual, tapi di kulit masih oke banget.*

oil kebanyakan masih impor, juga pewarna dan bahan sabun seperti *fragrance* dan *olive oil* yang kebanyakan juga masih barang impor, jadi mesti dicari cara agar harga jual bisa stabil.

Jadi yang dicari, formulasi yang pas agar bisa dipakai dengan harga cukup ekonomis untuk diproduksi secara massal, tapi dengan kualitas yang bagus sekali.

#### Bagaimana jika ada yang tidak terjual?

Kalau misalnya ada hasil produksi yang tak terjual, atau ada sisa produksi, ya kami pakai sendiri sabun tersebut.

#### Apa yang membuat Anda tertarik membangun bisnis ini?

Seperti yang saya sebut di atas, sabun awalnya sebagai kebutuhan pribadi yang dipakai sendiri, setelah itu mulai ke lingkungan yang lebih luas, teman-teman saya terutama dikantor, yang ternyata banyak punya masalah sama dengan saya, yakni kulit sensitif.

Waktu itu di tahun 2015-2016 bisnis sabun *homemade* di Indonesia masih belum semenjamur sekarang. Kalau di Bali sudah mulai banyak, tapi kalau yang di luar Bali seperti Surabaya produk sabun *homemade* belum seterkenal di Bali.

Teman-teman saya yang punya masalah kulit yang sama dengan saya mencoba sabun yang saya bikin, itu awalnya saya berikan secara cuma-cuma, dan mereka cocok lalu *repeat order*, membeli secara rutin untuk dipakai sendiri dan keluarga mereka. Dari situ bisnis saya dimulai, jadi bisa dibilang berawal dari teman-teman dan keluarga yang saya berikan secara gratis akhirnya mereka membeli.

#### Siapa yang memberi pengaruh besar di



#### masa awal karir Anda?

Kalau awalnya yang memberi pengaruh besar adalah seorang pembuat sabun dari luar negeri yang sangat terkenal, namanya Anne Marie Faiola. Saya banyak membaca tulisan-tulisannya baik dari *website* atau buku-buku karya dia yang banyak mengupas tentang apa dan bagaimana industri sabun rumahan, yang awalnya memang lebih dahulu *booming* di Inggris dan muncul kemudian di Indonesia setelahnya. Jadi banyak belajar dari dia,

awalnya melalui *website*-nya yang banyak memuat konten edukasi, dan dia banyak menulis buku tentang teknik-teknik membuat sabun dan lain sebagainya.

#### Adakah momen yang membuat Anda seperti sekarang ini?

Mimpi dan visi saja sih, ya. Tak muluk-muluk. Saya ingin menolong dan menjangkau sebanyak mungkin orang yang punya masalah sama dengan saya, yakni kulit sensitif dan kering, itu saja sih.



#### Bagaimana awal bisnis Anda berkembang?

Bisnis saya awalnya mulai berkembang pada tahun 2016, waktu mulai belajar membuat sabun di Surabaya. Guru saya seorang *handmade soap maker* yang pernah bekerja di industri sabun di New Zealand, dia banyak pengalaman. Uniknyanya, dia laki-laki. Biasanya pembuat sabun adalah perempuan, dan sabun buatannya tak kalah unik dan cantik seperti buatan perempuan. Ketika itu

sabun yang saya bikin untuk kebutuhan sendiri, dan saya bagikan kepada teman-teman. Akhirnya mereka rutin memesan karena merasa cocok. Mulai dari sana bisnis sabun *homemade* saya mulai berkembang, saya juga belajar membuat tampilan sabun yang cantik dan unik, dan mulai tertarik membuat sabun untuk *souvenir* seperti *wedding souvenir* atau pernikahan, dan posisi saat ini malah pesanan untuk *souvenir* lebih banyak ketimbang *custom* atau *personal use*.

#### Apa saja jenis produk sabunya?

Pertama, sabun *Soap Bar*, yaitu sabun-sabun batangan atau biasa dengan bentuk dan wangi yang bermacam-macam. Kedua, kami mulai membuat *Liquid Soap*, yang ramah lingkungan, di mana produk ini tidak ada kandungan seperti SLS, deterjen, pengawet paraben dan pengeras sama sekali. Ketiga, *Bath Bomb* yang biasanya digunakan saat berendam di *bath up*.

#### Apa yang jadi andalannya?

*Soap Bar*, karena permintaan dari pelanggan paling banyak pada jenis ini. Dan sebenarnya dari teknik pembuatannya, jenis sabun ini paling menantang, karena faktor dalam pembuatan sabun itu sangat banyak, berbeda bahan, reaksinya bisa berbeda dan teknik yang bermacam-macam. Misalnya dibentuk bunga-bunga, atau bisa dengan teknik-teknik yang lebih susah dibanding yang polos.

#### Di mana proses produksinya?

Semua produk sabun saya kerjakan sendiri di rumah, juga pengepakan barang pesanan saya lakukan sendiri.

#### Apakah tantangan dalam bisnis ini?

Masyarakat Indonesia sebagian besar belum *aware* dengan sabun *homemade* seperti ini. Apalagi jika melihat sabunya berwarna-warni dan bentuknya bermacam-macam, itu masih belum terlalu *familiar* dengan *benefit*-nya itu.

Kadang, banyak orang kalau misalnya melihat bentuk sabun yang cantik-cantik, mereka berpikir itu sabun-sabun *souvenir*, kalau dipakai ya begitu-begitu saja rasanya. Padahal, kalau sabun *souvenir* tak semua seperti itu, ada yang dibuat dengan bahan-bahan yang bagus dan teruji, seperti *olive oil* yang memang jika dipakai di kulit rasanya beda. Jadi itu tantangan terbesar, bagaimana mengenalkan sabun *homemade* ke masyarakat luas.

#### Apa kiat untuk membuat bisnis bertumbuh?

Memberdayakan media sosial, dan *channel* media sosial pun saya pilih satu yaitu Instagram. Jadi optimasi di Instagram. Dan kiat untuk lanjut terus ya terus berinovasi, bikin sabun yang cantik-cantik karena saya prinsipnya, kalau misalnya tampilan luarnya saja sudah bagus, apalagi dalamnya juga bagus dan bikin segar, dan dibuat dengan teknik-teknik yang tinggi, maka hasilnya bisa bagus, kualitasnya pasti tinggi. Kalau saya prinsipnya begitu, jadi sabun bukan hanya cuma dilihat dan dipakai mandi serta rasanya enak, tampilannya juga harus menarik. Mesti *full benefit*, bisa dinikmati secara utuh dan sepenuhnya.

Tantangan lainnya sewaktu belajar membuat sabun *homemade* dari dasar, misalnya *Soap Bar*, dengan bermacam-



macam teknik, lalu mulai belajar membuat bentuk bunga-bunga, dan tantangan dari masing-masing teknik berbeda-beda.

#### Bagaimana soal harga?

Bahan-bahan seperti *coconut oil* dan *olive oil* dan juga pewangi adalah standar dari Amerika Serikat dan Barcelona, jadi sifatnya stabil dan memang dipakai untuk komestik, dan memang harganya lebih mahal dibandingkan jenis sabun lain, tapi saya rasa masih terjangkau masyarakat Indonesia.

#### Ada bisnis lain?

Tidak punya, saat ini saya fokus mengembangkan The Rustic Soap.

#### Siapa tokoh idola Anda, baik dalam bisnis ataupun bidang lainnya?

Sebenarnya saya sangat kagum pada guru saya di Surabaya yang mengajarkan membuat sabun itu, dan belajar berbagai teknik. Saya kagum karena dia luar biasa, sabun bikinannya tak kalah cantik dengan pembuat sabun perempuan, dan dia sangat teliti, dan telaten dalam



membuat sabun. Dia orang yang sangat eksperimental, selalu mencari teknik-teknik baru, bahan-bahan baru, dan dia sangat menginspirasi saya.

#### Bagaimana prospek bisnis sabun di Bali ke depannya?

Sabun *homemade* di Bali sebenarnya bukan hal baru, itu sudah ada sejak lama, bahkan kalau kita mengunjungi toko oleh-oleh di Bali, dengan mudah kita temui itu.

Jadi kalau untuk Bali, sabun *homemade* bukan hal yang baru. Yang membedakan The Rustic Soap dengan sabun-sabun lainnya adalah desain, di mana pada sabun-sabun umumnya di Bali belum ada. Selain itu, perbedaannya adalah pada bahan dan kualitas.

#### Apa harapan yang belum tercapai?

Ke depan supaya bisnis sabun saya ini semakin besar lagi, semakin terkenal lagi. Jadi itu harapan saya, semoga *brand awareness* bisnis sabun ini lebih kuat lagi.

M&I



*adang, banyak orang kalau misalnya melihat bentuk sabun yang cantik-cantik, mereka berpikir itu sabun-sabun souvenir, kalau dipakai, ya begitu-begitu saja rasanya. Padahal, kalau sabun souvenir tak semua seperti itu, ada yang dibuat dengan bahan-bahan yang bagus dan teruji, seperti olive oil yang memang jika dipakai di kulit rasanya beda. Jadi itu tantangan terbesar, bagaimana mengenalkan sabun homemade ke masyarakat luas.*



**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%\***



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

**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.



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!



