

EMPOWERING ENTREPRENEUR

Money&I

VOL. 124 JUN-JUL '20

**SAMANTHA
PROJECT**
*GENDERLESS
FASHION*
BERKONSEP
KESETARAAN

**WILL THE
BANK
SURVIVE?**

JAYA SETIABUDI

JURUS ANTI BANGKRUT

Yuk bisnis

NAMANYA DIKENAL SEBAGAI SALAH SATU PELOPOR
GERAKAN KEWIRAUSAHAAN DI INDONESIA,
NAMUN SIAPA SANGKA DIRINYA PERNAH BANGKRUT
DENGAN UTANG MILIARAN?

Rp. 32.500

WWW.MONEYINSIGHT.ID
ONLINE EDITION



ISSN: 2087-5975



COVER

Foto **IB Baruna Luhur**

Desain oleh **Pebri**



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

PUBLISHER

PT Literatur Negeri

EDITORIAL BOARD

Alex P. Chandra

MANAGING EDITOR

Arif Rahman

Indah Kencana Putri

COMMUNICATION

Kadek Pebriyanti

DESIGN & ART WORKING

Ida Bagus Baruna Luhur

Sahal Putra

KORESPONDEN

Rheza Alfian I Jakarta

Cucuk Espe I Jatim

Yeti Kartika Sari I Jatim

Angga Wijaya I Bali

For advertising enquiries please
send an email to :

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

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

Confirm / Info about transfer &
payment to :

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

 @MNImagz

 Money&I Magazine

 @moneyinsight.id

FROM THE EDITOR

Tiga bulan sudah kita bergulat dengan Corona, berbagai hipotesa sudah juga kita dengarkan, para pakar sudah mengeluarkan kemampuan terbaiknya membuat analisa, masyarakat berupaya menahan diri dari mobilitas yang tak berarti, bahkan tenaga medis mati-matian bertaruh nyawa demi nyawa. Sampai hari ini, belum banyak perubahan yang melandaikan kurva penyebaran di Indonesia. Nampaknya ini memang akan panjang. Wacana baru pun akhirnya mengemuka, konsep *New Normal* sebagai proposal yang siap untuk di uji coba.

Kami pun di kantor redaksi, turut menyusun protokol *New Normal*, agar media ini tetap hadir sebagai bacaan terutama di tengah pandemi. Sejumlah proses adaptasi kerja kami canangkan, walaupun belum sepenuhnya bisa di eksekusi dengan lancar. Namun kami tetap berupaya bisa hadir ke tengah-tengah pembaca tanpa kendala.

Pada edisi kali ini pun, tulisan yang tersaji masih seputar pandemi, dan bagaimana para pebisnis menghadapinya. Kami juga mengangkat profil Jaya Setiabudi yang populer sebagai pionir gerakan kewirausahaan, dan bagaimana ia menilai perkembangan bisnis pada hari ini. Serta sejumlah liputan lain yang kami harapkan bisa mereduksi rasa jemu terutama buat pembaca yang harus menjalankan aktivitas dari rumah saja.

Semoga musibah ini segera berakhir, dan kita semua diberi kesanggupan untuk melewatinya. *Selamat membaca.* **M&I**

Jabat Erat,
Arif Rahman

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.



Jl. Raya Puputan No.110 Denpasar - Bali

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



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!



CONTENTS

18

INTERVIEW JAYA SETIABUDI

Namanya memang lekat dengan gerakan kewirausahaan di Indonesia, bisa di bilang, ia termasuk salah satu pelopor entrepreneurial tanah air. Dan kepada kami, ia berkisah soal kewirausahaan digital di era saat ini. Simak pemaparannya di rubrik *Interview*.



40

GENDERLESS FASHION BERKONSEP KESETARAAN

Berbusana unik bisa diwujudkan dengan sederhana. Peluang ini yang ditangkap Martha Nalurita untuk mengisi ceruk dunia *fashion* Kalimantan Timur melalui karyanya.



46

LESTARI WAY ASET ALOKASI DI MASA KRISIS

Tahun-tahun terakhir, Indonesia kian akrab dengan krisis, lalu bagaimana kita menyikapi kondisi ini? Lewat Lestari Way, Alex P Chandra berbagi pemikirannya.



58

KARIR 'ZOOM' ERIC YUAN.
BERAWAL DEMI CINTA,
BERAKHIR SEBAGAI BILLIONAIRE
Lewat Zoom, namanya kini tercatat sebagai salah satu orang terkaya dunia, bagaimana sepak terjangnya hingga melahirkan ide aplikasi ini?



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 Mei 2020 - 30 Juni 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

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!



CONTRIBUTORS



ALEX P CHANDRA
Entrepreneur

Memulai karir sebagai profesional banker di BCA selama 8 tahun sebelum akhirnya memutuskan untuk mendirikan bisnisnya sendiri BPR Lestari, perusahaan yang 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 Kampoen Villa

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

ALSO IN THIS EDITION

02 From the Editor :



12 Notes From A Friend

Will The Bank Survive?
oleh Alex P Chandra

26 Smart Family

New Normal Buat Bali Dengan
Adanya si Covid 19
oleh Suzana Chandra

32 Leadership

Siapa Temanmu, Menunjukkan
Masa Depanmu
oleh Pribadi Budiono

14 Coaching Clinic

Bisnis Kuliner 4.0
oleh Ben Abadi



36 Kedai Sayur Luncurkan
Layanan Business to Consumer

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



DISCOUNT
40%*



DNI SKIN CENTRE

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

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



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!





STUDI TERBARU KANTAR PENGUKURAN **EFEKTIVITAS** **BIAYA IKLAN** BERDAMPAK PADA PERTUMBUHAN BISNIS

Di era digital saat ini, bisnis memiliki beragam pilihan untuk mengembangkan merek melalui media, dan mencari beragam cara untuk secara akurat mengukur seberapa efektif pengeluaran iklan di media berdampak pada pertumbuhan bisnis. Kantar mengeluarkan studi yang dapat mengukur dan membantu pebisnis menyusun strategi pemasaran melalui iklan secara efektif.

Studi ini melibatkan 11.000 panel rumah tangga di Indonesia, yang mana setiap minggu pembelian mereka - yang sebagian besar adalah kategori barang-barang konsumsi atau *Fast Moving Consumer Goods* / FMCG - dicatat. Kantar juga mengamati kebiasaan para panelis ini dalam mengkonsumsi media terutama TV dan platform digital. Gabungan dua data ini memudahkan Kantar dalam menganalisis Consumers Mix Modelling (CMM) dan mengevaluasi iklan dari sebuah merek terhadap peningkatan penjualan, serta melihat dampak iklan tersebut terhadap pembelian.



Menurut Kantar, pertumbuhan merek terasa semakin sulit untuk dicapai. Tahun 2017, merek tumbuh sebesar 73%, dan di tahun 2018, hanya tumbuh sebesar 42%. Bagaimana membuat sebuah merek tumbuh secara berkelanjutan adalah tantangan besar, sebab hanya 32% merek yang tumbuh di kedua tahun tersebut. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan di Indonesia untuk mendorong pertumbuhan merek yang berkelanjutan dan mengukur secara akurat seberapa efektif biaya iklan yang dikeluarkan dalam menghasilkan pertumbuhan tersebut.

Sebagai *platform* media sosial, Facebook juga turut mendorong pertumbuhan merek di tanah air. Ada peluang besar untuk menjangkau dan menarik perhatian konsumen melalui *platform* media sosial ini.

Lebih lanjut, studi ini menemukan bahwa secara umum iklan yang dipasang melalui media berkontribusi sekitar 6% pada total penjualan dalam periode waktu tertentu.

Namun dalam mengukur efektivitas sebuah iklan, kita juga perlu memperhatikan investasi yang dikeluarkan oleh merek dalam menayangkan iklan tersebut di berbagai saluran media. Konsep ini dinamakan *Return On Ads Spend* (ROAS) atau sering juga disebut sebagai *Return on Investment* (ROI), yaitu membandingkan antara total penjualan yang dikontribusikan oleh saluran media tertentu dengan belanja iklan yang dilakukan merek tersebut.

Dari analisa Kantar dalam industri FMCG di Indonesia, Facebook memberikan ROAS yang cukup tinggi. Dalam setiap 1 rupiah yang diinvestasikan oleh sebuah merek di Facebook, secara rata-rata akan memberikan pengembalian penjualan 1.82 kali lebih besar. Meski media sosial menjadi saluran menarik bagi perusahaan, di Indonesia, TV masih tetap menjadi *platform* dengan jangkauan *audien* yang sangat luas. Keduanya harus dapat saling bersinergi untuk mendorong pertumbuhan merek dan meningkatkan penjualan serta bisnis. [M&I](#)

BEGINI LOH KEBIASAAN DI WHATSAPP BERDASARKAN SHIO!

Dari sekadar obrolan ringan, hingga ramalan yang menarik perhatian, shio kerap menjadi bagian percakapan sehari-hari, terutama dalam momen spesial seperti Imlek. Tak hanya mengetahui karakter diri, kita seringkali mencoba mencocokkan shio kita dengan peruntungan hidup, peruntungan bisnis, percintaan, dan elemen lain yang terkait dengan diri kita.



Shio Tikus penuh kehati-hatian dan biasanya adalah seorang spesialis di bidangnya. Mereka orang-orang yang kerap berhasil ketika mengerahkan segenap upaya. Jika kamu lahir di tahun Tikus kamu bisa mencoba memanfaatkan fitur Label di WhatsApp Business untuk mengatur dan menemukan pesan-pesan pelanggan tertentu secara mudah sehingga sukses dalam menjalankan bisnis.



Shio Kerbau mengutamakan kejujuran di atas segalanya, alhasil mereka sangat tidak menyukai kebohongan. Hal ini dapat menjadi sangat personal dan bisa membuat mereka sulit mempercayai orang lain, namun jangan khawatir! WhatsApp bisa membantu dengan fitur Verifikasi Dua Langkah sehingga ada lapisan keamanan tambahan untuk orang-orang yang berusaha mengakses WhatsApp tanpa izin untuk sekadar iseng.



Kendati bersemangat dan cinta petualangan adalah karakter khas Sang Macan, mereka dapat terlalu bersemangat untuk mengirim pesan ke salah orang! Hei, Macan, jangan takut. Kamu bisa menghapus pesan WhatsApp yang terkirim ke orang yang salah. Caranya? Ketuk dan tahan baris pesan yang salah, klik hapus, dan pilih hapus untuk semua.



Apakah kamu pemalu namun juga berhati besar? Mungkin kamu lahir di tahun Kelinci. Kebesaran hati shio Kelinci bisa membuatnya rentan menjadi korban penipuan. Untuk menghindari hal itu, cek ulang pesan-pesan yang kamu terima dan verifikasi dengan orang-orang terdekat untuk memastikan identitas lawan bicaramu. Blok dan laporkan nomor asing yang mengirim pesan mencurigakan.

Orang yang lahir di tahun Naga biasanya berkarakter mulia, pekerja keras, sekaligus rapi, dan cocok untuk menjalankan bisnis. WhatsApp Business punya fitur pengaturan produk seperti Katalog yang berfungsi sebagai etalase digital. Semua rapi dalam sekejap saja!



Shio Kambing lebih suka berada di dalam kelompok walaupun sebenarnya seorang penyendiri. Ketika bekerja, mereka adalah pemimpin dan

rekan kerja yang cenderung baik hati dan punya rasa keadilan yang kuat. Ingatlah untuk selalu *log out* ketika menggunakan perangkat-perangkat non-pribadi, seperti WhatsApp Web di komputer kantor. Buka WhatsApp di ponselmu > Setelan/Pengaturan atau Tombol Menu > Ketuk WhatsApp Web > Keluar dari semua komputer > Keluar.



Teman-teman yang lahir di tahun Monyet mempunyai paket lengkap: mempesona, lucu, serta menghibur.

Cara mereka mengekspresikan diri tidak cukup dengan pesan teks, mereka butuh stiker! Buat stikermu sendiri dan pasang di WhatsApp untuk memperkaya ekspresimu. Lihat Stickers FAQ untuk informasi lebih lanjut. Pastikan gambarnya memenuhi syarat berikut:

- Setiap stiker adalah gambar dengan latar transparan.
- Ukuran stiker wajib di 512x512 piksel.
- Tiap stiker berukuran 100 KB atau lebih kecil. Baca juga berkas ReadMe dan contoh serta tips untuk menyesuaikan ukuran berkas stikermu.

Tenang tapi selalu antisipatif, itulah shio Ular. Mereka dapat belajar dari kesalahan mereka sendiri. Mengetahui bahwa informasi pribadi sangatlah penting, mereka selalu menjaganya dengan fitur atur privasi di WhatsApp. Pilih siapa saja yang bisa mengakses Laporan Dibaca (Read Receipts), Terakhir Dilihat (Last Seen), Info (About), Foto Profil, dan Status terbaru.



Orang-orang dengan shio Anjing adalah orang yang setia dan protektif. Untungnya WhatsApp punya fitur. Berbagi Lokasi Terkini, jadi mereka selalu tahu di mana orang-orang terdekat mereka berada



Shio Babi dikenal suka memberi penghargaan terhadap diri sendiri dan orang-orang sekitarnya. Banyaknya pesan ucapan yang terkirim bisa berbanding lurus dengan jumlah pesan yang diterima, bahkan bisa lebih banyak dari itu! Jika merasa terganggu dengan notifikasi pesan yang bermunculan terus menerus, langsung saja aktifkan fitur bisukan notifikasi percakapan selama beberapa saat, mulai dari 8 jam, 1 minggu, hingga 1 tahun.