GET IT ON  
Google Play

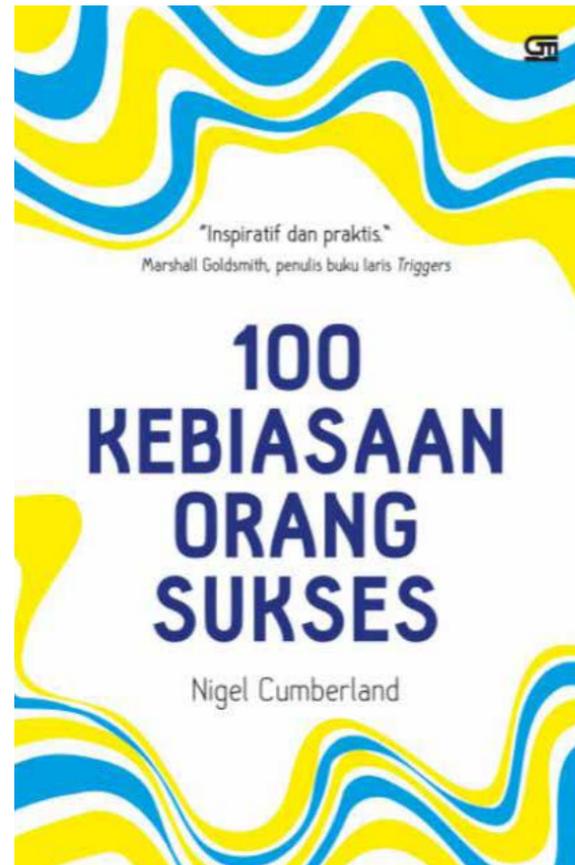
Download on the  
App Store

**BPRLESTARI**

# 100 Kebiasaan Orang Sukses

*Setiap orang bisa dipastikan bercita-cita sukses dalam hidupnya. Namun sukses seperti apa yang kita inginkan dalam hidup? Definisi sukses adalah tercapainya berbagai tujuan, impian, aspirasi, atau cita-cita yang mungkin diraih. Sifat sukses sangat unik dan pribadi bagi individu. Apa yang kita cita-citakan bisa jadi hal yang dihindari oleh orang lain.*

Buku ini boleh dikatakan sebagai panduan untuk membantu pembaca mewujudkan impian mulai dari yang terbesar, hingga yang remeh-temeh sekalipun. Penulis mengajak pembaca untuk memikirkan seperti apakah kesuksesan itu. Kemudian menuliskannya dalam daftar yang bisa jadi setiap hari bertambah terus.



Judul Buku	: <b>100 Kebiasaan Orang Sukses</b>
Penulis	: <b>Nigel Cumberland</b>
Penerbit	: <b>PT Gramedia Pustaka Utama</b>
Cetakan	: <b>1, 2019</b>
Tebal	: <b>410 halaman</b>
ISBN	: <b>978-602-03-8772-7</b>

Nigel Cumberland menyebut impian merupakan bahan bakar kesuksesan. Tanpanya, tidak akan pernah ada kesuksesan yang bermakna dan bertahan lama dalam hidup ini. Impian jadi tujuan utama yang mendorong kita untuk meyakini sesuatu yang mustahil, membuat perubahan hidup yang tak disangka-sangka, melangkah keluar dari zona nyaman, dan mengambil resiko yang tak terbayangkan (hal 1).

Lalu apa yang mesti kita lakukan untuk mewujudkan impian? Sebenarnya mudah. Bisa dimulai dengan membuat daftar yang isinya perpaduan kata-kata, coretan-coretan, dan gambar. Ini memudahkan kita untuk melihat koneksi antara ide-ide dan menemukan cita-cita serta harapan yang sudah lama terlupakan.

Kita bisa membuat pertanyaan-pertanyaan seperti; Saat masih kecil apa yang kita sukai dan apa cita-cita kita? Jika uang tak jadi kendala, hidup dan pekerjaan seperti apa yang ingin kita jalani? Bagian apa dari hidup kita yang benar-benar kita cintai dan ingin salami lebih dalam? Apa yang kita suka saat senggang? Aspek apa saja dari sahabat atau kolega yang membuat kita kagum.

Orang sukses tidak pernah mengandalkan kesempatan atau takdir. Setiap potong keberuntungan nyatanya merupakan hasil kerja keras dan persiapan selama berjam-jam atau bahkan bertahun-tahun. Untuk mencapai ini, memerlukan pola pikir yang benar dan kitalah yang harus mengambil kendali. Winston Churchill, salah satu contoh orang sukses yang harus mengatasi berbagai kesukaran untuk bisa menggapai cita-citanya. Bertahun-tahun ia gagal dalam karier politiknya sebelum akhirnya menjadi Perdana Menteri Kerajaan Inggris.

Kecerdasan Emosional (EQ) juga menjadi bahan mutlak yang dibutuhkan dalam sebuah kehidupan yang berimbang dan memuaskan. EQ menjadi fondasi bagi mitra, orangtua, dan kolega kerja yang

berhasil. Karir, pernikahan, keluarga, dan kemitraan bisnis yang sukses dapat hancur akibat kegilaan emosional sesaat (hal 13).

Penulis menyebut kemampuan kita menempatkan diri sebagai orang lain dan melihat kehidupan melalui mata mereka adalah tanda dari EQ serta rasa empati yang tinggi. Biasanya, orang-orang berempati tinggi jarang kehilangan kendali sehingga lebih siap menghadapi apa yang dilontarkan hidup ini kepada mereka.

Kesuksesan nyata juga bisa berwujud kesediaan kita untuk membantu orang lain meraih sukses. Tak perlu kaya untuk bisa memberi. Mendedikasikan waktu kita untuk kegiatan sosial dapat membersihkan jiwa dan menjadikan rendah hati. Sekaligus melepaskan diri kita dari seluruh simbol status yang terasa membebani. Jika salah satu kelemahan diri kita memandang diri sendiri terlalu tinggi, maka bekerja sukarela bisa menjadi cara yang baik membuat kita kembali menapak bumi. Mulai dari hal-hal kecil dan hari ini.

Menjalani hidup sesuai kemampuan juga menjadi kebiasaan orang sukses. Kekayaan finansial hanya satu dari banyak indikator keberhasilan kesuksesan yang kita miliki. Saat memikirkan keuangan di masa depan, hindari mengikuti harapan orang lain. Tidak harus meniru definisi kesuksesan finansial versi orang lain. Jangan merasa malu atau sungkan ketika tidak mengeluarkan uang. Kita tak perlu mengimbangi teman dan tetangga untuk

beli mobil atau perabotan baru.

100 Kebiasaan Orang Sukses juga mengingatkan pembaca untuk tetap fokus. Karena keberhasilan menuntut adanya perhatian yang terpusat pada waktu dan energi. Semua kisah sukses pada akhirnya bermuara pada pribadi yang fokus terhadap tujuan—begitu *intens* sampai terkadang menyerupai obsesi.

Contohnya J.K Rowling menghabiskan hari dengan menulis, bahkan ketika uangnya tinggal sedikit dan kemiskinan membayangi. Fokus sepenuh hati menyelesaikan kisah Harry Potter membawanya pada kekayaan dan kesuksesan tak terbilang. Begitu pun Steve Jobs. Fokus memulai bisnis *start-up* tunggal dari garasi rumahnya. Dia hanya menciptakan Apple dan tidak mengerjakan bisnis lainnya. Pentingnya memiliki fokus, seperti dikatakan John D. Rockefeller, merupakan salah satu bahan utama yang harus ada untuk kesuksesan dalam hidup. Apa pun tujuan akhir kita.

Membaca buku ini seperti mendapat panduan untuk mewujudkan impian luar biasa yang ambisius hingga sederhana namun bermakna. Pemikiran-pemikiran hebat dalam buku ini bisa mengajak pembaca bekerja lebih cerdas dan memiliki kehidupan lebih baik. Disarikan dengan bahasa yang mudah dipahami dan contoh-contoh yang bisa diaplikasikan untuk mewujudkan kesuksesan yang kita bayangkan. **M&I**



Ben Abadi

Founder of Ben Abadi Rapid Profit

“Menciptakan sebuah sistem yang efektif sering diyakini akan mampu menyelesaikan suatu masalah dan mendorong organisasi untuk melakukan pengambilan keputusan yang tepat.”

## 5 Parameter menentukan keuntungan sebuah bisnis



**Kunci pokok dalam menjalankan sebuah bisnis atau perusahaan adalah menciptakan sistem yang sendirinya akan menjadikan perusahaan sebagai sebuah bangunan bisnis yang kokoh. Sistem bisnis bisa juga disebut sebagai sekelompok komponen atau elemen yang disatukan menjadi satu kesatuan untuk mencapai tujuan bisnis tersebut, yaitu mendapatkan keuntungan atau profit. Sistem bisnis dirancang untuk menghubungkan semua bagian rumit organisasi dan langkah-langkah yang saling terkait untuk bekerja bersama demi pencapaian strategi bisnis.**

Menciptakan sebuah sistem yang efektif sering diyakini akan mampu menyelesaikan suatu masalah dan mendorong organisasi untuk melakukan pengambilan keputusan yang tepat.

Jika Anda ingin mengembangkan bisnis untuk menghasilkan profit, Anda harus

parameter yang menentukan keuntungan dalam bisnis apapun :

### 1. Prospek

Adalah calon konsumen yang merupakan target pasar untuk bisnis Anda. Semakin banyak calon konsumen yang berhasil di jejaring, semakin tinggi peluang bahwa suatu hari nanti mereka akan menjadi konsumen tetap Anda.

### 2. Tingkat Closing

Tidak semua calon konsumen akan membeli barang atau jasa dari Anda. Misalnya, dari 50 orang yang memasuki toko Anda setiap hari, ada 20 orang yang akhirnya membeli sesuatu. Artinya, tingkat closing Anda adalah 20 dari 50, atau 20%. Bisnis yang *profitable* adalah bisnis yang strateginya mampu menghasilkan tingkat closing setinggi mungkin.

### 3. Omset Per Konsumen

Nilai pembelian per konsumen artinya jumlah uang rata-rata yang dikeluarkan konsumen ketika membeli produk dan jasa Anda. Faktanya sulit meningkatkan nilai pembelian per konsumen jika Anda tidak pernah mengukurnya.

### 4. Pesanan berulang (repeat order)

Rahasia melipat gandakan profit dengan cepat adalah memaksimalkan berulang (repeat order). Ini adalah salah satu faktor

penting untuk sukses dalam bisnis. Kesalahan terbesar kebanyakan pemilik bisnis berpikir bahwa konsumen akan otomatis datang kembali. Anda butuh strategi yang lebih jitu untuk bisa terus mendatangkan konsumen ke bisnis Anda.

### 5. Profit Margin

Margin adalah hal paling penting dalam bisnis. Kenapa? karena bisa jadi omzet 100 miliar, tapi jika marginnya 0, maka perusahaan Anda tetap akan kolaps dan tutup. Ini menjelaskan mengapa banyak perusahaan besar tutup, dan merek yang dulunya bagus jadi tidak bagus.

Di bawah ini akan dijelaskan kenapa Anda para pengusaha harus memiliki sistem sejak bisnis dimulai :

#### 1. Performa Perusahaan Meningkat

Sebuah sistem bisa diganti ataupun dikembangkan. Seiring berjalannya waktu, sistem dapat beradaptasi dengan perkembangan jaman.

#### 2. Efektif dan Efisiensi Bekerja

Sistem bisnis bisa meningkatkan produktivitas dan kreativitas karyawan. Selain itu, dapat menghemat *budget* dan tetap menghasilkan kualitas pekerjaan yang baik.

Karyawan bekerja sesuai dengan prosedur yang ditetapkan. Sistem juga dapat menuntun karyawan untuk mengerjakan rutinitas mereka secara konsisten.

berubah terlebih dahulu. Ketika Anda memahami korelasi antara pemilik bisnis dengan situasi perkembangan bisnis, dapat dipastikan bahwa bisnis dan kehidupan Anda akan menapaki suatu tahapan baru yang melegakan dengan memiliki sistem bisnis yang baik.

Bagaimana bisnis bisa mencapai keuntungan yang lebih banyak? Pertama Anda para pengusaha harus memahami 5

### 3. Menghasilkan solusi yang berkualitas

Sistem bisnis memastikan adanya standar di dalam perusahaan. Standar dalam bekerja maupun dalam memberikan hasil yang sama dengan misi perusahaan Anda. Bayangkan jika bisnis Anda tidak memiliki sistem dan semua karyawan bekerja sesuai dengan cara mereka sendiri? Apakah hasil yang didapatkan juga sama jika Anda memiliki sistem? Tentu saja tidak.

### 4. Mempermudah identifikasi masalah

Ketika terjadi kesalahan internal dalam perusahaan, Anda cukup mengeluarkan *flow chart* sistem bisnis. *Cross-check* ke setiap departemen terkait untuk mengetahui sumber permasalahan.

Selain proses identifikasi yang cepat, solusi pun dapat dicari dengan tepat. Jadi, jika ada kesalahan di dalam sistem, Anda dapat memodifikasi bagian dari sistem tersebut tanpa merubah semuanya.

### 5. Memudahkan perusahaan untuk berkembang

Perusahaan waralaba seperti McDonald's, memiliki cabang di seluruh dunia. Jika tiap cabang memiliki sistem yang berbeda, kira-kira, apakah McDonald's bisa besar seperti sekarang? McDonald's memiliki sistem bisnis yang sama dimanapun ia berada, terlepas dari perbedaan geografis maupun budaya.



Sumber Foto : freepik.com

Dengan sistem bisnis yang kuat, Anda dapat menghemat waktu dan energi untuk mengembangkan perusahaan. Sistemlah yang membantu menjalankan perusahaan Anda!

### 6. Profit perusahaan meningkat

Karena produktivitas dan performa meningkat, otomatis perusahaan bekerja dengan sangat efisien. Bahkan mungkin pengembalian produk oleh konsumen dapat diminimalisir. Hal ini berdampak



**Kesalahan terbesar kebanyakan pemilik bisnis berpikir bahwa konsumen akan otomatis datang kembali. Anda butuh strategi yang lebih jitu untuk bisa terus mendatangkan konsumen ke bisnis Anda."**

positif bagi profit perusahaan karena loyalitas pelanggan semakin bertambah.

### 7. Nilai Jual Perusahaan Meningkat

Warren Buffett pernah membagikan tips berinvestasi di dalam sebuah perusahaan. Ia menyarankan untuk memastikan terlebih dahulu, apakah perusahaan tersebut memiliki sistem operasional yang konsisten? Hal ini sangat krusial karena Anda tidak perlu menata ulang dari bawah. Sistem bisnis yang baik akan meningkatkan nilai perusahaan karena potensinya yang besar untuk dikembangkan. **M&I**

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



DISCOUNT  
**40%\***

**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.

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.



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!



# Penuhi Asa Pendidikan Anak Indonesia Melalui Little Hope

**Setiap anak berhak mendapat pendidikan yang layak, terutama di Indonesia. Bisa dibayangkan, pendidikan di Indonesia masih jauh kualitasnya dengan pendidikan di sejumlah negara-negara maju di dunia. Little Hope Indonesia yang berlokasi di Salatiga, Jawa Tengah ini, berfokus pada pendidikan anak-anak usia sekolah dasar.**

Lewat Little Hope Indonesia (LHI), Giovania Kartika berusaha memenuhi asa anak-anak Indonesia di bidang pendidikan. Kepada tim Money&I, perempuan lulusan Master of Accounting and Finance Universitas Lund Swedia dan kini juga bekerja di Swedia, menuturkan awal mula ia membangun LHI.

## Komunitas seperti apakah Little Hope Indonesia?

LHI adalah komunitas sosial yang fokusnya di bidang pendidikan, khusus untuk anak-anak di usia sekolah dasar yang memang berada di kondisi 'rentan'. Rentan yang dimaksud di sini adalah baik secara kondisi ekonomi maupun sosial.

Oleh karena itu, menyesuaikan dengan target sasaran kami, Little Hope banyak melakukan aktivitas di daerah pedesaan atau pinggiran kota.

Mengingat, mayoritas anak-anak ini tinggal di daerah tersebut.

## Kapan Little Hope Indonesia didirikan, dan dari mana idenya?

Tepatnya 11 November 2016. Idenya muncul dari saya sendiri saat baru saja menyelesaikan kegiatan sukarelawan (*volunteer* dari program AIESEC Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga) sebagai guru Bahasa Inggris untuk anak-anak di *shelter* dan pagoda di Tay Ninh Province, Vietnam. Selama 1,5 bulan di sana (Agustus-Oktober 2016), keadaan yang saya lihat dan alami mendorong saya untuk berbuat serupa di lingkungan saya tinggal.

Jadi, saya sempat *sharing* dan berdiskusi dengan beberapa teman dekat dan

mendapat dukungan. Akhirnya berbekal nekat, saya memutuskan untuk mendirikan komunitas kecil ini.

Memang penggagasnya saya sendiri, tapi tidak akan berjalan di awal tanpa dukungan dari orang-orang terdekat seperti Alif, Danu, Anisa, Devya, dan *volunteer-volunteer* lain yang kemudian datang bergabung.

## Berapa anggota dan sukarelawan di Little Hope?

Di awal berdiri, mungkin tidak lebih dari 10 orang. Karena saat itu hanya berdasarkan ajakan saja. Tapi seiring berjalannya waktu, ada orang-orang baru yang muncul dan mau ikut berpartisipasi sebagai *volunteer*. Kemudian akhirnya diputuskan untuk dibentuk kepengurusan kecil untuk mengelola sistem *batch for volunteer*. Sistem *batch* ini bertujuan agar kegiatan lebih teratur dan terorganisir dengan baik.

Jumlah sukarelawan sendiri kurang lebih ada 300 orang. Saat ini kami ada di 2 kota dan 4 lokasi, sebagian sukarelawan masih aktif mengajar atau sebagai pengurus. Di Salatiga, kami sudah masuk ke *batch* 9 dan Semarang masuk ke *batch* 3.

## Mengapa berinisiatif untuk mendirikan komunitas ini?

Karena saya melihat adanya kebutuhan. Selain latar belakang relawan di Vietnam, saya pun menyadari bahwa masih banyak anak-anak yang tidak seberuntung saya ketika di usia mereka, terutama di daerah sekitar saya tinggal. Dan masih banyak lagi di tempat lain. Tidak hanya soal materi, tapi soal kemampuan untuk membaca dan menulis.



## Apakah tidak ada program pemerintah?

Memang ada program pemerintah, tetapi pada kenyataannya program tersebut tidak selalu berjalan sesuai rencana. Dan tidak bisa dipungkiri, keadaan seperti ini banyak ditemui di desa atau pinggiran kota. Contohnya, jumlah guru yang tidak memadai, tidak ada regenerasi pengajar, serta beragam kurikulum yang tidak dibarengi dengan kapasitas gurunya.