Shio Ayam itu berani dan mandiri. Jangan harap kamu mudah mengetahui apa yang ada di WhatsApp mereka! Mereka

secara mandiri mengatur privasi dan keamanan maksimal di WhatsApp, karena mereka tahu mereka sendirilah yang bertanggung jawab atas hal itu.



Shio Kuda dikenal dengan keinginan dan semangatnya yang besar untuk berbagi informasi dan mengingatkan orang-orang apabila ada yang berbuat salah. Dalam hal mengirim pesan dan informasi, Shio Kuda gemar mengingatkan bagaimana berkomunikasi yang lebih baik di WhatsApp. WhatsApp punya panduannya seperti ini loh.

Jadi, yang mana shio kamu? Seberapa tepat ia menggambarkan kepribadianmu? Apapun itu, jangan lupa gunakan WhatsApp secara bijak untuk berkomunikasi dengan orang-orang terdekatmu! Bagikan kebahagiaan, bukan *hoax*.



ALEX P. CHANDRA
Entrepreneur

www.alexpchandra.com

“ Jadi sepakat ya, *enggak* semua ‘debitur atau pengusaha’ mengalami masalah *cash-flow*. Ada sebagian yang malah panen, dan ada sebagian walaupun menderita, namun masih sehat sejahtera karena *cash reserve*-nya baik.”

WILL THE BANK SURVIVE?

Kalau semua debitur, nasabah yang minjem uang tidak bayar, nanti banknya dapet uang dari mana?”

“Nanti banknya bangkrut?”

Begitu pertanyaan beberapa deposan kepada saya.

Ini menjelaskannya rada susah. Karena harus bicara mekanisme perbankan, dan beberapa teknik perlakuan akuntansi. Tapi coba *deh*, kita bikin sederhana.

Kondisinya sekarang, karena Covid, toko-toko pada tutup, orang *enggak* lagi *ngopi* di Starbucks, *enggak* nonton bioskop, *enggak traveling*, turis *enggak* datang ke Bali, restoran sepi. Mesin ekonominya jadi pada macet. Berhenti.

Jadi bagi sebagian debitur peminjam, mesin usahanya berhenti. *Enggak* ada pemasukan. *Enggak* ada *cash-flow!*

Ini sebagian *lho*, karena sebagian lagi justru lagi ramai-ramainya. Sebagian industri malah kebanjiran order. Teman saya ada yang bilang bahwa permintaan susu itu naiknya bukan 2 atau 3 kali lipat. Omzetnya bisa naik sepuluh kali lipat. Yang jualan alat-alat kesehatan, istilahnya lagi *baksit*. Lagi ramai-ramainya.

Jadi sepakat dulu *nih* ya, *enggak* semuanya menderita. Ada yang lagi panen juga. Artinya, *enggak* semua debitur bank ‘memiliki masalah *cash-flow*.’ Ini penting, karena kita selalu beranggapan



Sumber Foto : Freepik.com

atau menggeneralisasi, “semuanya lagi susah, semuanya akan bangkrut.” Enggak juga, cuma yang lagi panen, diam-diam saja.

Oke, jadi pertama, enggak semua macet. Sebagian lagi walaupun usahanya macet, karena mereka pengusaha yang baik, yang pengalaman, mereka punya kas cadangan yang memadai. Jadi ketika bisnisnya macet, hidupnya tetap saja damai sejahtera.

Saya punya hotel dan kompleks villa. Hotelnya tutup, namun saya tetap damai sejahtera. Karyawan dirumahkan, masih dibayar gajinya. Dari mana uangnya? Dari kas cadangan. Saya hitung-hitung kalau

hotelnya tutup 24 bulan, cadangan saya masih cukup. Jadi enggak akan bangkrut.

Jadi, pengusaha seperti saya, walaupun ‘menderita’, namun tidak mati, hidup masih damai sejahtera. Cicilan hutang masih terbayar, kartu kredit enggak nunggak, karyawan hotel dan villa walaupun sebagian dirumahkan, masih dibayar gajinya.

Jadi untuk pertanyaan di atas, “kalau semua debitur peminjam tidak bisa bayar. Banknya dapat duit dari mana?” Jawabnya, “enggak semua kali, debitur enggak bisa bayar. Ada yang panen *tuh*, dan banyak yang punya *cash reserve* memadai.”



..enggak semua ‘debitur atau pengusaha’ mengalami masalah cash-flow. Ada sebagian yang malah panen, dan ada sebagian walaupun menderita, namun masih sehat sejahtera karena cash reserve-nya baik.”

Nah, kembali ke persoalan ‘macetnya mesin ekonomi.’ Kita lihat, apakah akan permanen selamanya, atau cuma sementara?

Apakah nanti tidak akan ada lagi orang yang *traveling*? Tidak ada lagi orang nonton bioskop, selamanya tidak akan ada orang belanja ataupun *window shopping* di mal? Turis-turis akan diam di rumahnya terus-terusan?

Atau cuma berhenti sementara?

Sesungguhnya, ekonomi yang macet ini bukan negara masalah yang struktural. Ini masalah kesehatan. *Demand*-nya masih ada. Kekuatan ekonominya masih ada, cuma karena isu kesehatan, kegiatan ekonominya terhenti, mesinnya berhenti.

Kalau begitu, jika isu kesehatannya sudah berhasil ‘di-*address*’, maka mesin ekonominya bergerak kembali. Orang *traveling* lagi, ke Starbucks lagi, *kongko-kongko* lagi di mal. Pariwisata ramai lagi, *cash-flow*-nya mengalir kembali.

Jadi argumentasi saya yang kedua, krisis ini bukan disebabkan masalah yang struktural (yang susah *ngebenerinnya*). Krisis ini isunya adalah kesehatan. Jadi begitu vaksin ditemukan, *life will back to normal. This is not the end of the world.*

Nah, nasabah bank yang ‘terdampak’ kan isunya *cash-flow*. Tidak bisa membayar cicilan pokok dan bunga, sementara mesinnya mati. Maka solusinya di-restrukturisasi pinjamannya. Termasuk restrukturisasi adalah diberi tambahan pinjaman, ditunda pembayaran cicilannya, diberikan subsidi bunga (ini yang termasuk dalam stimulus yang diberikan pemerintah), dipanjangkan tenornya, dirubah skema kreditnya, dan seterusnya.

Jadi bagi sebagian nasabah bank yang terdampak, tokonya tutup, hotelnya tutup, mal-nya tutup, dan seterusnya. Namun tutupnya kan sementara. Nanti kalau *life back to normal*, tokonya buka lagi. Dapat duit lagi.

Bagi sebagian nasabah yang terdampak ini, untuk menyelesaikan ‘masalah *cash flow*’ yang sementara ini, solusinya adalah dengan merestrukturisasi kreditnya.

Restrukturisasi kredit bisa dalam bentuk tambahan pinjaman buat nalangin cicilan selama ‘toko’-nya tutup, atau di diskon bunganya. Atau diperpanjang jangka waktunya. Atau dirubah skema pembayarannya dari mencicil pokok dan bunga menjadi mencicil bunganya saja, atau kombinasi dari semuanya.



Bank adalah institusi yang diatur sangat ketat. Otoritasnya adalah OJK (dulu Bank Indonesia). Dalam kondisi normal jika debitur tidak bisa membayar cicilan pokok atau bunga dalam waktu 3 bulan, maka bank diharuskan mengkategorikan pinjaman debitur tersebut sebagai kredit bermasalah atau *Non-Performing Loan* (NPL). Bank tidak boleh lagi mengakui pendapatan bunga atas nasabah NPL tersebut. Banknya kehilangan pendapatan. Makanya, bank itu mati-matian supaya para nasabahnya tidak menjadi NPL.

Para nasabah juga harus berupaya semaksimal mungkin, jangan sampai kreditnya jadi NPL. Karena dampaknya

ke mana-mana. Bank akan melaporkan nasabahnya yang NPL ke OJK, kemudian tercatat di SID (Sistem Informasi Debitur). Nasabah yang masuk NPL akan *madesu*, masa depan suram. Karena *track record*-nya tercatat buruk.

Begitu mekanisme normalnya.

Nah di masa pandemi Covid-19 ini, karena dianggap keadaan luar biasa, maka ketentuan restrukturisasi diperlonggar. Bank-bank dipersilahkan merestrukturisasi pinjaman-pinjamannya selama 'toko-toko' pada tutup. Bisa 6 bulan atau 12 bulan. Jadi, saya yakin bank akan baik-baik saja.

M&I



Sumber Foto : Freepik.com

DELIVEREE

MENGUMUMKAN
LAYANAN
BELANJA ONLINE
YANG INOVATIF

Deliverree mengumumkan peluncuran dari layanan belanja baru yang inovatif. Pelanggan dapat menggunakan aplikasi populer Deliverree di ponsel untuk memilih toko atau swalayan yang diinginkan, membuat daftar belanja, dan memesan personal shopper atau pembelanja pribadi.

Dalam hitungan menit, Deliverree dapat menugaskan *personal shopper* terdekat dengan lokasi toko yang dipilih oleh

pelanggan. *Personal shopper* akan segera mengunjungi toko, menemukan barang yang dibutuhkan, dan mengirimkannya langsung ke lokasi pelanggan. Ini adalah alternatif yang sangat kreatif dan baru dibandingkan belanja sayur online tradisional yang tersedia di pasar sekarang ini.

Banyak keuntungan yang bisa didapatkan dari layanan belanja Deliverree ini, di antaranya pelanggan dapat memilih toko atau swalayan manapun yang diinginkan, belanja barang sebanyak apapun selama masih muat di mobil jenis ekonomi (*city car/ MPV*). Pelanggan juga dapat memesan kapan saja selama toko masih buka termasuk akhir pekan dan hari libur.

Deliverree tidak menaikkan harga barang, oleh karena itu pelanggan hanya membayar biaya aktual dari harga barang ditambah dengan biaya layanan Deliverree yang terjangkau – biaya layanan akan tertera jelas di aplikasi sebelum pelanggan mengkonfirmasi pemesanan. Pelanggan juga dapat berkomunikasi dengan *personal shopper* melalui fitur *live chat* dan telepon dari aplikasi Deliverree.

“Krisis kesehatan yang terjadi saat ini membutuhkan solusi kreatif agar keluarga dapat tetap mendapatkan pasokan bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari tanpa harus mengunjungi supermarket secara langsung. Di sinilah *personal shopper* Deliverree dibutuhkan untuk membantu pelanggan berbelanja kebutuhan, sebagai alternatif dari belanja sayur online atau online supermarket,” ujar Tom Kim, Country Director Deliverree untuk Indonesia.



“Krisis kesehatan yang terjadi saat ini membutuhkan solusi kreatif agar keluarga dapat tetap mendapatkan pasokan bahan makanan dan kebutuhan sehari-hari tanpa harus mengunjungi supermarket secara langsung. Di sinilah *personal shopper* Deliverree dibutuhkan untuk membantu pelanggan berbelanja kebutuhan, sebagai alternatif dari belanja sayur online atau online supermarket.”

Tom Kim, Country Director Deliverree untuk Indonesia.

la menambahkan, “dan bagian terbaik dari layanan ini adalah pelanggan dapat berbelanja kapanpun, di toko manapun, dan barang sebanyak apapun yang diinginkan selama masih muat di dalam mobil jenis ekonomi kami. Dan keselamatan menjadi faktor yang utama karena *personal shopper* kami mengenakan masker dan sarung tangan higienis, dan semua pengiriman ini adalah pengiriman tanpa kontak.”

Untuk menggunakan layanan belanja Deliverree ini sangat mudah. Pelanggan cukup mengunduh aplikasi Deliverree di Google Play Store atau Apple Apps Store, kemudian pilih belanja, lalu pilih toko manapun di Google Maps, tambahkan saldo ke dana belanja, buat daftar belanja dan tunggu 2 menit sampai Deliverree menugaskan *personal shopper* terdekat. Semua barang pesanan pelanggan akan dikirimkan langsung ke lokasi. 



 **ukbisnis**


RESEP ANTI BANGKRUT JAYA SETIABUDI

“Tahun 2013 saya dapat ujian, utang mencapai miliaran dan semua passive income saya hilang,” ujar Jaya Setiabudi. Dalam berbagai himpitan inilah ia justru menemukan caranya untuk bangkit.

Di kalangan pengusaha muda Indonesia, nama Jaya Setiabudi sudah enggak asing lagi. Kemampuannya ‘memprovokasi’ lewat gerakan wirausahanya masyhur di mana-mana.

Pria kelahiran Semarang yang akrab dipanggil ‘Mas J’ ini merupakan pendiri sejumlah komunitas dan gerakan seperti Entrepreneur Camp (Ecamp), Young Entrepreneur Academy (YEA), YEA Virtual, dan Yukbisnis.com. Bersama kawan-kawannya, Mas J juga mendirikan organisasi sosial kewirausahaan bernama Entrepreneur Association (EA).

Dampak kampanye yang dilakukan, menjadi pendorong bagi lahirnya sejumlah wirausahawan baru di Indonesia. Namun dalam perkembangannya belakangan, banyak anak-anak muda yang membangun bisnis tidak dengan pendekatan yang sesuai kaidah berwirausaha, bahkan cuma ikut-ikutan saja atau semata alasan tren.