Saya berpikir, jika pemerintah tidak bisa menyelesaikan permasalahan ini, mau ditunggu sampai kapan?

Tentu Little Hope tidak akan menggantikan peran sekolah, tapi kami hadir untuk mendukung tercapainya tujuan dari pendidikan itu sendiri melalui kegiatan kecil. Kami juga menjalin kerja sama dan

berkomunikasi dengan sekolah terkait secara berkelanjutan.

## Dari mana sumber dana untuk kegiatan komunitas?

Sumber dana di awal membangun komunitas ini mandiri dan dari dana pribadi, baik dari saya atau dari sukarelawan yang terlibat. Misalnya, untuk fotokopi materi atau membeli alat-alat untuk kegiatan non akademik.

Kemudian kami membuat *open donation* melalui rekening yang kami buat atas nama Little Hope. Kami sangat terbuka kepada siapa saja yang mau membantu, apapun bentuknya, kepada kami. Selain itu, kami juga menjual *merchandise* dari komunitas sebagai upaya untuk bisa berjalan dengan baik.



**Sebagai apa bentuk kegiatan Little Hope dan serutin apa dilaksanakan?**

Bentuk kegiatan kami adalah kelas-kelas tambahan setelah sekolah, atau di hari Sabtu yang diadakan secara rutin 1-2 kali dalam seminggu di tiap lokasi kami. Mereka tidak perlu membayar untuk kegiatan ini. Sukarelawan berperan sebagai pengajar dan juga bermain dengan anak-anak yang mengikuti kegiatan kami.

Kelas yang kami adakan ada dalam bentuk kelas akademik, membantu memahami materi sekolah, mengerjakan tugas, belajar untuk ulangan. Dan non-akademik, kelas kesenian dan keterampilan, seperti menggambar, menari, pramuka, membuat kerajinan tangan dari barang bekas. Dan kami pun berusaha menyelipkan pendidikan karakter di tiap kelas, seperti kerjasama, kejujuran, dan lain-lain.

Dalam berkegiatan, kami tidak berdiri sendiri tetapi bekerja sama dengan sekolah di sekitar lokasi. Jadi untuk menjalankan kegiatan, kami meminjam ruang kelas di sekolah mengingat kami pun belum bisa untuk memiliki tempat atau gedung sendiri. Dan mungkin hal ini juga nyaman untuk anak-anak karena mereka sudah familiar dengan suasana kelas.

Sekarang kami baru ada di 2 kota, di Salatiga dan Semarang. Di Salatiga, kami ada di 3 lokasi, di Desa Jembrak, Desa Sukoharjo dan Desa Segiri tepatnya kami berkegiatan di SDN Jembrak, SDN Sukoharjo 1, dan SDN Segiri. Untuk di Semarang tepatnya di SD Kanisius Pekunden.

**Bagaimana Anda, sebagai founder, memantau kegiatan Little Hope, sedangkan Anda berada di Swedia?**

Teknologi adalah alat yang sangat membantu saya untuk berkomunikasi dengan tim yang ada di Indonesia, baik melalui grup percakapan di WhatsApp atau telepon dan *video call*. Memang tidak bisa dipungkiri bahwa tentu ada tantangan tersendiri, ketika saya secara fisik tidak bisa langsung membantu di lapangan, ditambah juga dengan perbedaan jam antara Indonesia dan Swedia. Namun, kompromi dalam berkomunikasi memang menjadi kunci, misalnya kami harus saling menyesuaikan waktu yang cocok untuk saya yang ada di Swedia dan tim yang ada di Indonesia.

**Apa harapan Anda untuk Little Hope Indonesia ke depannya?**

Sesuai namanya, saya sangat berharap kami bisa secara berkelanjutan terus berkembang dan menjangkau lebih banyak anak-anak di banyak lokasi di Indonesia. Karena saya yakin bahwa

kebutuhan ini akan terus ada, dan kalau tidak dimulai dari sekarang, kapan lagi?

Dan kami juga berharap lebih banyak orang yang mau tergerak untuk mengembangkan pendidikan di daerahnya, karena kami percaya bahwa sebenarnya ini bukan hanya tanggung jawab segelintir orang untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang baik untuk generasi masa depan, tetapi semua pihak yang menyebut dirinya peduli dan merupakan bagian dari masyarakat.

Semoga apa yang kami lakukan bisa menjadi dampak yang baik untuk anak-anak, relawan dan juga semua pihak yang terlibat baik secara langsung atau tidak.

Dan melalui wawancara ini, saya juga ingin mengucapkan terima kasih untuk semua pihak yang sudah terlibat di dalamnya. Tanpa campur tangan dan usaha serta waktu yang diberikan, Little Hope Indonesia tidak akan bisa ada sampai dengan saat ini. **M&I**



**Pepper Lunch**

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

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.



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

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!



Konser Inklusi 2019

# Keren! Ada Yuyu Kang Kang Jadi Ojol

Teks dan Foto : Christian Heru Cahyo Saputro



**Semarang, akhir pekan, minggu kedua bulan Desember. Mendung pagi itu turun menjadi rintik hujan. The Show Must Go On, konser tak bisa ditunda harus berjalan. Saya agak tergopoh-gopoh menuju Gedung di Teater Liem Liang Peng, Sekolah Nasional Karangturi, Graha Padma, Semarang. Jam di tanganku menunjukkan sekitar pukul 09.00 WIB.**

Saya menghubungi Humas kegiatan Aldianza Fatria, informasinya konser akan dimulai pukul 09.30 WIB. Saya diantar masuk ke gedung pertunjukan. Berusaha mencari lokasi duduk yang pas untuk motret. Hari ini merupakan hari yang istimewa bagi sahabat difabel. Perhelatan akbar Konser Inklusi 2019 yang mengusung tajuk: "Satu Hati, Satu Cinta untuk Indonesia". Ini merupakan sebuah konser yang benar-benar inklusif, karena di Konser Inklusi selalu hadir penampilan sahabat *difabel* dan *non difabel*, juga seluruh kepanitiaan yang mendukung juga inklusif.

Konser Inklusi yang digelar kali ketiga ini, digelar dalam rangka memperingati Hari Disabilitas Internasional, sekaligus promosi melawan stigma negatif difabel. Konser ini juga merupakan upaya menciptakan ruang kreativitas, apresiasi dan silaturahmi bagi peserta *difabel non difabel* baik sebagai penampil maupun penonton dari Semarang dan kota lainnya di Jawa Tengah.

Tak kurang seribu orang lebih dari berbagai kota di Jawa Tengah menonton konser yang dipersembahkan Komunitas Sahabat Difabel (KSD) Semarang, Avantie Foundation dan Himpunan Mahasiswa Peduli Sosial Fisip Undip (HIMPS).

Selepas doa bersama yang dipimpin sahabat Didik Sugianto, konser di bawah arahan sutradara Butet Ruth Hana Manik bergulir. Tembang "Hidup adalah Kesempatan" mengalun dengan manis didendangkan oleh kelompok UBK St. Lidwina dalam olah vokal ciamik. Kemudian dilanjutkan dengan permainan musik angklung persembahan Rumah Difabel yang rampak dan marak.

Madrasah Ibtidaiyah Maarif dari Keji, Ungaran, melantunkan puisi dan Madrasah Syukur Ya Lal Wathon mengiringi tari sufi yang indah dan khusuk.

Tembang "Indonesia Jaya" dalam balutan iringan musik Karinding begitu indah dipersembahkan grup Institut Karinding Nusantara. Paduan Suara SD Servatius Gunung Brintik mengusung lagu "Manusia Kuat" dengan harmonis dan kompak.

Komunitas Diajeng Semarang, kali ini penampilannya beda dari biasanya, karena berkolaborasi dengan kawan-kawan *difabel* dalam melakukan *fashion show* "jembregan" jarik dan batik. "Ini membuktikan bahwa kawan *difabel* juga bisa ikut berperan serta mempromosikan jarik dan batik Semarang. Kita setara dalam keberagaman," ujar Ketua KSD, Jeng Maya yang tampil sebagai pembawa acara gelaran *fashion show* ini. Usai gelaran Jembregan jarik, tembang manis "Cinta Negeriku Selamanya" dilantunkan dengan indah dan memesona oleh Vocal Grup Gendiswara.

## Kita Harus Saling Mengasihi

Bunda Anne Avantie dari Avantie Foundation yang didaulat untuk naik ke atas panggung, mengajak anak-anak *difabel* untuk saling menyayangi. Tidak boleh mem-*bully* kawannya. "Kita semua adalah kawan. Kita harus saling menyayangi. Kita harus saling mengasihi," ujar bunda Anne Avantie mengingatkan.

Ketua pelaksana kegiatan Farih Riski Putranto (HIMPS) didampingi Hilal Huda (KSD) mengatakan, sangat senang bisa menjalin kerjasama dengan kawan-kawan *difabel* menggelar konser inklusi ini. Sementara itu, Hilal Huda dari KSD mengatakan, sangat bersyukur Konser Inklusi 2019, yang kali ketiga bisa berjalan dengan tema "Satu Hati, Satu Cinta, Untuk Indonesia".

Usai jeda seremonial, konser berlanjut, menampilkan Romo Supra dan Grup, dengan lagu-lagunya yang penuh spirit. Sesudah itu, tampil bintang tamu yang dinanti Zizi Alaffta yang bersuara merdu dan piawai menari-narikan jemarinya

di atas piano. Penyanyi tuna netra ini kemudian menggandeng Salwa yang bermain terompet dengan kedua kakinya. Duet maut antara Zizi dan Salwa ini mengiringi lagu "What a Wonderfull Word", yang menggetarkan jiwa.

## Narasi Baru Ande Ande Lumut

Pada pamuncak acara konser bergulir operet yang dikemas multimedia mengusung lakon kontemporer, "Ande-Ande Lumut, Satu Hati, Satu Cinta untuk Indonesia". Menurut sang sutradara Butet Ruth Hana Manik, kisah legenda tentang cinta ini, dikemas dalam narasi baru yang kekinian. Tak hanya sekadar kisah cinta yang eros, tetapi menjadi ihwal cinta yang lebih luas, cinta kepada sesama, cinta tanah air dalam bingkai Bhinneka Tunggal Ika dan kepada Tuhan Sang Pencipta.

Instrumen Sasando yang indah dimainkan dengan piawai oleh musisi asal Kupang Natalino Mella. Mengiringi video dilayar. Membangun suasana Indonesia yang tenang dan damai. Lagu Indonesia Pusaka dan Rayuan Pulau Kelapa mengantar perjalanan Ande-Ande Lumut bersama Mbok Rondo dan Gupolo menjelajah Indonesia mencari kekasih hati. Sekaligus menikmati keragaman, keindahan dan kekayaan bumi Indonesia.

Setelah instrumen Bolebo berakhir. Perkusi tampil mengiringi Yamko feat Ahjay. Bumi Papua yang eksotik, mutiara hitam dari ufuk timur. Ande-Ande lumut melanjutkan perjalanannya ke bumi Papua. Paduan suara Servatius feat Ahjay dengan iringan perkusi melantunkan Yamko Rambe Yamko. Kemudian dalam perjalanan pencarian cintanya ini Ande Ande Lumut menyusuri pulau Sulawesi, Kalimantan dan Sumatera.





Gerak tari yang indah dari tanah Batak dengan ditingkahi tembang "Alusi au" dengan latar pulau Samosir, menandai perjalanan Ande-Ande Lumut di bumi Swarna Dwipa. Usai menjelajah Sumatera. Ande-Ande Lumut, menyambangi bumi Jawa yang konon gadisnya terkenal cantik-cantik.

### Yuyu Kangkang Jadi Ojol

Di tanah Jawa, klangang, klinting, kluntung, tiga dara menanti kehadiran Ande-Ande Lumut. Kehadiran sang penggoda Yuyu Kangkang sempat mengganggu para dara ini untuk bertemu Ande-Ande Lumut. Yuyu Kangkang, sang penjual jasa menawarkan kepada para dara untuk mengantarkannya kepada Ande-Ande Lumut.

Jangan bayangkan Yuyu dengan perahunya siap menambangkan orang yang ingin menyeberang. Karena ini era milenial, Yuyu Kangkang pun ganti profesi menjadi ojek *online*. Klangang dan Klinting meminta jasa Yuyu Kangkang mengantar ke sebuah tempat Ande-Ande Lumut berada. Yuyu sang penggoda pun beraksi. Yuyu Kangkang berhasil merayu membuat klangang dan klinting tersipu

malu, karena ditipu Yuyu. Kluntung yang datang belakangan juga minta di antar Yuyu Kangkang. Tetapi Yuyu Kangkang tak berhasil merayu Kluntung, karena berani dan punya prinsip.

Ketika Ande-Ande Lumut, Mbok Rondo dan Gupolo sedang melihat-lihat tarian bertemu dengan dua dara cantik milenial klangang dan klinting, yang satu pesolek dan yang satu sibuk dengan gadgetnya. Keduanya berusaha mencari perhatian dan berusaha merayu Ande-Ande Lumut dengan memamerkan kecantikan dan



kemolekannya. Tetapi Ande-Ande Lumut memilih Kluntung yang sederhana yang datang belakangan.

Tetiba-tiba terjadi keributan di atas panggung antar pendukung pentas. Kemudian muncul seorang tokoh naik ke atas panggung, ternyata pak Tommy Yarmawan sahabat para *difabel*. "Kita tidak boleh ribut sesama. Kalau ada permasalahan itu bisa dibicarakan. Meskipun kita beragam tetapi tetap satu Indonesia. Bhinneka Tunggal Ika di bawah naungan KRI. Satu Hati, Satu Cinta untuk Indonesia," pesan Mantan Kadis Sosial Kota Semarang.

Semua pendukung acara konser di atas panggung dengan gempita menyanyikan lagu "Untukmu Indonesia". "Bendera Merah Putih gagah berkibar. Inklusi, satu hati kami berkiprah. Satu cinta untukmu Indonesia, bergemuruh di dada kami. Biarlah, Sang Saka Merah Putih berkibar di langit Indonesia. Bhinneka Tunggal Ika, Kami Cinta NKRI. Kami juga bisa!, "begitulah kiranya makna pesan yang didedahkan dari konser inklusi 2019 yang megah ini. **M&I**

# ACCOUNTING & BREVET A/B



## AKUNTANSI USAHA DAGANG, JASA

### & HOME INDUSTRY (02 Januari - 30 Januari 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 (06 Februari - 06 Maret 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 (12 Maret - 10 April 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



## 4 Hal Yang Harus Dipertimbangkan Sebelum Membeli Properti

*Berikut adalah 4 hal yang perlu dipertimbangkan sebelum membeli properti atau membangun, baik sebagai investasi properti maupun properti untuk ditinggali.*

### Pertama: Kompromikan prioritas

Prioritaskan mana yang lebih penting dari rumah yang diidamkan, lokasi atau bentuk. Misalkan, seorang pekerja *fulltime*, seharusnya akan mementingkan unit, apartemen atau rumah di dekat kota tempat bekerja, walaupun sebenarnya lebih senang tipe rumah dengan kebun yang luas. Tetapi rumah dengan kebun luas biasanya berada di pinggir kota yang mungkin jauh dari tempat kerja.

### Kedua: Jangan lupa mengecek detail dari kondisi properti dan sekitarnya.

Kalau sekitarnya banyak pepohonan rindang dan besar, Anda perlu cek apakah akar-akar pohon tersebut mengganggu struktur pagar, rumah atau kolam renang. Lihat juga apa ada kelembapan di rumah, *basement*, garasi atau kebocoran dan

rembes. Juga cek tanda-tanda adanya rayap di kusen pintu, jendela dan lantai kayu (kalau ada). Apakah dekat dengan rumah ibadah, pasar, tempat penimbunan sampah, kuburan dan lain sebagainya. Tidak ada salahnya mengamati rumah atau properti beberapa kali di jam-jam yang berbeda. Misalkan, bagaimana situasi lingkungan di pagi hari dibandingkan di sore atau malam hari, dst.

“**Misalkan bagi mereka yang single atau pasangan muda yang keduanya bekerja full time, rumah yang kecil atau apartemen akan lebih sesuai dibandingkan dengan rumah besar dengan halaman yang akan memerlukan banyak pemeliharaan dan perbaikan.**”

### Ketiga:

**Cari rumah atau properti sesuai dengan gaya hidup**

Misalkan bagi mereka yang *single* atau pasangan muda yang keduanya bekerja *full time*, rumah yang kecil atau apartemen akan lebih sesuai dibandingkan dengan rumah besar dengan halaman yang akan memerlukan banyak pemeliharaan dan perbaikan.

### Keempat:

**Selalu perhitungkan potensi nilai jual kembali dari sebuah properti. Terutama kalau properti dibangun atau dibeli dengan tujuan investasi.**

Baik dalam membangun ataupun membeli properti yang sudah jadi, selalu perhatikan apakah properti tersebut “masuk” dan terlihat cocok di daerah tersebut. Jangan membangun atau membeli rumah yang terlalu unik, karena akan mempengaruhi *resale value* ataupun kecepatan menjual lagi properti tersebut. **M&I**



### TOP PICK OF THE MONTH :

- 1. For Rent** – Modern colonial tropical villa, 3 bedroom villa located Canggu Pererenan, land size 305 m2 – Rental Price 350 juta / year (GAIA-VR-WR007)
- 2. Land for residentials** – Balangan Jimbaran - land size 60 are - asking price 250 juta /are (GAIA-LS-STV0016)
- 3. Commercial building for SALE** - premium location Jalan Bulu Indah - Land size 888 m<sup>2</sup> building size 900 m<sup>2</sup> - Asking Price 17M (GAIA-CS-AME0004)
- 4. For Rent** - Luxury 3 bedroom villa located Seminyak, land size 120 m<sup>2</sup> - Rental Price 300 juta /year (GAIA-VR-WR009)
- 5. Canggu villas for SALE** - close to Finns Beach Club - 3 bedroom - Asking price 10M (GAIA-VS-RS0101)

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

## WEDANG RONDE SALATIGA

# Mencecap Hangatnya Rasa "Pluralisme" dalam Semangkuk Wedang Ronde

Teks dan Foto : Christian Heru Cahyo Saputro



Ronde Wedang Kacang

***Kalau Anda kebetulan melintas atau berwisata di kota Salatiga Jawa Tengah, jangan lupa menikmati kuliner Wedang Ronde. Terlebih ketika musim penghujan tiba, kuliner yang satu ini adalah penghangat yang pas untuk diruput di kota sejuk ini.***

Tak banyak orang tahu, kalau Wedang Ronde konon merujuk pada kuliner Tionghoa yang bernama Tangyuan. Entah siapa yang pertama kali membawa ke Salatiga. Yang jelas, kota di Jawa Tengah ini memang sebagian wilayahnya dihuni kaum peranakan Tionghoa sejak zaman dulu, yang sudah membaaur dengan masyarakat setempat. Akulturasi tak terhindarkan, termasuk di bidang kuliner yang kemudian melahirkan Wedang Ronde yang memang enak dinikmati saat udara dingin.

mulai mangkal sepanjang jalan Sudirman, Salatiga, sekitar senja datang hingga larut malam menjelang pagi.