Hal inilah yang menjadi pembuka pertanyaan kami ketika bersua dengannya. Berikut adalah pandangan Mas J soal kewirausahaan generasi milenial yang disampaikan kepada Arif Rahman, editor majalah Money&I. Berikut petikannya.

Banyak anak muda sekarang yang bertekad menjadi *start up*, sementara kegagalan usaha digital ini mencapai lebih dari 90%, bagaimana Mas J melihat ini?

Kalau menurut saya, alasan pertama mendirikan bisnis itu, tujuannya harus jelas, agar menjadi kekuatan dalam diri para *start up* ini untuk bertahan. Jadi selalu merujuk pada tujuan akhirnya, maunya bikin bisnis itu apa. Jadi tujuan suksesnya apa, jangan-jangan tujuan suksesnya sudah salah.

Maksudnya salah adalah, kenapa dia memilih *start up digital*, apakah karena ingin jadi *unicorn*. Kalau cuma itu, menurut saya dia salah, seharusnya membangun bisnis itu agar bermanfaat bagi orang lain, sehingga perusahaannya *sustain*.

Kalau tujuannya menjadi *start up* semata *prestise*, jadi kalau ada yang tanya ia dengan lantang memperkenalkan diri sebagai *start up*, itu adalah kebanggaan yang semu buat saya. Jadi tidak mendapatkan makna kesuksesan sejati. Seharusnya makna sukses itu, ketika seseorang itu bermakna bagi orang lain.

Jadi kalau membuat bisnis, itu karena melihat *problem*-nya dilapangan seperti apa, dan ingin menjadi bagian dari solusi tersebut. Sehingga mereka mempunyai alasan yang kuat, emosional bahkan *spiritual goal*. Itulah yang nanti membuat mereka tidak akan berhenti berjuang terus. Jadi kalau makna suksesnya salah, maka KPI-nya juga salah.

Belakangan, *startup* mendirikan usaha untuk dijual, sehingga berupaya agar valuasinya tinggi?

Itu sudah sering kita *omongin*, apakah akan *bubble* atau enggak. Itu yang jadi lucu, kita ini bisnis ala apa? Sekarang ini banyak pelaku usaha yang justru merusak ekosistem, dengan banting-banting harga lewat *cash back* dan lain-lain, itu ekosistem sekitarnya rusak. Baik penjual lain, *merchant* lain, juga merusak nilai ideologi dari si pembeli.

“Itu yang jadi lucu, kita ini bisnis ala apa? Sekarang ini banyak pelaku usaha yang justru merusak ekosistem, dengan banting-banting harga lewat *cash back* dan lain-lain, itu ekosistem sekitarnya rusak. Baik penjual lain, *merchant* lain, juga merusak nilai ideologi dari si pembeli.”

Dari sanalah kemudian muncul gerakan *fair trade*, aku tidak ingin membeli dengan harga termurah karena ada biaya yang sebenarnya harus dibayar oleh orang-orang di belakang produk yang aku beli. Kita berbicara masalah keberkahan dalam proses bisnis kita itu bagaimana.

Mungkin ada yang berpikir kalau tidak berbuat hal-hal seperti itu, bisnisnya tidak akan bertahan, itu salah.

Sebagai contoh, ketika saya mendirikan Yukbisnis, di tahun 2013 saya bangkrut, ninggalin hutang miliaran plus perusahaan yang menghasilkan *passive income*, semuanya tutup.

Akhirnya keuangan saya menipis, sementara harus membiayai Yukbisnis. Tapi saya tidak ke modal ventura, karena nanti ada ‘visi’ yang masuk untuk membiayai YukBisnis, saya tidak mau itu. Nah saya cari sponsor. Tahun 2015 saya dapat Rp. 1 miliar untuk biaya selama 1 tahun, mulai dari tenaga koding dan merekrut tim-tim terbaik. Proses rekrutmennya juga tidak harus dengan umpan duit, sering kali



teman-teman salah kaprah soal itu, karena mereka pikir harus membayar mahal untuk bersaing dengan perusahaan yang mampu membayar mahal untuk mendapatkan programmer terbaik, itu tidak betul. Saya mengiming-imingi mereka tidak dengan duit, tapi dengan *value*.

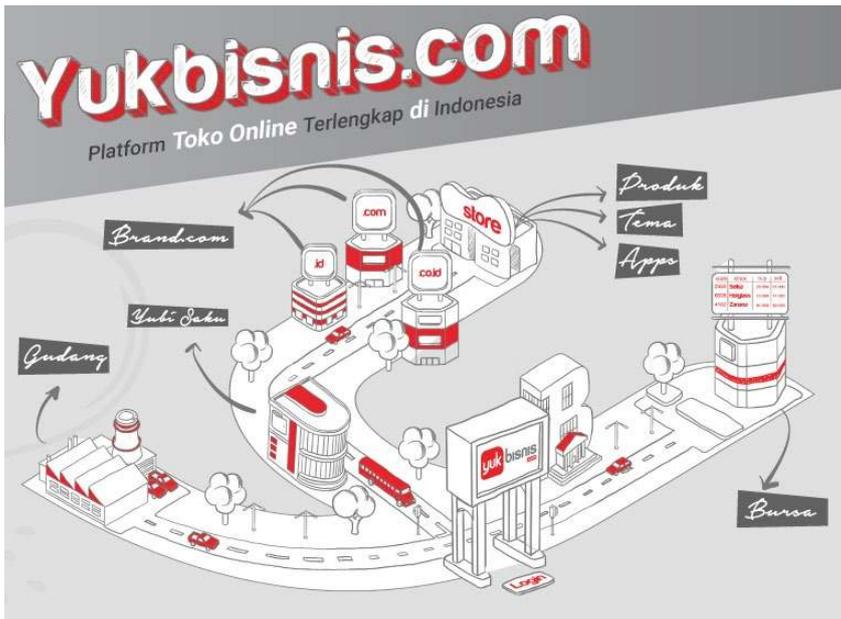
Saya merekrut mereka dengan iming-iming *value*, mau enggak mereka berjuang untuk Indonesia bersama-sama. Saya enggak punya duit besar, tapi kebutuhan hidup mereka bisa terpenuhi, tidak kurang juga tidak berlebih, dan mereka mau karena visi kita sama. Dan teman kita itu loyal, bisa dikatakan sampai sekarang, *founder-founder*-nya masih tetap ada, padahal kalau mereka kerja di luar, dalam sebulan mereka mungkin bisa menghasilkan ratusan juta. Tapi mereka tidak seperti itu, mereka tetap

berjuang bersama saya. Ini sudah saya buktikan, karena visinya sudah benar, yaitu *value* yang kita pegang.

Ekosistem seperti apa yang bisa kita bangun agar bermanfaat?

Saya mau merujuk pada pemilik kopi Aroma, perusahaan kopi yang didirikan pada tahun 1930 dan sekarang sudah berada di tangan generasi kedua. Pada waktu Howard Schultz pemilik Starbucks datang ke Indonesia, pertama kali yang dia minta lakukan adalah menemui pemilik kopi Aroma ini, namanya pak Widya.

Pak Widya ini tidak bersedia menambah kapasitas produksi kopinya. Kalau ditanya alasannya, beliau balik bertanya, 'berapa kali kita minum kopi setiap hari?'



www.yukbisnis.com

Kalau lebih dari 2 kali, maka itu tidak sehat. Kalau kita minum lebih, maka akan menciptakan *demand* atas kopi juga jadi berlebih, yang akan mendorong penebangan lahan untuk pembukaan perkebunan kopi, penebangan lahan untuk menyediakan kayu bakar, karena pak Widya memasak dengan kayu bakar. Ini akan merusak ekosistem, dan ini kelak akan dimintai tanggung jawab oleh Tuhan.

Itu sangat luar biasa kata-katanya, dan itu terbukti benar, ketika *demand* besar tapi *supply* terbatas, justru membuat *brand*-nya jadi naik, diferensiasi produknya kuat. Kopi Aroma ini sudah sejak 1930 berdiri, setiap kali produksi selalu habis tidak pernah lebih. Mereka tidak tumbuh ke samping, tapi ke atas, sehingga mereka bertahan sampai sekarang dan tidak ada kompetitor yang *head to head* sama Kopi Aroma.

Menurut saya, filosofi kehidupan pemilik kopi Aroma itu sangat luar biasa. Makanya saya punya sekolah *Young Entrepreneur* dengan agenda kunjungan wajibnya itu ke kopi Aroma, biar mereka belajar untuk tidak serakah.

“Howard sendiri terkenal dengan bukunya “Pour Your Heart Into It”, tuangkan hatimu dalam setiap gelas kopi yang kamu sajikan, jadi bisnis bukan masalah duit, tapi masalah keberkahan, hatimu ada di situ atau tidak.”

Bayangkan saja kalau semua pengusaha tidak punya keserakahan untuk melakukan ekspansi berlebih. Karena yang membuat hancur dunia adalah keserakahan, dan itu harus dilawan dengan kecukupan dan kesederhanaan.

Kecenderungan sekarang, kita maunya buka usaha supaya kaya, akhirnya tiru sana-tiru sini, sikut sana-sikut sini. Kita kehilangan ruh dari setiap ‘gorengan pisang’, setiap ‘tuangan kopi’.

Howard sendiri terkenal dengan bukunya “*Pour Your Heart Into It*”, tuangkan hatimu dalam setiap gelas kopi yang kamu sajikan, jadi bisnis bukan masalah duit, tapi masalah keberkahan, hatimu ada di situ atau tidak.

Jadi fondasi suksesnya harus benar, maknanya benar, angka kecukupannya dikecilkan sehingga selalu bersyukur. Mengerti konsep rezeki bahwa tidak akan meleset, dan menjaga keberkahan dalam setiap prosesnya. **M**



DISCOUNT
40%*

EASTWEST KITCHEN
Lippo Mall Lantai 1 ,Sunset Road, Badung - Bali

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!



MEDILAND HYPERLIGHT DISINFECTION ROBOT DISINFEKSI EFEKTIF DAN AMAN UNTUK PERLINDUNGAN PERALATAN KESEHATAN

Berdasarkan jurnal kesehatan yang diterbitkan pada Pubmed tahun 2018, The US Center for Disease Control and Prevention (CDC) mengidentifikasi sekitar 1.7 juta pasien dirawat di rumah sakit terpapar infeksi HAI, dan lebih dari 98.000 pasien meninggal karena infeksi ini (satu di antara 17).

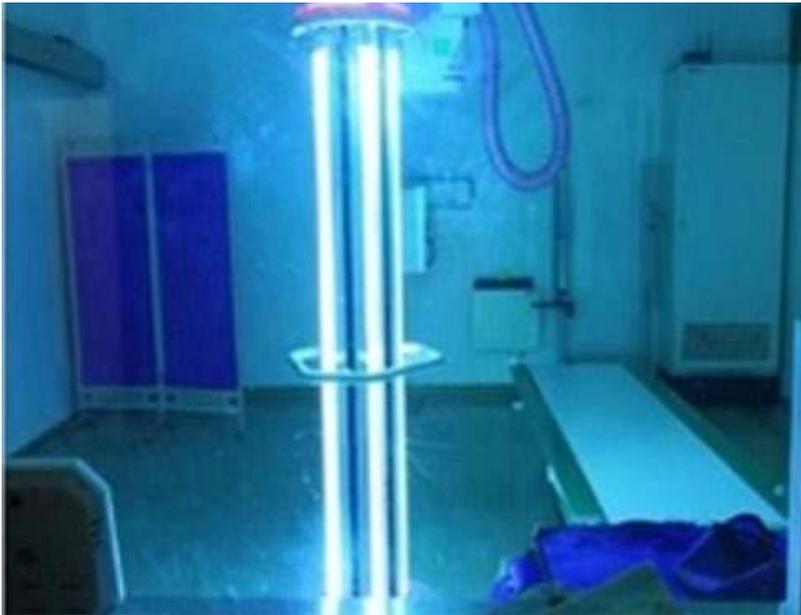


Direktur Utama SURGIKA ALKESINDO dr. Handy Gunawan mengutarakan, “virus dan bakteri menyebabkan semakin tingginya bahaya kontaminasi yang mengakibatkan dunia semakin rentan. Ancaman ini tentu saja menimbulkan implikasi serius karena kontaminasi patogen berbahaya ini juga dapat terjadi di rumah sakit, yang disebut sebagai *Healthcare-Associated Infection (HAI)*, pada setiap peralatan kesehatan di rumah sakit maupun klinik. Resiko ini dapat membahayakan keselamatan tenaga kesehatan dan juga pasien. Terlebih saat ini di seluruh dunia, dan Indonesia khususnya sedang berpacu dengan waktu mengatasi pandemi Covid-19, strain virus corona yang sangat mudah menular.”

Resiko ini meningkat seiring dengan terjadinya pandemi Covid-19, di mana keselamatan para tenaga medis sebagai garda terdepan menjadi taruhan. Oleh karenanya, dibutuhkan solusi untuk mengurangi resiko HAI yang efektif membunuh patogen dan juga aman bagi tenaga medis dan pasien.

Menyadari pentingnya mengurangi resiko HAI, SA menghadirkan Mediland Hyperlight Disinfection Robot, teknologi unggul nan modern untuk mengurangi resiko infeksi yang dapat terjadi di fasilitas kesehatan sebagai senjata dalam menghadapi pandemi Covid-19 dan juga mengantisipasi kejadian serupa di masa akan datang.

Mediland Hyperlight Disinfection Robot merupakan teknologi robot yang secara spesifik didesain untuk mencegah HAI pada setiap fasilitas kesehatan dengan



menggunakan metode disinfeksi *Ultraviolet Germicidal Irradiation* (UVGI). Metode ini menggunakan sinar ultraviolet gelombang pendek (UVC) untuk membunuh atau menonaktifkan mikro organisme dengan menghancurkan *nucleic acids* dan mengganggu DNA mereka sehingga menyebabkan mereka tidak dapat melakukan fungsi selular yang vital.

Mediland Hyperlight Disinfection Robot terdiri dari enam lampu amalgam ultra violet (UV) dan teknologi reflektor berputar yang dipatenkan untuk mendistribusikan secara efektif *output* UVC ke area sekitarnya guna menonaktifkan dan membunuh mikro organisme. Sebuah teknologi terdepan yang mudah, cepat dan tidak memancarkan ozone, serta tidak meninggalkan residu berbahaya, menjadikannya aman bagi lingkungan sekitar. [M&I](#)





SUZANA CHANDRA
Managing Director
Kampoeng Villa

NEW NORMAL PARIWISATA & BALI DI TENGAH PANDEMI

Beberapa hari yang lalu, seorang teman mengatakan bahwa Bali merupakan pulau yang paling ketat ‘peraturan masuk’ nya. Sebelum memasuki Bali, seseorang harus memiliki surat keterangan sehat bebas COVID-19 berbasis PCR atau SWAB tes dengan masa berlaku maksimal 7 hari sebelum tiba di pintu masuk wilayah Bali.

“Kuncinya sekarang ini adalah bertahan dulu dengan segala cara, aturlah *cash flow* kita dengan beberapa level ekspektasi, lakukan restrukturisasi, lakukan penjualan aset kalau perlu, lakukan penghematan di segala bidang, dan yang tidak kalah penting juga rubah bisnis model kita untuk mensikapi pasar yang berubah, lakukan berbagai terobosan yang dapat dilakukan, atau siapkan terobosan atau ide-ide untuk masa *new normal*!”

Peraturan ini diberlakukan sejak 28 Mei 2020. Dan katanya, bagi mereka yang mau masuk Jakarta, peraturan yang sama juga dilakukan. Terbayang *dong*, untuk mereka yang biasanya *weekday* kerja di Jakarta dan *weekend* pulang ke Bali, ini artinya masih belum bisa pulang.

Saya sempat termenung, dengan diberlakukannya peraturan ini. Yang terbayang adalah pariwisata Bali yang masih akan berlanjut ‘sepi dari bisnis pariwisata’, sampai waktu yang belum pasti. Walaupun katanya, pemulihan akan dimulai pada bulan Juni, rasa-rasanya *sih*, kita masih harus menahan nafas dan bertahan di tengah pandemik ini.

Enggak mungkin ya, orang mau ribet test PCR cuma gegara kangen liburan di Bali. Para *local week ender* atau yang biasa curi-curi “hari libur” untuk berlibur ke Bali, kayaknya masih harus membayangkan Bali dalam bentuk virtual atau memori. Makanya, banyak *challenge* yang dilakukan di media sosial, untuk menampilkan foto-foto liburan. Maksudnya mau menghibur hati, mengingat-ingat memori liburan di masa lalu.

Mungkin kita teringat berbagai diskusi hangat di beberapa tahun terakhir, gegara adanya *mass tourism* yang sepertinya terjadi di Bali dan juga berbagai daerah di Indonesia, berbagai pihak berteriak mengatakan bahwa karena ukuran Bali yang kecil dan infrastrukturnya yang relatif tidak memadai, *mass tourism* harus dihindari. Macet dimana-mana, sampah



Sumber Foto : Freepik.com

menumpuk, *loud noises* dari turis, tempat-tempat hiburan yang bermunculan di mana-mana, tingkat kejahatan meningkat, *delay* pesawat yang berlarut-larut karena *runway*-nya cuma satu yang harus dipakai bergantian, belum lagi harga akomodasi yang tertekan (karena *buying power* dari *mass tourism* dan juga terlalu banyaknya *supply* yang tersedia). *Endless problem* dengan adanya *mass tourism*. Dan hampir semua pelaku bisnis pariwisata mengeluhkannya. Suatu masalah yang pada saat itu, Bali seperti tidak memiliki jalan keluar.

Kemudian di bulan Maret 2020 si Pandemi COVID-19 datang, meluluh lantakkan segala perbincangan masalah *mass tourism*. Dengan datangnya si COVID-19, *problem mass tourism* yang sudah menahun, langsung hilang. Tidak ada lagi kemacetan, tidak ada lagi huru-hara dengan turis mabuk, komplain dari tetangga dunia

hiburan yang ribut, tidak ada *delay* pesawat dan tidak ada polusi.

Tetapi bersamaan dengan hilangnya turis (baik domestik maupun internasional) yang datang, hilang pula pekerjaan diberbagai bidang pariwisata beserta bisnis pendukungnya. Bali sepi. Hampir mayoritas hotel di Bali yang berjumlah sekitar 5.000 dengan sekitar 135.000 kamar, kosong melompong. Sebagian besar memutuskan menutup hotelnya dan merumahkan para pekerjanya. Bisnis Bali itu hampir identik dengan bisnis pariwisata. Tanpa pariwisata, hampir semua bisnis di Bali menangis.

Sekarang sudah akhir bulan Mei, sudah 2 bulan lamanya semua bisnis melakukan "*lockdown*", dan sepertinya masih banyak bulan-bulan ke depan yang masih "tidak pasti". Rencana, katanya keadaan akan berangsur normal di bulan Oktober. Ini katanya *Iho*. Hmm jadi bagaimana dong?

Ajakan saya *sih* untuk tetap fokus pada apa yang masih memungkinkan untuk kita lakukan. *Be flexible, be agile*. Secepatnya kita bisa beradaptasi dengan “*new normal*”, secepat itu pula kita bisa mulai menikmati kehidupan *new normal*.

Kuncinya sekarang ini adalah bertahan dulu dengan segala cara, aturlah *cash flow* kita dengan beberapa level ekspektasi, lakukan restrukturisasi, lakukan penjualan aset kalau perlu, lakukan penghematan di segala bidang, dan yang tidak kalah penting juga rubah bisnis model kita untuk menyikapi pasar yang berubah, lakukan berbagai terobosan yang dapat dilakukan, atau siapkan terobosan atau ide-ide untuk masa *new normal*.

Dengan WFH (*work from home*), kita seakan diberikan ekstra waktu untuk memikirkan ide-ide baru. Yang dulunya kita sibuk duduk di tengah kemacetan, sekarang kita bisa duduk minum kopi atau teh atau jamu *mpon-mpon*, dan meng-*exercise* ide-ide yang selama ini hanya disimpan dibenak kita.

Manusia itu diberkahi dengan kreatifitas dan kemampuan beradaptasi. Di masa pandemik ini, saya melihat banyak sekali kreatifitas kita yang terdorong, berbagai webinar dilakukan, *concert online*, *meeting-meeting* dilakukan *online*, *launching online products* seperti yang dilakukan oleh Lestari *mobile banking*, *fitness coaching online*, dan berbagai *virtual product* bermunculan.

Berbagai fenomena menarik juga terlihat, di mana bergesernya sentimen dari persepsi “gadget sebagai anti-sosial”, menjadi “gadget sebagai pro-sosial”. Juga semakin sadarnya kita akan pentingnya



kedekatan dengan keluarga, berolahraga dengan teratur, memilih makanan yang sehat, mencuci tangan dengan benar dan lainnya. Para “kolonial” yang tadinya sudah malas banget menggunakan teknologi, sekarang dipaksa belajar *meeting* melalui Zoom ataupun Google Meeting dan lain sebagainya. Keterpaksaan dan keterbatasan, menjadikan kita mau dan terpaksa belajar sesuatu yang baru.

Dulu, saya selalu tertarik kalau lihat restoran ramai. Sekarang kalau saya melihat supermarket, kantor atau *coffee shop* yang agak ramai, biasanya saya akan menghindar. Ini “*new normal*” bagi saya. Saya merasa “terganggu” pada saat mereka yang dibelakang *counter* tidak memakai masker. *Hmm..* padahal dulu saya anggap yang pake masker *tuh* “rada lebay”. *This is the new normal* buat saya.

Apakah ini berarti *the end of tourism as we know*? Sepertinya ada kecenderungan ke situ ya, sementara itu *stay safe, stay healthy and be flexible*. Badai ini pasti akan berlalu.

M&J

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

#BISA KERJA
DIMANA AJA

#1

**ACCOUNTING
AND TAX FOR
BUSINESS**

#2

**ACCOUNTING,
FINANCE AND
BANKING**

#3

**S1 -
ACCOUNTING
FOR BUSINESS**

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

KARIR SETELAH LULUS KULIAH

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

Kuliah Cepat
Langsung Kerja.,
atau Professional
Bergelar Sarjana?

SEMUANYA BISA!!

AKUBANK COLLEGE

Jl. Dewi Madri III Renon Denpasar

TELP : 082 144 021 868

INFO : Fina 085 237 526 899

Adi 085 333 010 311

Instagram & Facebook @AKUBANK COLLEGE



DAFTAR ONLINE
www.akubank.co.id



Sumber Foto : medinafm.id

ECHA HARAHAAP : DENGAN SINGLE “INDONESIA INDAH”

Musisi dengan nama asli Resa Harahap ini memulai karir musik khususnya Reggae mulai pada tahun 2007. Pria berdarah Batak ini sebelumnya sudah pernah mengeluarkan 2 single.

Sejak kecil, Echa memang sudah bercita-cita ingin menjadi penyanyi terkenal. Ia mulai hobi menyanyi sebagai musisi jalanan, yaitu dengan mengamen di angkutan umum hingga bernyanyi di beberapa kafe di Jakarta. Selain itu, Echa juga sempat aktif dalam dunia modeling, beberapa kali Echa terlibat menjadi model iklan untuk produk-produk dan menjadi model video klip. Dunia seni peran pun pernah dicobanya, Echa berperan di beberapa judul FTV di stasiun TV swasta.

Tapi kecintaannya terhadap musik dan kegigihannya untuk meraih cita-cita sebagai penyanyi profesional, Echa kembali berkarya di dunia musik Indonesia. “Pengalaman hidupku itu membuatku

agak jenuh dan bikin saya pengen balik untuk ngamen lagi. Emang dasar jiwanya memang di musik, ya akhirnya mutusin bermusik lagi. Kali ini, sampai kepikiran mau rekaman karena memang cita-cita awal jadi penyanyi” kenang Echa.

Pada awal tahun 2018, Echa bertemu dengan produser musik yang merupakan salah satu personel band, Nyonk Kunci. Itu salah satu alasan yang bikin saya semangat lagi untuk main musik lagi. Mungkin kalau enggak bertemu dia, saya udah enggak main musik lagi kali hahaha” canda Echa. Alasan Nyonk Kunci bersedia memproduseri Echa Harahap adalah karena Echa memiliki karakter vokal yang berbeda dengan musisi reggae lainnya dan memiliki warna tersendiri.

Kini di tahun 2020 ini, Echa Harahap merilis single kedua yang berjudul “Indonesia Indah”. Di bawah naungan Loteng Musik, Echa tetap percaya diri untuk berjalan di aliran musik Reggae. Lagu Indonesia Indah menceritakan keindahan Negara Indonesia dari semua pulau, laut dan daratan. Echa ingin menyampaikan kepada dunia bahwa Indonesia adalah surga wisata bagi orang-orang yang memiliki hobi *traveling*.

“Banyak lokasi wisata di Indonesia yang harusnya dilirik mata dunia. Indonesia ini enggak kalah dengan negara-negara lain. Echa berharap lagu “Indonesia Indah” ini dapat diterima dengan baik oleh masyarakat luas dan dapat menghibur penikmat musik khususnya pencinta musik reggae. **Mei**

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 aksan 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!





PRIBADI BUDIONO
CEO BPR Lestari Bali

SIAPA TEMANMU, MENUNJUKKAN MASA DEPANMU

“ Kesuksesan ditentukan dari lingkungan tempat kita bergaul. Jika berteman dengan orang yang tepat, maka dapat membawa kita dalam kebaikan dan kesuksesan. Sebaliknya, jika salah pilih, teman juga dapat menyumbang kegagalan di masa depan.”



Sumber Foto : Freepik.com

Jika hari Anda berjalan kacau, siapa yang bisa meringankan hati Anda? Tentunya dengan seorang teman. Ketika Anda harus menghadapi ketakutan, dengan siapa Anda ingin menjalaninya? Tentunya dengan seorang teman. Ketika Anda jatuh, siapa yang menolong Anda bangkit? Seorang teman.

Seorang teman adalah tempat untuk berbagi suka dan duka. Waktu kita akan lebih banyak dihabiskan bersama teman-teman. Tidak salah bahwa masa depan kita banyak ditentukan dengan siapa kita bergaul. Tentunya teman yang mendukung cita-cita kita.

Pertemanan adalah tempat untuk belajar. Belajar memimpin. Untuk memimpin tambahkan pertemanan. Tempat kerja adalah tempat yang paling mudah untuk belajar. Untuk itu jalinlah pertemanan di tempat kerja. Jangan hanya menjadi rekan kerja. Tapi bertemanlah dengan orang-orang yang bekerja bersama Anda.