Kalau dilihat dari cara pembuatannya, memang tak pelak, mirip dengan pembuatan Tangyuan oleh penduduk Cina bagian Selatan. Demikian juga dengan cara penyajiannya, dibuat dengan olahan

berarti minuman panas. Air jahe juga bisa menggunakan gula kelapa, diberi taburan kacang tanah goreng (tanpa kulit), potongan roti, kolang-kaling dan agar-agar.

Masyarakat Indonesia sudah sangat akrab dengan Wedang Ronde, jadi banyak yang mengira asalnya dari Indonesia.

dari ketan atau ubi yang disajikan dengan kuah dari gula aren atau kuah jahe.

Sementara Yuanxiao adalah ronde dengan isi manis, disajikan dengan kuah tawar yang dikonsumsi pada purnama pertama pada tahun baru Imlek.

Kini ronde pun banyak variannya, seperti di Lapak Ronde Joss yang mangkal tak jauh dari Bank Niaga, menyajikan Ronde Seko, Ronde Susu dan Ronde Sekoteng. Untuk harga dibandrol antara Rp. 5-7 ribu saja. Atau, Anda bisa memilih untuk menikmati Wedang Ronde lain, yang diujakan sepanjang jalan Sudirman. Mau sambil nongkrong atau selonjoran kaki setelah lelah berkendara, juga bisa.

### Dari yang Legendaris dan yang Hits

Di Salatiga, Wedang Ronde selain bisa dinikmati di pinggir sepanjang Jalan Sudirman, juga ada Wedang Ronde Legendaris Mak Pari yang melegenda dan Wedang Ronde ABC yang hits jadi rujukan para artis ketika ke Salatiga.

Bisa jadi, Mak Pari penjual ronde paling lama dan bertahan di Salatiga. Mak Pari jualan ronde sejak tahun 1947. Meskipun sudah sejak dulu berdirinya, tapi Mak Pari tak ketinggalan zaman alias inovatif. Wedang Ronde Mak Pari varian rasanya lengkap dan kekinian. Para penikmat Wedang Ronde bisa memilih rasa rumput laut, coklat, jeruk, tape, kacang hijau dan masih banyak lagi pilihan rasa yang enak dan unik.

Juga ada Warung Ronde Jago, beralamat di Jalan Jenderal Sudirman Nomor 9, tepatnya berada di Kompleks Pasar Raya 2 Salatiga.



Jadi Wedang Ronde atau disebut Ringkas Ronde ini merupakan Tangyuan yang telah bercampur dengan budaya setempat dengan mengawinkan selera lokal.

Bila senja menjelang hingga tengah malam, saatnya berburu ronde. Pasnya, para penjaja Wedang Ronde biasanya

berbentuk bulatan-bulatan atau bola-bola yang diisi kacang manis tumbuk, dan disajikan dengan air jahe. Untuk kemudian disajikan dalam sebuah mangkuk.

Istilah Wedang Ronde merujuk pada air jahe panas, di mana kata *wedang* sendiri adalah bahasa Jawa yang

Sebagian etnis Tionghoa di Indonesia membedakan Tangyuan dan Yuanxiao sebagai berikut. Tangyuan adalah ronde tanpa isi, disajikan dengan air jahe manis yang dikonsumsi pada festival minum ronde yang jatuh setiap tanggal 22 Desember. Sedangkan, kalau di Bangka, Tangyuan disebut Siet Yen yang dibuat



Warung Ronde yang dibuka sejak tahun 1964 ini, merupakan salah satu penjual ronde terkenal yang buka setiap harinya pukul 14.00-21.30 WIB. Pelanggannya adalah para artis ibukota. Kalau para artis tampil di kota berhawa dingin ini, banyak yang mampir mencecap semangkok wedang ronde di sini.

Disebut Warung Wedang Ronde Jago, karena pada awal mula dibuka, kedai ini juga menjual jamu cap "Jago". Sehingga banyak pelanggan yang menyebutnya Warung Wedang Ronde Jago.

Kini Warung Ronde Jago dikelola oleh Jhonny Indra yang merupakan generasi ketiga yang menjalankan bisnis turun-temurun bersama sang istri. Indra menyebut menu andalan di Kedai Ronde "Jago" ini adalah Ronde Sekoteng.

Indra juga menyampaikan, kalau Ronde "Jago", tidak hanya menghangatkan tubuh, tapi karena menggunakan resep spesial dengan sembilan ramuan, berkhasiat juga untuk kesehatan lambung serta daya tahan tubuh.

"Ramuan tersebut terdiri dari jahe, gula, ronde, manisan jeruk, sagu delima, kolang-kaling, manisan tangkweh hingga rumput laut. Untuk rasa, tentu pedas seperti pada Wedang Ronde pada umumnya," ujar Indra berbagi resep.

Kalau yang tak suka panas atau hangat, bisa memesan ronde dingin dengan tambahan es didalamnya.

Selain bisa pesan menu andalan Ronde Sekoteng, juga bisa memesan Ronde Kacang.

"Bedanya dengan ronde sekoteng, di ronde kacang tidak menggunakan kuah jahe, melainkan sari kacang tanah sebagai kuahnya," ujar Indra.

Warung Wedang Ronde Jago juga menjual berbagai camilan untuk menemani semangkok ronde. Tempatnya sangat sederhana, seperti warung atau kedai biasa. Namun jangan salah kalau akhir pekan, pelanggan bisa antre untuk semangkok ronde.

Sejumlah artis yang pernah mampir ke sini antara lain; Doyok, Deddy Mizwar dan tentunya pakar kuliner almarhum Bondan "Mak Nyus" Winarno. [M&I](#)



Wedang Ronde Sekoteng



Ronde Sekoteng Joss

## 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!



# HOWARD BUFFETT KETIKA BUAH JATUH JAUH DARI POHONNYA



Sumber Foto : [www.cdn.theatlantic.com](http://www.cdn.theatlantic.com)

***Buah jatuh tidak jauh dari pohonnya, itu peribahasa yang bisa dikatakan tak sepenuhnya benar. Bayangkan saja kalau pohon buah itu ada di tepi sungai, dengan salah satu dahannya yang berbuah tumbuh melintang di atasnya? Bisa dipastikan buah yang jatuh akan menjauhi pohonnya, terbawa kemana arus sungai bergerak. Mungkin seperti dengan perjalanan karir Howard Graham Buffett.***

Dari nama Buffett saja, sudah bisa diduga lelaki kelahiran Omaha, Nebraska, Amerika Serikat ini adalah keturunan milyarder dunia Warren Buffett. Kelahiran tahun 1954 ini adalah putra kedua dari pria yang berkali-kali dinobatkan sebagai yang terkaya dunia ini. Namun profesinya justru jauh berbeda dengan sang ayah.

Alih-alih mengikuti jejak ayahnya di bidang investasi dan keuangan, Buffett muda lebih memilih membangun sebuah pertanian di Tekamah, Nebraska pada tahun 1977.

Dengan menyewa lahan milik Ayahnya dia memulai bisnisnya dalam bidang pertanian, namun kemudian dia pindah ke Decatur, Illinois setelah menikah untuk yang kedua kalinya dan mulai mengawasi pertanian keluarga seluas 1500 are di daerah Pana, Illinois. Selain itu, dia juga mengelola tiga organisasi yang bergerak dalam riset bidang pertanian, termasuk

sebuah dokumentasi tentang kehidupan manusia di 65 negara, yang didukung National Geographic. Howard sendiri mengabdikan dirinya untuk konservasi satwa liar Cougar dan Cheetah, selain itu juga aktif dalam program World Food Program yang memerangi kelaparan dan banyak lagi kegiatan dalam bidang sosial kemanusiaan.

Sebagai CEO dan Ketua Howard G. Buffett Foundation, Buffett pernah berkeliling lebih dari 130 negara untuk mendokumentasikan tentang tantangan melestarikan keanekaragaman hayati dan menyediakan sumber daya yang memadai

untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dia memiliki kepedulian soal kebutuhan air bersih juga dengan mendirikan sebuah organisasi yang disebut Global Water Initiative untuk mengatasi penurunan ketersediaan air bersih bagi penduduk miskin, salah satunya di Afrika Selatan.

Dengan segala kepeduliannya dalam bidang pertanian, satwa liar dan kemanusiaan, Howard pernah memperoleh banyak penghargaan, di antaranya Order of The Aztec Eagle Award, yaitu penghargaan tertinggi untuk orang asing dari pemerintah Meksiko. Gelar kehormatan dari Universitas Lincoln dan gelar Doktor Kehormatan dari Penn State University.