Pertemanan adalah kerangka sukses. Saya percaya kesuksesan tak mungkin tercapai tanpa keterampilan sosial yang baik. Kunci orang yang berhasil adalah mengetahui cara bergaul akrab dengan sesama. Hubungan yang rukun memungkinkan kita memengaruhi sesama. Pertemanan adalah hubungan paling positif yang bisa dijalankan dengan rekan kerja.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan seseorang dalam mencapai tujuan hidupnya. Salah satunya adalah teman, dengan siapa kita bergaul. Pertemanan ini akan menentukan masa depan seseorang. Dengan siapa kita bergaul, dengan siapa kita menghabiskan waktu-waktu kita itu akan menentukan kebiasaan kita dan masa depan.



Pertemanan ini akan menentukan masa depan seseorang. Dengan siapa kita bergaul, dengan siapa kita menghabiskan waktu-waktu kita itu akan menentukan kebiasaan kita dan masa depan.”

Seberapa rajinnya di bangku sekolah SMA, jika Anda bergaul dengan orang-orang yang malas, dijamin prestasimu akan menurun dan jadi ikut malas. Demikian sebaliknya kalau kita bergaul dengan orang-orang yang rajin, kita akan terpengaruh menjadi rajin. Kalau kita bergaul dengan orang-orang yang suka olahraga, akan membuat hidup kita semakin sehat.

Dalam lima tahun ke depan, seseorang bisa menjadi jutawan karena pergaulannya. Pergaulan kita memberikan pengaruh yang sangat besar dalam hidup. Kita bisa saja jadi pribadi yang lebih baik atau lebih buruk tergantung pada siapa orang yang kita izinkan masuk ke dalam hidup kita. Saat kita bergaul dengan orang-orang yang suka berlaku curang, maka kitapun bisa jadi serupa dengannya. Tapi saat kita bergaul dengan orang bijak, maka kitapun perlahan akan semakin bijak. Pergaulan yang buruk bisa merusak kebiasaan yang baik.



Sumber Foto : Freepik.com

Setiap orang diberi kebebasan untuk memilih. Mau berteman dengan orang yang benar atau berteman dengan orang yang buruk. Meskipun bukan berarti orang-orang buruk harus dikucilkan.

Mengapa memilih teman itu sangat penting? Ini akan menentukan posisi kita ada di mana. Waktu yang kita habiskan banyak bersama-sama dengan teman. Frekuensinya sama. Ini menentukan cara berpikir dan bertindak. Saya ini adalah rata-rata dari teman-teman terdekat saya. Anda menghabiskan waktu dengan siapa saja yang menentukan apa yang Anda pikirkan, lakukan untuk masa depanmu.

Siapa bergaul dengan orang bijak, menjadi bijak. Demikian sebaliknya, siapa bergaul dengan orang yang negatif akan menjadi negatif. Bisa kita bayangkan, kalau kita bergaul dengan penjudi dan pemabuk. Tentu hidup kita akan seperti mereka. Kesuksesan ditentukan dari lingkungan tempat kita bergaul.

Jika berteman dengan orang yang tepat, maka dapat membawa kita dalam kebaikan dan kesuksesan. Sebaliknya, jika salah pilih, teman juga dapat menyumbang kegagalan di masa depan.

Salah satu kunci yang dimiliki orang sukses adalah kemampuannya dalam memilih teman. Tentunya teman yang dapat mendukung cita-cita kita.

Kebanyakan orang rata-rata memilih teman secara tidak sadar. Beda dengan orang sukses. Mereka memilih teman. Mereka tahu yang mau diajak berteman. Mereka memilih teman yang akan membuat mereka menjadi lebih maju. Anda bisa menjadi orang kaya dengan memilih lingkungan yang mendukung untuk itu. Selamat membaca dan semoga terinspirasi. **M&J**



MIRACLE



MIRACLE

DISCOUNT
40%*

MIRACLE AESTHETIC CLINIC
Jl. Letda Tantular No.47A, Renon, Dangin Puri Klod
Denpasar - Bali , dalam

Miracle Aesthetic Clinic membantu Anda mendapatkan tampilan wajah terbaik dengan menggabungkan seni dan ilmu estetika untuk menciptakan kecantikan dan keindahan wajah secara holistik dengan menggunakan metode inovatif dari sudut pandang estetika yang profesional dan ideal. Miracle sudah berdiri lebih dari 23 tahun dengan total 20 klinik adalah bukti bahwa Miracle tetap menjadi klinik estetika terdepan dan terpercaya di Indonesia.

Dapatkan diskon sampai dengan 40% untuk berbagai pilihan perawatan di Miracle Aesthetic Clinic untuk pemegang e-card The Royal dan Lestari First dari BPR Lestari.

Unduh aplikasi Lestari Diskon yang sudah tersedia di Google Store (Android) dan App Store (iOS), untuk dapat melihat syarat dan ketentuan yang lebih detail dan informasi lainnya.



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!



BPRLESTARI



KEDAI SAYUR LUNCURKAN LAYANAN BUSINESS-TO- CONSUMER (B2C)

Merebaknya pandemi COVID-19 membuat pasar produk pangan mengalami shifting demand dari Business-to-Business (B2B) seperti hotel, restoran dan kafe menjadi Business-to-Consumer (B2C).

Hal ini dirasakan pula oleh Kedai Sayur Indonesia, di mana terjadi peningkatan permintaan yang cukup tajam pada konsumen B2C. Penyebaran pandemi

COVID-19 di Indonesia memberikan dampak yang sangat terasa oleh masyarakat Indonesia, khususnya dalam hal kebiasaan berbelanja.

Sebelumnya, masyarakat memilih menghabiskan anggaran belanja guna keperluan konsumsi dan gaya hidup dan melakukan transaksi secara langsung dengan mendatangi pusat perbelanjaan, kini masyarakat cenderung beralih menggunakan kesempatan berbelanja



penurunan permintaan dari pasar B2B, di sisi lain peningkatan yang signifikan terjadi dari pasar B2C atau konsumen rumahan. Terjadinya *shifting demand* tersebut membuat Kedai Sayur dengan sigap melakukan perubahan *flow* bisnis dan meluncurkan layanan baru yaitu B2C demi memenuhi permintaan pasar.

Layanan B2C berupa Aplikasi Kedai Sayur-Sayur dan Lauk Pauk Online telah diluncurkan secara resmi oleh Kedai Sayur dan dapat di unduh secara gratis di Playstore dan Appstore. Tidak hanya melalui aplikasi Kedai Sayur, masyarakat juga bisa mendapatkan produk-produk segar dari Kedai Sayur melalui *official store* Tokopedia dan Blibli.com.

Hadirnya *channel* dan aplikasi baru tersebut diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan selama masa pandemi COVID-19. Kedai Sayur juga memiliki strategi dan langkah untuk menghadapi tingginya permintaan konsumen B2C, di antaranya; melakukan analisis produk *high demand*, *pricing*

untuk memenuhi kebutuhan pangan dan konsumsi sehari-hari dan dilakukan secara daring. Perubahan kondisi ini juga memberikan dampak kepada perusahaan yang bergerak dalam bidang *agritech* seperti Kedai Sayur. Perusahaan *startup* tersebut mengalami peningkatan penjualan khususnya B2C, *traffic social media* dan jumlah unduhan aplikasi Kedai Sayur.

Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah juga memberikan dampak kepada pasar B2B. Adrian Hernanto selaku CEO Kedai Sayur mengatakan bahwa walaupun terjadi

control, memastikan ketersediaan stok langsung dari sumbernya, memperketat *quality control*, dan lain sebagainya agar dapat memberikan layanan terbaik bagi konsumen.

Di tengah pandemi COVID-19 yang melanda, Kedai Sayur juga memiliki atensi yang tinggi kepada masyarakat yang terdampak langsung oleh pandemi. Lapisan masyarakat yang rentan oleh dampak tersebut adalah pekerja harian yang kehilangan penghasilan atau karyawan yang dirumahkan.

Salah satu bentuk atensi Kedai Sayur kepada mereka adalah membuka paket donasi yang akan diberikan kepada masyarakat yang membutuhkan. Hal ini merupakan wujud dari misi kemanusiaan Kedai Sayur. Paket donasi tersebut ditarifkan sebesar Rp. 100.000, yang terdiri dari produk sayur dan sembako. Selain itu, agar distribusi tepat sasaran, Kedai Sayur telah melakukan penyortiran calon penerima donasi dengan kriteria tempat tinggal atau kerja di daerah *red zone* dan



Tidak hanya melalui aplikasi Kedai Sayur, masyarakat juga bisa mendapatkan produk-produk segar dari Kedai Sayur melalui official store Tokopedia dan Blibli.com. Hadirnya channel dan aplikasi baru tersebut diharapkan dapat memberikan alternatif bagi masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pangan selama masa pandemi COVID-19. Kedai Sayur juga memiliki strategi dan langkah untuk menghadapi tingginya permintaan konsumen B2C”

penghasilan terhenti. Kedai Sayur berharap, dengan semua layanan yang diberikan dapat memberikan kontribusi positif kepada masyarakat.

Selain layanan B2B dan B2C, Kedai Sayur juga memiliki layanan khusus bernama Mitra Sayur. Mitra Sayur merupakan pedagang sayur baik itu pedagang keliling ataupun dengan lapak atau kios yang menjadi konsumen Kedai Sayur. Layanan ini pertama kali diluncurkan sejak awal didirikannya Kedai Sayur dengan visi membantu para pedagang sayur meningkatkan bisnis mereka. Saat ini sudah lebih dari tujuh 7 ribu pedagang sayur yang tergabung menjadi mitra Kedai Sayur dan merasakan dampak positif terhadap usahanya.

Untuk memberikan layanan terbaik, Kedai Sayur saat ini telah memiliki dua buah *Distribution Centre* (DC) yang berlokasi di Setu, Jakarta Timur dan juga Cipondoh, Tangerang, dengan pasokan produk pangan segar dari 30 lebih vendor yang terdiri dari petani, pasar induk, dan pasar lokal. 





MISSIBU BALI
 Jl Pantai Berawa No. 99, Canggu, Tibubeneng – Bali

DISCOUNT
40%*



Missibu mengusung konsep yang nyaman untuk keluarga Anda. Terletak di tengah Canggu, lokasi yang cukup strategis ini, Missibu siap menghadirkan sajian kopi terbaik di Bali. Habiskan waktu Anda untuk menikmati hidangan khas Missibu ditemani dengan suasana Bali yang masih alami.

Dapatkan diskon 40% dengan menggunakan e-card The Royal dan Lestari First BPR Lestari untuk menikmati berbagai menu di Missibu.

Silakan unduh aplikasi Lestari Diskon yang sudah tersedia di Google Store (Android) dan App Store (iOS), untuk mendapatkan informasi dan syarat ketentuan lebih lanjut.



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!



SAMANTHA PROJECT GENDERLESS FASHION BERKONSEP KESETARAAN



Bisnis fashion boleh dibilang awet eksis. Karena sandang termasuk kebutuhan primer dalam kehidupan. Orang rela mengeluarkan anggaran khusus untuk kebutuhan membeli pakaian. Seiring perkembangan teknologi dan tren busana, banyak orang mulai peduli pada model baju yang mereka gunakan.



Saya senang bikin desain dan merealisasikannya. Saya senang jika orang mengapresiasi. Ketika mereka bilang suka banget baju dan hasil jahitan saya, rasanya bahagia. Punya usaha ini adalah impian..”

Di kalangan masyarakat tertentu, seseorang bisa mendapat atensi lebih karena tampilan busana yang dikenakan. Mereka dijadikan panutan dalam penampilan di berbagai kesempatan.

Yup, ini tak lain karena busana juga merepresentasikan selera, keunikan, kenyamanan dan kebahagiaan si pemakainya. Berbusana unik dan menarik bisa diwujudkan dengan sederhana. Peluang ini yang ditangkap Martha Nalurita untuk mengisi ceruk dunia *fashion* Kalimantan Timur melalui karya-karyanya. Dengan percaya diri, ia mengenalkan baju-baju rancangannya dan kini jadi desainer yang diperhitungkan di Balikpapan.

Perempuan asli Yogyakarta yang akrab disapa Atha ini sudah bisa menjahit sejak kelas 6 SD. Ibunya, Sri Suwantiyah adalah penjahit, yang membuka jahitan di Jalan Langeran Kidul, Yogyakarta. Sri membuka usaha jahit yang diberi nama Samantha Modiste, terinspirasi nama penyanyi era 60-an, Samantha Jones. Usaha itu satu lokasi bersama dua kakak Atha. Jadi boleh dibilang dalam darah perempuan kelahiran 9 Maret 1982 ini mengalir keluarga besar penjahit.

Perempuan yang pernah berkarir sebagai jurnalis ini memutuskan mengembangkan Samantha Modiste di Balikpapan seiring kepindahannya ke kota itu mengikuti suaminya. Mengusung *brand* Samantha Project, usaha ini berbasis jahit rumahan. Berawal dari idenya untuk membuka usaha modiste jahit busana wanita, namun dengan aktivitas lini beragam. Dengan motivasi menjadi penjahit kekinian.

Atha mengawali usaha rumah jahitnya pada pertengahan tahun 2014, dengan mengusung konsep busana anak. Namun seiring waktu, permintaan malah datang dari kalangan dewasa. Atha pun mulai mengibarkan bendera usahanya dengan nama Modiste Samantha yang kemudian Samantha Project awal tahun 2015.

Samantha Project dikenalkan pada publik saat mengikuti pameran Look Pop Up Market yang digelar di kompleks Mall Balikpapan Baru, awal Oktober 2015. Ia sekaligus memberanikan diri mengisi *trunk show* di puncak acara. Nama usaha itu dipilih sebagai identitas Samantha dengan banyak aktivitas yang langsung atau tidak berkaitan dengan usaha jahit.



Sejak 2018 alumnus Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta ini juga menekuni kain shibori dan mulai menempatkannya sebagai lini usaha kedua. Tak hanya itu, Atha juga membawa Samantha berkolaborasi dengan banyak pihak. Mulai pegiat seni, fotografer, agensi model, penyanyi, komunitas-komunitas, hingga grup band.

Banyaknya permintaan baju dewasa akhirnya membuat Samantha Project mengeluarkan rancangan untuk perempuan dewasa (2016). Di tahun itu juga, Atha fokus pada satu genre, yaitu netral untuk koleksi rancangannya.

Atha menyebut Samantha Project menekuni genre yang mengaburkan garis imajiner dalam gaya berbusana. *Genderless fashion* atau *androgyny* menjadi semangat baru bagi *brand*-nya untuk mewujudkan kesetaraan karakter antara laki-laki dan perempuan.

Atha juga sempat menggelar *show* tunggal bertema Tatag Lanang di Plaza Balikpapan, (November, 2019). Karya-karyanya bermakna filosofis yakni

menonjolkan kebebasan terkontrol dalam mengekspresikan gaya berpakaian tanpa melupakan bagaimana ketika kita dilahirkan.

Busana rancangannya juga pernah dikenakan 28 peserta The Ship for South East Asian and Japanese Youth Program (SSEAYP), yakni sebuah program pertukaran pemuda yang merupakan kerja sama pemerintah negara ASEAN dan Jepang.

Saat ini, istri dari Adi Prasetya ini juga sibuk menjadi pembicara acara seputar *fashion* anak muda. Perempuan yang hobi *travelling* ini sering tampil pada acara peragaan busana dan menjadi narasumber program radio dan televisi. Sebagai mantan jurnalis, Atha juga sesekali menulis, baik di *website* bisnisnya atau blog pribadinya.

Di rumah pribadinya yang juga merangkap *workshop*, Martha Narulita berbagi cerita perjalanannya mengembangkan rumah jahitnya kepada reporter Majalah Money & I, Yeti Kartikasari.

APA YANG BIKIN ATHA TERTARIK MENERJUNI BISNIS *FASHION*?

Pertama, karena cari baju susah. Kedua, saya hobi menjahit. Ingin pakai baju yang berbeda, yang sesuai keinginan, kok saya susah menemukan. Saya kan senang tipikal baju unik, *anti-mainstream*. Akhirnya ya bikin sendiri sajarah, daripada ribet. Kebetulan, sudah bisa menjahit. Hanya saja, belum kepikiran untuk menerjuni usaha jahit. Lalu berlanjut bikin baju. Awalnya khusus baju anak. Tapi yang minat malah orangtua si anak, *he..he..he..*

BAGAIMANA CERITANYA BISNIS BERKEMBANG DAN MULAI DIKENAL?

Saya mengawali usaha jahit akhir 2014. Saat itu masih memakai nama Modiste Samantha. Beberapa bulan sesudahnya, saya coba ikut pameran, dan mulai membawa nama Samantha Project. Jadi, usaha jahit saya kasih nama Modiste Samantha, sedangkan untuk busana kreasi

saya, saya kasih nama merek Samantha Project.

Usaha berkembang karena getok tular, dari mulut ke mulut. Awalnya hanya teman-teman dan tetangga yang menjahitkan baju. Saya pakai medsos instagram untuk membantu pemasaran (@samanthaproject). Seiring waktu, saya putuskan juga untuk membangun *website*.

Bisa dibilang ya repot, terutama punya *website*, apalagi zamannya sudah era Instagram. Tapi itu cara kami, mau repot. Kalau hanya punya Instagram, ya banyak usaha punya. Tapi kalau punya situs, kesannya lebih serius.

Orang akan melihat berbeda jika kami bilang juga punya *website* berbayar. Ibaratnya begini, akun Instagram adalah kendaraan, sedangkan *website* adalah





rumah. Jika di Instagram, penuh foto dan kegiatan kami, maka di *website* lebih banyak artikel. Lewat *website*, juga bisa dibuka Instagram Samantha. Bisa dibilang barangkali ini *website* usaha jahit genre baru di Indonesia, *he..he..he..*

Di *website* itu kami cerita keseharian penjahit, dengan gaya bercerita santai, sebisa mungkin runtut, dan ada sentuhan lucunya, karena kami juga suka baca komik. Seiring waktu, *website* juga mulai banyak dikenal. Namun biasanya pelanggan kenal dulu Instagram kami, baru *website* kami. Samantha mulai banyak dikenal sekitar pertengahan tahun 2016. Instagram mulai kami garap lebih bagus.

MASIH INGAT DESAIN PERTAMA YANG DIBIKIN?

Iya pasti masih ingat. Desain untuk baju anak-anak, ha..ha..ha.., masih ada kok gambarnya di Instagram.

DALAM MENDESAIN BAJU, SIAPA KIBLAT ATHA?

Fashion Jepang. Saya terinspirasi desainer Yohji Yamamoto. Saya juga suka karya-karya Damir Doma, desainer asal Kroasia yang tinggal di Milan. Rancangan mereka *extraordinary*. Keren.

DESAIN APA YANG JADI ANDALAN?

Desain konsep asimetris dan *genderless*. Atau sederhananya, keindahan dalam ketidaksempurnaan. *Genderless*, berarti bisa dipakai semua gender.

SEBENARNYA SIAPA SASARAN MODISTE SAMANTHA DAN SAMANTHA PROJECT?

Kami bergerak di dua ranah. Pertama, usaha jahit Modiste Samantha. Lalu kedua, untuk mengenalkan busana rancangan saya melalui *brand* Samantha Project. Namun secara garis besar, sasarannya ya sama, dari balita, anak, remaja, orangtua, sampai yang tua. Prinsipnya, busana apa pun bisa kami bikin.

BISA DICERITAKAN SUKA DUKA MEMBANGUN BISNIS FASHION SAMANTHA?

Saya boleh cerita dukanya dulu ya. Mengawali usaha itu berat. Benar, saya bisa menjahit. Namun memunculkan lagi *passion* itu butuh waktu. Belum juga bagaimana mendalami cara mengukur baju. Untuk ini saya berguru ke ibu untuk dapat dasar-dasarnya. Selanjutnya, ya pengembangan. Tetap melewati tahapan *trial and error* yang bikin capek. Pernah juga dikomplain pelanggan. Baru dua tahun kemudian atau akhir 2016 ya, saya baru betul-betul punya pakem menjahit.

Sukanya ya banyak. Saya senang bikin desain dan merealisasikannya. Saya senang jika orang mengapresiasi. Ketika mereka bilang suka banget baju saya dan hasil jahitan saya, rasanya bahagia. Punya usaha ini adalah impian saya dulu, yakni bekerja dari rumah. Capek, tapi tetap di rumah. Kalau capek, bisa sejenak tidur. Habis itu ngebut menjahit lagi, *he..he..he..*

BAGAIMANA PROSPEK BISNIS FASHION?

Di Balikpapan boleh dibilang bagus. Namun tantangan juga makin besar. Apalagi kalau dikaitkan bahwa sebentar lagi Kalimantan Timur jadi ibu kota negara. Ini tantangan sekaligus peluang.

SEJAUH INI TANGGAPAN PELANGGAN BAGAIMANA?

Sangat bagus. Semakin banyak yang mengenal kami, baik sebagai modiste atau pelaku usaha *fashion*. Pelanggan terbanyak tetap dari Balikpapan. Baju-baju yang saya unggah di Instagram kadang dibeli oleh orang-orang dari Jakarta, Palangkaraya, Makassar, Bengkulu, bahkan Yogyakarta.

SUDAH PUNYA KARYAWAN?

Saat ini tidak punya. Hampir seluruhnya saya jahit sendiri dan dibantu suami. Saya ada satu teman, tepatnya *partner* kerja, bukan karyawan. Dia kadang-kadang bisa datang ke rumah untuk membantu jika pas ada order banyak dan dikejar waktu. Dulu, saya pernah punya karyawan. Tapi tidak bertahan lama, tidak sampai setahun. Jadi, ya sudahlah. Saya garap saja, bahu-membahu dengan suami.

SEJAUH INI SUDAH BEKERJA SAMA DENGAN SIAPA SAJA UNTUK MEMBESARKAN USAHA?

Belum ada. Tapi saya dibantu beberapa teman. Boleh dibilang kami saling mempromosikan usaha masing-masing.

APA MODAL AWAL ATHA MENGAWALI USAHA?

Saat mengawali usaha, saya pakai mesin jahit konvensional yang sudah dibeli sejak akhir 2012. Pertengahan tahun 2014, saya membeli mesin jahit portabel dan mulai beralih menggunakan mesin jahit itu. Lalu membeli mesin obras portabel. Seiring waktu, alat kerja saya bertambah. Karena beberapa kali saya membuka kelas privat menjahit. Sekarang saya punya tiga mesin jahit portabel, dua mesin obras, dan satu mesin neci.

BISA MENGGAMBARAKAN DIRI ATHA DALAM TIGA KATA SAJA?

Otodidak, *fangirl*, idealis.

PESAN UNTUK MEREKA YANG BERBISNIS FASHION?

Yakin, jangan lupa berstrategi dan amati *trend fashion*. **M&I**



ASET ALOKASI, STRATEGI INVESTASI DI MASA KRISIS

Tahun-tahun terakhir, Indonesia kian akrab dengan krisis, bahkan kali ini pun, Pandemi Covid-19 membawa kita pada cara hidup baru di tengah berbagai perubahan yang masif. Suka atau tidak, ini adalah kondisi yang harus dihadapi oleh siapapun kita tak terkecuali pengusaha.

Majalah Money&I mencoba turut berada di tengah-tengah perubahan ini, dengan menjembatani sejumlah pemikiran solutif sebagai alternatif wacana atas berbagai persoalan yang ada, salah satunya dengan menghadirkan program baru bertajuk Lestari Way yang digagas oleh Alex Purnadi Chandra selaku pendiri BPR Lestari sekaligus pembicara.





“Acara ini bertujuan untuk memberikan referensi ke para Lestarian, yakni karyawan yang merupakan keluarga besar di BPR Lestari Group yang saat ini berjumlah 700an orang, juga kepada *extended family* BPR Lestari dalam hal ini nasabah, serta semua orang yang memiliki keinginan untuk belajar soal *business and wealth creation*,” ujar banker yang sudah lebih dari 28 tahun berkarir ini soal konsep Lestari Way.

Program yang sepenuhnya didukung oleh BPR Lestari ini memang selaras dengan *mission statement* BPR no 2 terbesar nasional tersebut, yakni *Empowering Entrepreneur, Financial Planning for Everyone* serta *Make an Impact*, langkah nyata untuk turut menjadi bagian dari terciptanya perubahan baik di lingkungan sekitar.

Pada episode perdana tanggal 26 Mei lalu, topik yang diangkat adalah “Aset Alokasi, Strategi Investasi di Masa Krisis”. Di mana Alex P Chandra memaparkan secara detail modeling arus keuangan khususnya untuk personal. Di mulai dari pemaparan 3 jenis *income*, sampai pembahasan soal 4 jenis aset. “Ada 3 jenis penghasilan yang bisa diperoleh seseorang, yakni *active income*, *passive income* dan *capital gain*. Yang bisa dialokasikan pada 4 aset investasi, yakni *Cash Reserve*, *Capital Market*, *Business* dan *Property*,” ujar peraih *Marketeers Champions* dari MarkPlus ini.

Seseorang harusnya punya lebih dari 1 jenis *source income*, termasuk *income pasif* yang bisa diperoleh dari investasi. Data menyebutkan bahwa 70% eksekutif justru bangkrut ketika pensiun, karena



hanya memperoleh pendapatan dari satu sumber saja tanpa memiliki aset investasi. Kalaupun memiliki aset investasi, maka penting untuk memahami bahwa instrumen itu memberikan pemasukan. Jika tidak ada pemasukan, dan hanya mengeluarkan biaya, maka investasi itu tak lagi masuk kategori aset, namun *liabilities*.

“Selama ini, banyak masyarakat yang berpikir bahwa semua investasi adalah aset, padahal justru mengeluarkan biaya tanpa ada pemasukan. Bisnis yang merugi atau membeli tanah yang tidak menghasilkan, bukanlah aset, tapi *liabilities*,” jawab Alex P Chandra dalam sesi tanya jawab.

Pendiri BPR Lestari ini pun kemudian menutup presentasinya dengan mengatakan, “rumus untuk mencapai kesejahteraan, adalah mengumpulkan aset, sebaliknya menjadi miskin, dengan mengumpulkan *liabilities*.” M&I



TIPS UNTUK MENDAPATKAN HARGA RENTAL TERBAIK BAGI PROPERTI ANDA

Tergantung dari tipe dan lokasi properti, Anda dapat menyewakan properti sebagai akomodasi rental harian, mingguan, bulanan, bahkan tahunan. Tetapi, apapun tipe penyewaan yang akan diambil, ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mendapatkan nilai rental terbaik.