Selain itu, ia juga diakui sebagai orang terhormat dalam bidang Agrikultur oleh Inter-America Institute, memenangkan Will Owen Jones Distinguished Journalist of the Year Award, Ecology Award, National Farmers Union Meritorious Service to Humanity Award, dan sejumlah penghargaan lainnya. **M&I**



***Dari nama Buffett saja, sudah bisa diduga lelaki kelahiran Omaha, Nebraska, Amerika Serikat ini adalah keturunan milyarder dunia Warren Buffett. Namun profesinya justru jauh berbeda dengan sang ayah.***

lahan seluar 1500 are di Arizona dan 9200 are lainnya di Afrika Selatan.

Sampai saat ini, sekitar 8 buku karya Howard yang membahas seputar konservasi, satwa langka, dan tentang kondisi kehidupan manusia sudah diterbitkan.

Tahun 2000 lalu, pertama kali dia berkolaborasi dengan fotografer Colin Mead menerbitkan buku yang berisi informasi dan foto-foto kehidupan satwa langka di Amerika Selatan dan Afrika.

Tahun 2001 dia menulis On The Edge, kemudian disusul beberapa buku yang diterbitkan tahun-tahun berikutnya, termasuk buku Fragile,



Sumber Foto : [www.celebritynetworthwiki.org](http://www.celebritynetworthwiki.org)

# 5 Makanan Untuk Meningkatkan Kecerdasan dan Daya Ingat



Sumber Foto : freepik.com

**Otak merupakan organ terumit dalam tubuh tetapi juga merupakan organ yang terkuat. Produktivitas kita sangat ditentukan oleh kekuatan otak. Jika ingin memiliki kemampuan berpikir yang cepat dan daya ingat yang tahan lama tentu saja dibutuhkan asupan makanan yang baik.**

Contohnya adalah, ketika memiliki kendaraan Ferrari dan ingin melaju kencang di jalan raya, apakah Anda akan memasukkan bahan bakar premium ke dalamnya? Tentu saja tidak. Anda pasti akan memilih bahan bakar beroktan tinggi untuk mendapatkan hasil maksimal.

Sama halnya dengan otak. Sebagian besar orang akan mencari makanan terbaik yang akan menambah daya otak untuk membantu berpikir lebih jernih, membantu meningkatkan konsentrasi dan juga baik bagi kesehatan otak.

Berikut ini adalah 9 makanan yang dapat membantu meningkatkan kinerja dan kesehatan otak Anda :



Sumber Foto flickr.com

## Salmon

Sudah tidak asing lagi bahwa ikan Salmon disebut sebagai makanan terbaik untuk otak. Mengapa demikian?

Penting untuk dipahami bahwa 60% otak Anda terdiri dari lemak. Omega 3 merupakan lemak terpenting dalam otak yang berfungsi sebagai bahan penyusun sel-sel otak yang sehat. Ada tiga jenis Omega 3 yaitu Eicosapentaenoic acid (EPA), Docosahexaenoic acid (DHA) dan Alpha-linolenic acid (ALA). Bagi otak, DHA memegang peranan yang sangat penting karena merupakan salah satu komponen utama yang membangun 8% dari berat otak. Penelitian telah menunjukkan bahwa kekurangan DHA dapat mempengaruhi perkembangan otak normal pada anak-anak. Itulah sebabnya mengapa begitu banyak formula bayi dan suplemen

anak-anak dengan kandungan DHA. Kekurangan DHA sebagai orang dewasa dapat menyebabkan masalah fokus dan perhatian, perubahan suasana hati, lekas marah, kelelahan dan kurang tidur.

## Blueberry

Blueberry menempati urutan teratas sebagai salah satu buah paling bermanfaat untuk memaksimalkan kesehatan dan kinerja otak Anda. Dibandingkan dengan buah lainnya, Blueberry memiliki kandungan antioksidan tertinggi, terutama anthocyanin, yang membantu melindungi otak dari stres dan meningkatkan kesehatan otak ketika mengalami penuaan.

Kandungan antioksidan Blueberry juga membantu mengurangi peradangan, yang memungkinkan otak mempertahankan tingkat energi yang sehat.

Blueberry mulai menerima perhatian karena hubungannya dengan kinerja otak. Penelitian dari Canadian Science Publishing menyebutkan bahwa mengkonsumsi Blueberry secara teratur tidak hanya dapat meningkatkan kesehatan otak, tetapi juga kinerja otak termasuk di dalamnya adalah memori kerja.

Blueberry juga rendah kalori, tinggi vitamin C, Vitamin K dan mangan.

## Dark Chocolate

Anda yang gemar makan coklat pasti akan semakin menggemarinya, khususnya *dark chocolate*, karena sangat baik untuk otak Anda. Cokelat meningkatkan kadar



Sumber Foto : pxhere.com



**Cokelat meningkatkan kadar endorfin, bahan kimia “rasa senang” otak Anda. Inilah sebabnya mengapa coklat terasa sangat menyenangkan. Cokelat juga meningkatkan aliran darah ke otak yang dapat membantu meningkatkan daya ingat, perhatian, fokus, dan spontanitas.”**

endorfin, bahan kimia “rasa senang” otak Anda. Inilah sebabnya mengapa coklat terasa sangat menyenangkan. Cokelat juga meningkatkan aliran darah ke otak yang dapat membantu meningkatkan daya ingat, perhatian, fokus, dan spontanitas.

Cokelat hitam mengandung kadar magnesium yang tinggi, yang disebut “natures valium” yang mampu menenangkan serta merilekskan otak.

Terakhir, coklat hitam memiliki salah satu profil antioksidan tertinggi dari makanan lain, termasuk makanan super populer seperti Acai Berry, Blueberry, atau Delima.

## Telur

Telur, terutama kuning telur, mengandung senyawa yang disebut kolin. Kolin sangat penting untuk membangun asetilkolin neurotransmitter. Asetilkolin memainkan peran penting dalam suasana hati, memori, dan kecerdasan. Kadar asetilkolin yang rendah, suatu-waktu dapat menyebabkan peningkatan peradangan, kabut otak, kesulitan berkonsentrasi dan kelelahan.

## Kopi

Kopi adalah ramuan energi yang sangat luar biasa yang digemari banyak orang. Alasan terbesar orang minum kopi adalah untuk mendapatkan takaran kafein. Kafein adalah stimulan neurologis alami yang tidak hanya memberi Anda energi tetapi juga mengurangi rasa lelah.

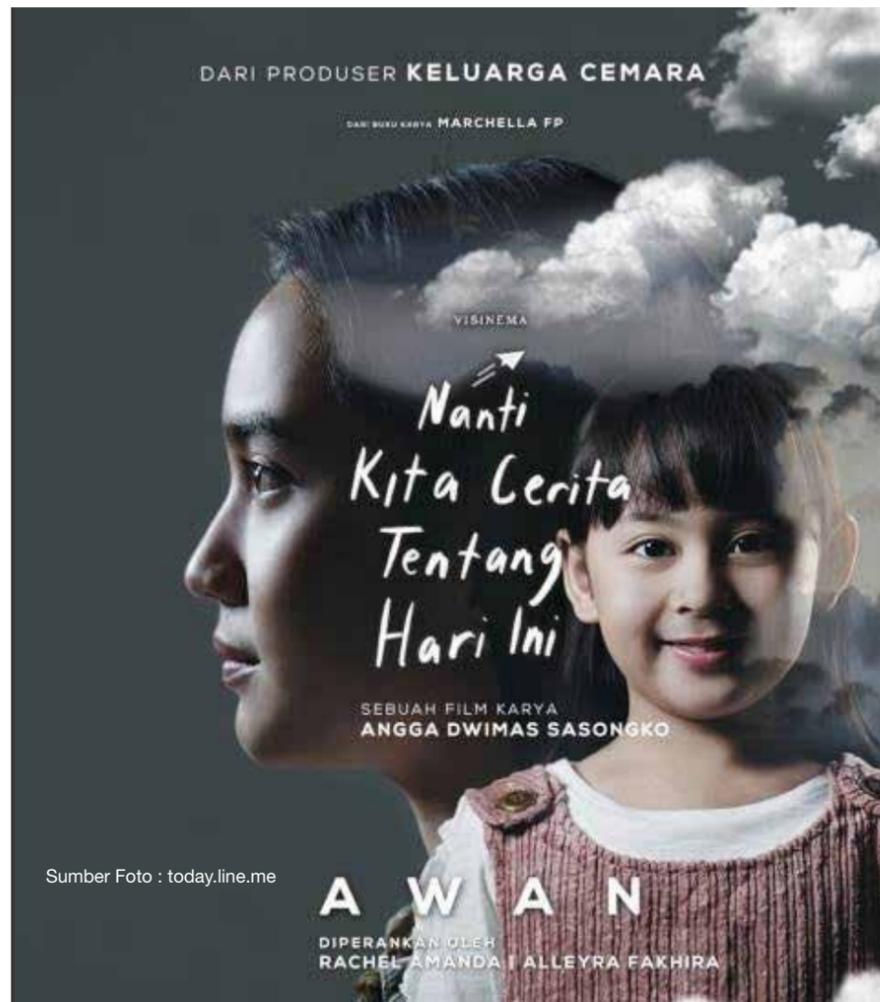
Banyak orang yang tidak menyangka bahwa kopi sebenarnya mengandung sejumlah besar antioksidan yang disebut polifenol yang penting untuk mengurangi peradangan di otak dan menjaga energi otak Anda. Antioksidan dalam kopi juga memberikan efek perlindungan saraf, melindungi otak dari stres dan kerusakan

M&I

# Memaknai Keluarga dalam NKCTHI

Setiap keluarga punya rahasia. Begitulah kira-kira pesan yang ingin disampaikan dalam film 'Nanti Kita Cerita Tentang Hari Ini' (NKCTHI).