Pertama, pastikan bahwa properti yang disewakan selalu dalam kondisi prima. Untuk ini diperlukan dana cadangan untuk perawatannya. *Refresh* properti Anda dengan cat warna natural, ganti *furniture* yang lusuh dan rusak, perbaiki kebocoran, ganti kran-kran yang sudah berkarat.

Kedua, pastikan bahwa interior dan dekorasi disesuaikan dengan harga sewa yang diharapkan. Properti yang ingin disewakan dengan harga Rp. 300 juta setahun akan di *furnish* dengan *furniture* dan dekorasi yang lebih tinggi kualitasnya dibandingkan properti yang disewakan seharga Rp. 150 juta.



Ketiga, lokasi dan *rental* properti sekitar akan sangat menentukan harga sewa. Analisa harga *rental* properti di sekitarnya, untuk memastikan bahwa target pasar yang dipilih sesuai dengan permintaan di daerah tersebut.

Artinya, mereka yang memiliki *budget* Rp. 300 juta, tidak akan mencari properti di daerah yang rental sekitarnya seratus jutaan. Demikian sebaliknya.

Keempat, pilih agen properti yang sesuai. Kadang kita hanya mengandalkan teman atau orang yang kita tahu untuk memasarkan properti kita, padahal mungkin saja *cliente*-nya berbeda. Sebaiknya pilih properti *agent* yang sesuai dengan *cliente* yang Anda targetkan.

Artinya, kalau properti akan disewakan dengan harga premium, cek dulu apakah



si *agent* memiliki *listing* properti premium juga?

Kelima, pekerjaan properti *management* yang sesuai kebutuhan. Kalau Anda seorang yang “tidak keberatan untuk ditelpon karena kran bocor, air mati atau internet mati dan lain sebagainya, mungkin Anda hanya membutuhkan *sales agent*.

Tetapi, kalau Anda seperti saya yang enggan diganggu malam-malam dengan *telephone complaint* dari *tenant*, pekerjaan *management* properti. Sehingga, Anda bisa tidur dengan tenang, dan properti atau *tenant* Anda tetap nyaman.

Keenam, properti *management* dan properti *agent* juga dapat diajak berdiskusi pada tahap akuisisi rental properti, sehingga Anda mendapatkan gambaran yang *real* atas properti yang akan Anda beli. Semoga tips ini berguna. *Stay safe and stay healthy.* (ads)

TOP PICK OF THE MONTH :

1. **DISCOUNTED PRICE VILLAS for SALE - 3**
Unit villa location Pecatu - Stunning Villa Close To The Dreamland Beach, Total land size 1.035 m2 - Asking price 10M (GAIA-VS-RS107)
2. **FOR SALE - Commercial building** - premium location Jalan Dewi Sri Kuta - Land size 156 m2 building size 257 m2 - Asking Price 6M (GAIA-RS-RS106)
3. **Jimbaran villas for SALE at DISCOUNT** – Ocean View, Close To Balangan Beach -4 bedroom , Land Size 1720 m2 Building size 520 m2 - Asking price 15M (GAIA-VS-ST0107)
4. **Land for residentials** – Premium Location Close to Nyanyi Beach – Land size 17.5 are - asking price 320 juta / are (GAIA-VR-TR0026)
5. **FOR RENT - Villa** - 2 bedroom villa Located Dewi Sri Kuta, land size 150 m2 - Rental Price 210 Juta / year (GAIA-VR-TR0015)



INVEST • RELAX • ENJOY



GAIA
property

We've Got You Covered

BUYING | SELLING | RENTING | BUILDING

(0361) 894 7420 | 081 239 645 817

GAIAPROPERTYBALI





WWW.GAIAPROPERTYBALI.COM
WWW.ESTIMATORAGOPROPERTY.COM
PT.KAPRI.ARI.PEBALU

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



BEN ABADI
Founder of Ben Abadi
Rapid Profit



Sumber Foto : Freepik.com

“ Revolusi Industri 4.0 menjadi lompatan besar bagi sektor Industri Kuliner, terutama UMKM. Semuanya menjadi serba digitalisasi, tak hanya pada proses produksi namun teknologi dapat dimanfaatkan untuk melahirkan sebuah bisnis kuliner yang dapat dikenal banyak orang dan memiliki cerita yang melekat bagi *audiensnya*.”

BISNIS KULINER 4.0

Revolusi industri 4.0 merupakan fase revolusi teknologi yang mengubah cara beraktivitas manusia dalam skala, ruang lingkup, kompleksitas, dan transformasi dari pengalaman hidup yang sebelumnya. Prinsip dasar revolusi industri 4.0 adalah menggabungkan mesin, alur kerja, dan sistem dengan menerapkan jaringan cerdas di sepanjang rantai dan proses produksi.

Hal ini bertujuan untuk mengendalikan satu sama lain secara mandiri. Perkembangan teknologi yang pesat akan mendorong perubahan perilaku masyarakat, dan peningkatan kebutuhan akan mendorong berubah dan terciptanya peluang bisnis dan pekerjaan baru. Perusahaan berlomba-lomba untuk berlari dari konvensional menuju digital. Contohnya Alibaba yang sekarang menerapkan *digital commerce, digital media and entertainment, teknologi, retail, financial services, customer insight, travel and ticketing, automotive, dan healthcare.*

Kemajuan teknologi dan pesatnya perkembangan inovasi di seluruh belahan dunia telah menghasilkan revolusi yang kita sebut dengan revolusi 4.0. Di mana revolusi tersebut dipengaruhi oleh maraknya perkembangan teknologi serta internet.

Dalam dunia kuliner, strategi Marketing 4.0 sudah mulai banyak dipakai oleh beberapa *brand*. Perusahaan mendorong *customer* untuk meng-*upload* foto makanan atau minuman dan memberikan testimoni atau advokasi secara *online* melalui media sosial. Tujuannya adalah agar calon *customer* yang belum mengenal produk atau yang masih ragu-ragu untuk mencoba, menjadi lebih percaya dan akhirnya mau membeli.

Jadi perusahaan mulai mengoptimalkan peran *customer* untuk menjadi tim penyebar kabar baik. Banyak tawaran menarik yang diberikan kepada *customer* agar mereka mau bercerita melalui media sosial, seperti diskon langsung, *voucher* makan selanjutnya, dan cara-cara lainnya.

Revolusi Industri 4.0 menjadi lompatan besar bagi sektor Industri Kuliner terutama bagi para UMKM. Semuanya menjadi serba digitalisasi, tak hanya pada proses produksi namun teknologi dapat dimanfaatkan untuk melahirkan sebuah bisnis kuliner yang dapat dikenal banyak orang dan memiliki cerita yang melekat bagi *audiens*-nya. Sejauh ini menurut data Ekonomi Bisnis, hanya sekitar 20% produsen makanan dan minuman yang siap untuk menerapkan industri 4.0.

Dan untuk saat ini pun persaingan dunia kuliner yang demikian ketat menuntut

mereka harus bisa memanfaatkan *customer* dan semua pihak terkait untuk mau bekerjasama meningkatkan *brand awareness* secara *online* dan *offline*. Jadi jangan heran jika saat ini banyak *brand* menggunakan jasa *food blogger* untuk meningkatkan *brand awareness* dan angka penjualannya. *Budget marketing* yang dimiliki perusahaan mulai banyak dialokasikan dalam dunia *online* karena mereka yakin bahwa *netizen* punya potensi yang besar.

Ingat, bahwa Marketing 4.0 tidak hanya bicara tentang strategi *online* tetapi juga *offline*. Jadi pebisnis harus tetap memikirkan *brand activation* agar bisa bertemu langsung dengan *customer*. Biasanya setelah acara *offline brand activation* dilaksanakan, maka acara tersebut harus dikomunikasikan secara *online*. Ini juga akan membuat konten yang ada di media *online* semakin menarik dan yang paling penting agar *netizen* juga mengerti semua acara *offline* yang diadakan oleh perusahaan.

Pebisnis harus mulai berani melakukan gebrakan dan membuat strategi yang berbeda dengan kompetitor. Jangan selalu berpikir yang pada umumnya, tetapi harus membuat strategi yang *out of the box* baik untuk *online* maupun *offline*. Dalam menghadapi industri 4.0 para pelaku UKM harus mampu beradaptasi dengan kemajuan teknologi agar tidak tertinggal oleh yang lain. Pelaku UKM diharuskan memahami teknologi setidaknya untuk mempertahankan usahanya, jika tidak mampu bersaing, kemungkinan gulung tikar sangat besar. [M&I](#)

OTANG VS OTRIK



Tinggal di rumah lebih lama membuat banyak orang mencari kesibukan baru untuk mengatasi kejenuhan selagi pandemi Covid-19, salah satunya mengeksplorasi hobi masak atau membuat kue. Kegiatan baru ini banyak digemari karena hasilnya dapat langsung dinikmati. Apalagi buat penghobi “cekrek-cekrek”, bisa langsung membagikan gambar dan resep yang dibuat pada laman sosial medianya.

Salah satu perlengkapan ‘tempur’ di dapur, adalah oven, terutama untuk memanggang. Sejauh ini ada beberapa jenis oven yang beredar di pasaran, sehingga perlu ketelitian sebelum Anda membelinya. Pastikan agar sesuai dengan apa yang diinginkan, baik itu dari fungsi maupun bentuknya. Berikut 2 jenis oven yang umum dipakai sebagai referensi sahabat baru Anda di dapur.

OVEN TANGKRING ALIAS OTANG

Kenapa dijuluki oven tangkring, memang karena oven ini hanya akan berfungsi kalau dia “nangkring” di atas sumber panas,



Sumber Foto : Freepik.com

baik itu kompor maupun arang. Oven ini terhitung benda melegenda, selain sangat akrab dengan generasi nenek-nenek kita zaman dulu, sekarang pun si otang masih jadi *best seller* untuk kalangan *baker* muda pemula.

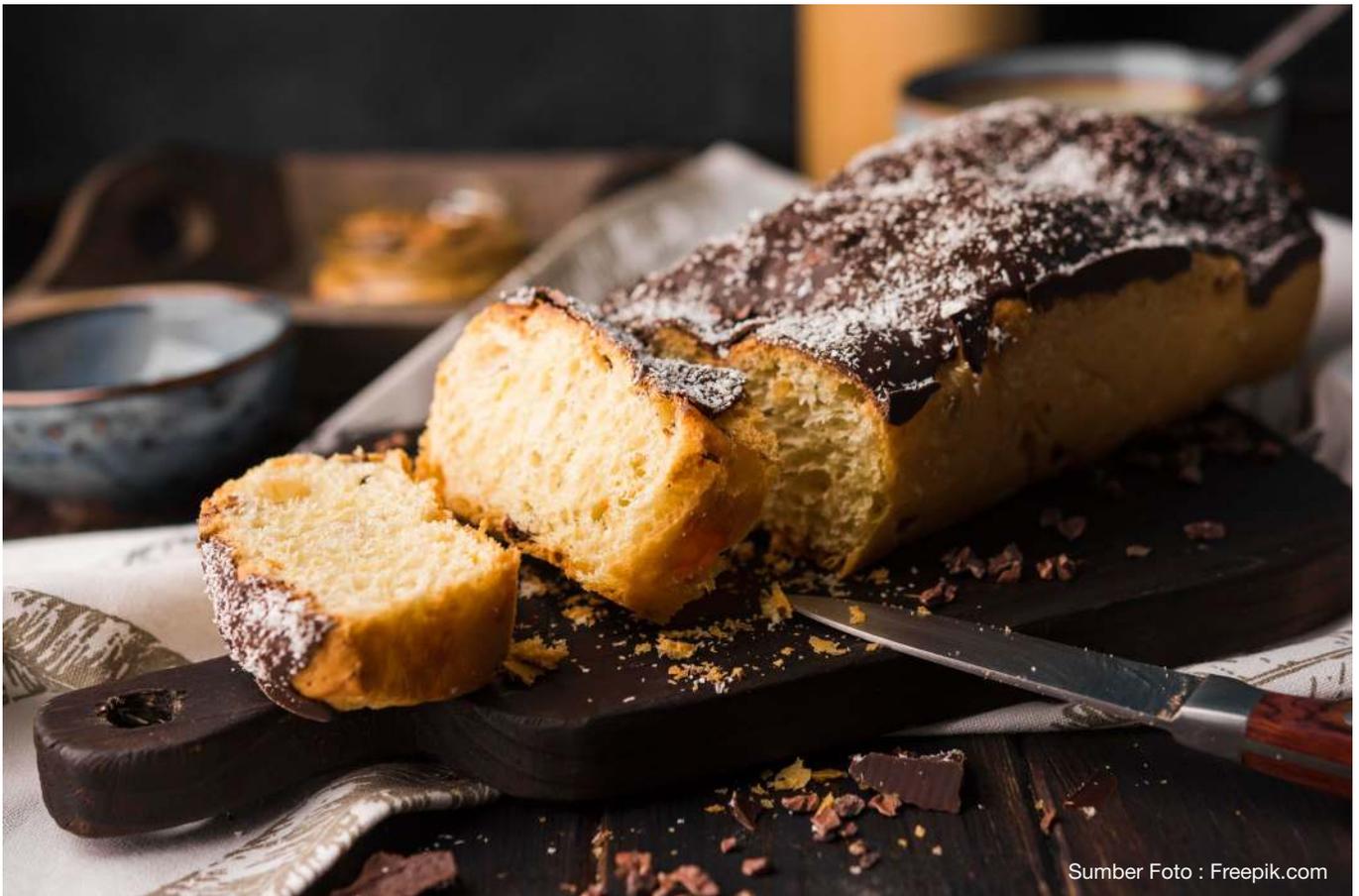
Bahan baku otang biasanya adalah aluminium, sehingga awet dan tahan karat. Otang sendiri ada 2 jenisnya, yaitu otang dengan cekungan di atas yang berfungsi untuk memberikan tempat meletakkan sumber panas di atas (arang), dan otang yang hanya menggunakan panas bawah saja.