Berawal dari buku dengan judul yang sama karya Marchella FP, NKCTHI berisi berisi potongan-potongan kutipan petuah seorang perempuan bernama Awan, untuk anaknya kelak. Buku ini ditulis dengan format desain kontemporer dan ilustrasi sederhana nan cantik.



Sumber Foto : today.line.me

Film NKCTHI bercerita tentang sebuah keluarga sederhana, di mana anggota keluarganya memiliki masalah masing-masing. Angkasa (Rio Dewanto), sang anak tengah memiliki tanggung jawab yang besar untuk melindungi adik-adiknya. Aurora (Sheila Dara), si anak sulung memperlihatkan bagaimana kasih sayang itu tidak dibagi merata. Dan si bungsu, Awan (Rachel Amanda) yang ingin keluar dari bayang-bayang kekuasaan ayahnya yang sebegitu menyayangnya. Ditambah banyak masalah yang mereka temui dalam pekerjaan hingga kisah asmara.

NKCTHI juga bertabur aktor kenamaan Indonesia, seperti Susan Bachtiar, Oka Antara hingga Donny Damara yang tentu saja menambah kualitas film NKCTHI.

Yang begitu menarik dari NKCTHI adalah ceritanya yang *relatable*. Setiap tokoh memiliki peran yang sama kuatnya. Dan juga, potongan visual yang menjadi sebab-akibat di kehidupan lalu dan masa datang.

Angga Dwimas Sasongko (sutradara), Jenny Jusuf dan Melarissa (penulis naskah) tidak hanya mendesain watak tokoh dengan rapi, namun mereka juga berhasil membelah peran si sulung, si tengah, dan si bungsu dengan tegas dalam keluarga Narendra (Donny Damara).

Sebagaimana tegasnya pembagian peran Ibu dan Ayah dalam keluarga itu.

Narendra, sang Ayah mengambil peran dominan dan aktif, cenderung *overprotective*. Terutama pada Awan, si anak bungsu. Di sinilah menjadi sumber utama konflik permasalahan. Cerita dibuat begitu masuk akal, dengan menyisipkan rahasia terbesar yang dibuka pada akhir cerita.

Rahasia itu juga yang membuat sang Ibu, Ajeng (Susan Bachtiar) makin hari, makin pendiam. Trauma yang dijadikan rahasia itu, tanpa ia sadari, menggerogoti dirinya dari dalam. Ini kenapa kita melihat sepanjang film, Ajeng begitu pasif, dan hanya menuruti perkataan suaminya.

Masalah semakin melebar ketika Angkasa melibatkan keluarga dalam soal asmaranya, begitu pula Aurora dalam karya seninya dan Awan dalam idealisme kerja dan tentu saja 'hubungan tanpa status' dengan Kale (Ardhito Pramono).

Sama seperti bukunya, NKCTHI banyak disisipkan kata-kata indah yang menjadi *trigger* dari cerita. Seperti misalnya saat Kale mengucapkan 'Sabar satu persatu' kepada awan. Atau saat Awan memotivasi diri, 'Yang bisa nolong aku adalah diriku sendiri', serta luapan si gadis tangguh, Aurora, 'Kalian Sudah lama kehilangan Aku'. Termasuk juga, 'Hidup itu lucu, ya... Yang dicari, hilang. Yang dikejar, lari. Yang ditunggu, pergi. Sampai hati kita lelah dan berserah, saat itu semesta bekerja'.

Ini terlantun jelas dalam lirik lagu Kunto Aji, yang menjadi *soundtrack* dalam lagu ini.

Selain Kunto Aji, ada banyak musisi yang mungkin namanya belum pernah terdengar, tapi lagunya begitu syahdu. Seperti Hindia – Secukupnya, Ardhito Pramono – Fine Today dan Bitter Love, Arah – Awal & Akhir, hingga Isyana Sarasvati – Untuk Hati yang Terluka.

Menonton NKCTHI membuat kita belajar menjadi manusia. Bahwa sedih dan bahagia selalu berkolaborasi dalam kehidupan. [MI](#)



Sumber Foto : www.kapanlagi.com



## NGEBRANDING, NGOMONGIN BRAND ALA WARUNG KOPI

**“Membangun waralaba itu enggak gampang, tapi mimpi saya tetap 1000 cabang di 2025,” Mardi Soemitro**

“Dari riset kami 5 tahun lalu, *member* Hawa Gym itu berusia 30-40an tahun, tapi hasil studi terbaru kemarin ini, *member* kami di perempuan muda usia 20-30an tahun. Terjadi pergeseran segmen,” Ini kata Mardi Soemitro di Kampus AKUBANK tanggal 28 Januari lalu. Yang artinya, beda segmen pasar, beda pula kampanye pemasarannya. Dan faktanya, pergeseran segmen ini sebenarnya juga banyak terjadi di berbagai jenis bisnis, yang membuat pendiri usahanya tak berhenti putar otak, mengulang proses ‘membangun’ *brand*-nya agar tetap relevan dengan perubahan yang ada.

Diskusi soal *brand* ini menjadi acara *offline* perdana Money&I di tahun 2020 ini, bertajuk “*ngebranding*”, wadah berbagi ilmu yang dikonsep ala obrolan ringan

warung kopi, sore hari selepas aktifitas ditemani pisang goreng keju sambil *nyuruput* kopi atau segelas teh manis. Beberapa peserta yang hadir memang terlihat baru saja merampungkan aktifitasnya sepulang kerja. Dan pada kesempatan pertama ini, tema waralaba menjadi topik yang diusung, menghadirkan Mardi Soemitro selaku pendiri jaringan usaha *fitness centre* Hawa Gym (Master Gym Group).

Pebisnis yang memulai karirnya sebagai tukang *service* alat fitness ini berbagi cerita, bagaimana mengembangkan banyak cabang berdampak besar pada penguatan *brand* usahanya, bahkan pertumbuhan anggotanya eksponensial.

Dengan 30 cabang di tahun 2013-2014, Hawa Gym sudah memiliki 17.484 anggota, setahun berikutnya menjadi 35.768 dengan 33 cabang. Pertumbuhan 3 cabang saja, namun mengatrol pertumbuhan member lebih dari 100%. Hal ini berulang setahun berikutnya dengan 36 cabang,

di mana *member* bertumbuh pesat jadi 60.185, hampir 2 kali lipat. Saat ini, *member* keseluruhan sudah lebih dari 100 ribu orang, dengan cabang yang sudah menjangkau hingga luar provinsi.

*Ngebranding* sendiri adalah bagian dari 2 program yang diusung tim redaksi Money&I, yakni Forum Brand Lokal Bali dan Brand Indie. Dua program ini secara resmi diperkenalkan bersamaan di acara “*ngebranding*” tersebut. Ini adalah gerakan yang diinisiasi oleh Arto Biantoro, *brand activist* yang dikenal lewat programnya

yang digagas bersama Andy F. Noya yakni “Brand Adventure Indonesia”, tayang di Metro TV setiap hari minggu.

Forum Brand Lokal Bali adalah komunitas wirausaha yang main bisnisnya berada di Bali, dirintis secara independen dengan merek lokal. Anggota dari komunitas ini akan mendapatkan sejumlah *benefit* yang diprogram untuk peningkatan kapasitas mereka, salah satunya adalah mengikuti program “ngebranding” secara gratis. Mendapatkan *free Money&I interactive magazine*, hingga peluang dan kesempatan untuk dipublikasi secara nasional.

Sejauh ini, tim redaksi Money&I sudah berhasil merekomendasikan 5 merek lokal daerah, yang profilnya dipublikasikan melalui Metro TV lewat program Brand Adventure Indonesia.

Sementara Brand Indie, adalah serial *edutainment* yang mengupas tentang perjalanan sebuah bisnis dari tahap rintisan, hingga bertumbuh sebagai *brand* lokal yang menjanjikan. Program ini diproduksi oleh tim redaksi majalah Money&I, sebagai komitmen untuk konsisten berbagi kisah kesuksesan, yang kali ini disampaikan dalam format *podcast video (webseries)*. Konten ini bisa diakses melalui *channel web* [www.BrandIndie.id](http://www.BrandIndie.id), instagram @Brand.Indie dan Youtube [bit.ly/2s62pRJ](https://bit.ly/2s62pRJ)

Semoga apa yang kami hadirkan, bisa menjadi kontribusi yang signifikan untuk perkembangan merek lokal tanah air, dan kesempatan untuk kita bertumbuh bersama. **M&I**



BERORIENTASI PADA **LIFE SKILLS**  
**PROFESSIONAL SKILLS &**  
**FINANCIAL LITERACY. AGAR LULUSANNYA ..**

**#BISA KERJA**  
**DIMANA AJA**

- |  |  |   |
|--|--|---|
| <b>#1</b><br>ACCOUNTING<br>AND TAX FOR<br>BUSINESS | <b>#2</b><br>ACCOUNTING,<br>FINANCE AND<br>BANKING | <b>#3</b><br>SI -<br>ACCOUNTING<br>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](http://www.akubank.co.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](http://www.bprlestari.com)