Zaman dulu otang tidak dilengkapi dengan alat pengukur suhu, sehingga kepiawaian *baker* untuk mengatur panas kompor atau bara apinya sangat diuji. Saat ini otang sudah dilengkapi dengan pengukur suhu, sehingga lebih memudahkan saat

digunakan. Bahkan sudah ada pula otang yang dilengkapi dengan alat untuk memanggang ayam sebagaimana oven listrik.

Otang bisa dibilang lebih praktis digunakan siapa saja karena sumber api bisa menggunakan arang, kompor minyak maupun kompor gas, tapi tidak bisa dengan kompor induksi tentunya. Namun yang perlu diperhatikan, ukuran tangkring yang digunakan harus sesuai dengan besar si otang agar bisa diletakkan dengan stabil.

Peletakkan otang juga harus benar, agar panas yang dihasilkan bisa merata. Juga harus dipastikan otang Anda memiliki sumber panas atas, sehingga ketika harus memanggang kue yang perlu suhu permukaan yang tinggi semacam resep lapis legit, bisa mendapatkan hasil yang lebih rata kematangannya.



Sumber Foto : Freepik.com

Harga otang juga sangat bervariasi, mulai sekitar Rp. 500 ribu sampai jutaan tergantung ukuran dan mereknya.

OVEN LISTRIK ALIAS OTRIK

Yang kedua adalah oven listrik. Sebelum membeli otrik, sebaiknya Anda memastikan berapa besar daya listrik di rumah, agar bisa menyesuaikan ukurannya dengan daya listrik yang ada. Atau kalau pun kita tidak mengerti, bisa bertanya pada penjualnya, ukuran mana yang pas untuk daya listrik rumah kita. Ini penting, jangan sampai masakan Anda tidak matang dengan sempurna dikarenakan listrik yang bolak-balik mati ketika proses memanggang.

Sebagaimana otang, otrik juga tersedia dengan berbagai macam ukuran dan

harga. Namun untuk beberapa hal, ada yang tidak tersedia pada otang, contohnya untuk memanggang Rotisserie (satu ekor ayam utuh). Apalagi kalau mau ayamnya diputar-putar layaknya biasa kita jumpai di swalayan, tentu saja tidak bisa dilakukan dengan oven jenis ini.

Dari segi desain dan tampilan, otrik tampak lebih cantik dan rapi ketika Anda meletakkannya di dapur. Juga memudahkan ketika sewaktu-waktu ingin digunakan. Konsumsi listrik otrik berkapasitas kecil sekitar 300 W, namun itu tergantung merek si otrik juga. Itulah kenapa sebelum menjatuhkan pada satu pilihan, ada baiknya kita mencari info terlebih dahulu soal dua pilihan oven untuk mengisi waktu kita di masa pandemi. *Happy cooking.* 



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

DISCOUNT
30%*

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



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

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



Ingin miliki kartu ini? Tanya Lestari Diskon 082289892266

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

Download Aplikasi Lestari Diskon sekarang!





OLSERAPOS : HADIRKAN FITUR TAKE AWAY & DELIVERY UNTUK MEMBANTU OWNER F&B TETAP BERJUALAN SECARA ONLINE

Pelaku usaha mana yang tidak pusing di masa Physical Distancing ini? Di samping ingin memprioritaskan keselamatan diri dan para karyawan, mereka sedang berpikir keras bagaimana agar dapat tetap berjualan. Terlebih belum ada yang dapat memastikan berapa lama lagi masa pandemik ini akan berlalu, bisa sebulan, dua bulan, atau hingga akhir tahun.

Semua pelaku usaha sangat sadar, bahwa “Zero Productivity” atau tutup total bukanlah solusi jangka panjang. Semua pebisnis menunggu waktu untuk bisa membuka gerai kembali dan mencari alternatif menjaga omzet penghasilan. Tidak profit sekalipun bukan masalah, namun paling tidak dapat memenuhi kebutuhan hidup keluarga dan karyawan hingga masa sulit ini berlalu.

Namun bagaimana agar tetap dapat berjualan, apabila masyarakat dihimbau untuk tetap dirumah? Bagaimana dapat berjualan jika toko dan restoran sepi tanpa pengunjung?

Setiap kesulitan ada kesempatan dan setiap permasalahan ada solusi. Sadar atau pun tidak, kita mulai melihat banyak usaha mulai beralih kepada layanan antar gratis bagi setiap pesanan yang diterima, dan ternyata cara ini cukup efektif. Benar bahwa pada saat *physical distancing* dan WFH sekalipun, setiap orang tetap perlu memenuhi kebutuhannya, apalagi kebutuhan yang mendasar yaitu makan. Hal ini menjadi satu peluang baru bagi pelaku F&B yang dapat menawarkan jasa *delivery*, terlebih gratis, untuk mendapatkan ceruk pasar, *survive*, bahkan berkembang lebih besar dibanding sebelumnya.

OlseraPOS sebagai rekan *Point of Sale* yang dipercaya oleh para pelaku usaha di Indonesia berusaha untuk menghadirkan solusi kongkrit. Setelah sebelumnya memberikan komitmen untuk menihilkan biaya pemakaian selama *merchant* harus tutup operasional, kini OlseraPOS resmi meluncurkan fitur Olsera *Online Order*, yang merupakan paketan fitur yang akan terdiri dari *Dine In*, *Reservation*, *Take Away* dan *Delivery*.

Novendy, Co-Founder OlseraPOS menegaskan, “tim kami bekerja keras untuk mewujudkan fitur *Take Away & Delivery*, karena kedua fitur inilah yang benar-benar dibutuhkan oleh para *merchant* saat ini untuk bisa produktif, dengan tetap memperhatikan kebijakan *physical distancing* sesuai himbauan dari pemerintah.”

Dengan fitur *Take Away*, pelanggan dapat melakukan pesanan dari rumah untuk kemudian menjemput pesanan tersebut di toko atau restoran, meniadakan kebutuhan

untuk menunggu pesanan di tempat yang menjadi momok bagi sebagian besar orang akhir-akhir ini.

Lebih lanjut Novendy menekankan bahwa fitur *Delivery* akan menjadi solusi yang paling membantu. “*Merchant* dapat menentukan jam antar dan jarak antar gratis yang dikehendaki. Walaupun toko, restoran tidak menerima tamu sekalipun, mereka tetap dapat *generate sales*. Tetap mendapatkan penghasilan dengan kemudahan pemesanan yang diberikan kepada pelanggan untuk *take order* dari rumah, dan pesanan terhubung langsung ke *Point of Sale* Olsera yang mereka gunakan,” tambah rekannya Ali, yang juga *co-founder* OlseraPOS.

OlseraPOS berkomitmen memberikan fitur ini secara gratis, tanpa biaya tambahan kepada para *merchant* baik yang telah menggunakan layanan *software* kasir Olsera maupun yang belum sekalipun.

“Meningat sekarang adalah masa sulit, kami tidak ingin mengambil keuntungan, juga tidak ingin membeda-bedakan mereka menggunakan layanan kami ataupun kompetitor,” Imbuh Novendy.

“Prioritas kami adalah bagaimana agar dapat membantu para pebisnis F&B agar tetap produktif, mampu melalui masa-masa sulit ini, bahkan memanfaatkan kesempatan ini sebagai momentum untuk menjangkau lebih banyak pelanggan. Kami mempersilahkan semua pemilik gerai, toko, restoran, rumah makan untuk memanfaatkan fitur ini. Tim kami siap membantu semaksimal mungkin,” tutup Novendy. M&I



KARIR 'ZOOM' ERIC YUAN

BERAWAL DEMI CINTA,
BERAKHIR SEBAGAI BILLIONAIRE

Idenya berawal dari hal “recek”, ketemuan gebetan karena long distance relationship alias pacaran terpisah jarak. “Saya pertama kali memikirkan Zoom saat menjadi mahasiswa di China. Saya harus menggunakan kereta selama 10 jam untuk menemui seseorang, yang sekarang menjadi istri saya,” kata Eric Yuan sebagaimana dikutip dari bbc.com.

Yuan adalah *new billionaire*, yang sebelum tahun 2020, relatif tak banyak dikenal publik, bahkan tidak tercatat dalam jajaran orang terkaya. Namun berkat aplikasi besutannya yang bernama Zoom, pundi-pundinya meningkat pesat.

Mayoritas kekayaannya sebesar US\$ 7,57 miliar diperoleh dari 19% sahamnya di Zoom. Kini namanya berada di posisi 225 dari 500 orang terkaya di dunia versi Bloomberg.

Zoom sendiri adalah perangkat videoteleponi dan obrolan daring untuk telekonferensi, bekerja jarak jauh, belajar jarak jauh, dan berhubungan sosial. Dan ketika dunia dihadapkan dengan pandemi, yang mengharuskan masyarakatnya bekerja dan belajar jarak jauh, menjadikan Zoom sebagai salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan.

Di usia 22 tahun, Eric menikah dengan pujaan hatinya, ketika itu dia juga sedang menempuh pendidikan untuk memperoleh gelar Master, setelah sebelumnya dia lulus dari Shandong University of Science & Technology jurusan Matematika dan Ilmu Komputer. Dia juga masih konsisten dengan keinginan bahwa suatu hari akan mendirikan sebuah perusahaan dalam bidang teknologi komputer.

Setelah sebelumnya bekerja selama 4 tahun di Jepang, Eric akhirnya berhasil ‘hijrah’ ke Amerika. Proses perpindahannya tak gampang, butuh 2 tahun dan 9 kali mencoba sampai visa-nya diterima imigrasi AS.

Eric Yuan muda datang ke Amerika Serikat sebagai kebanyakan orang yang memiliki



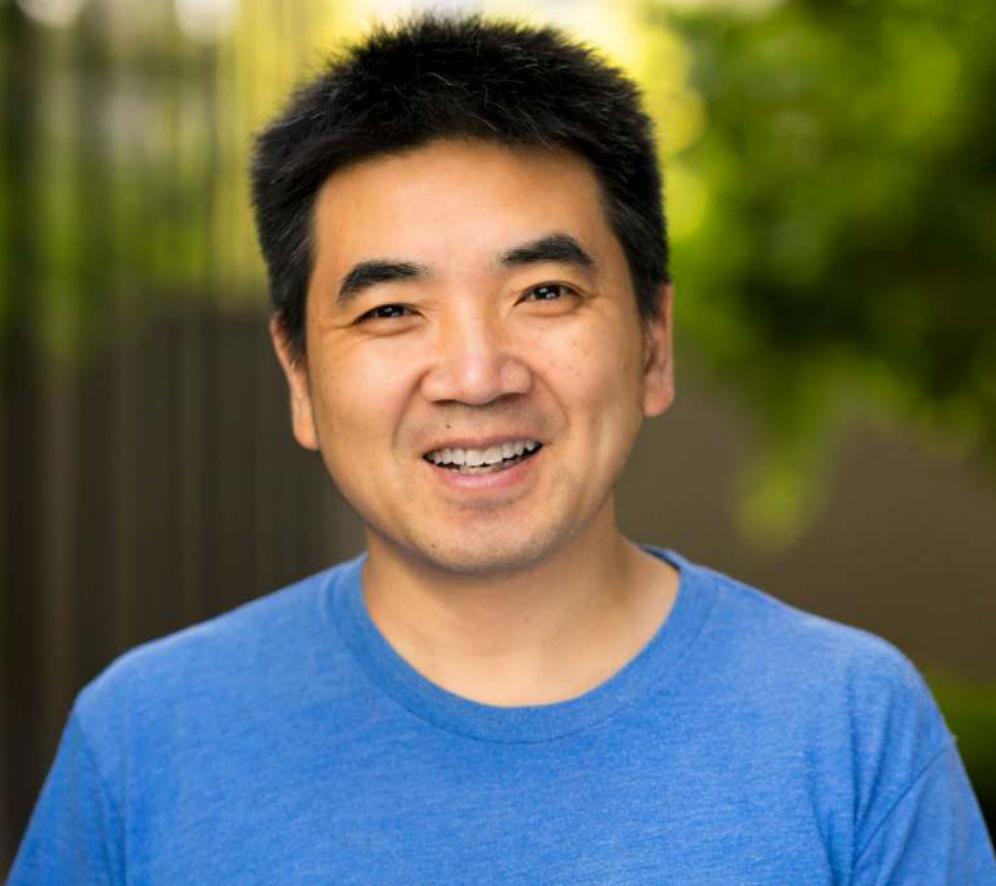
mimpi untuk tinggal dan bekerja di sana. Menetap di China baginya tidak cukup untuk mewujudkan cita-citanya di bidang teknologi informatika (TI). Dia melihat perkembangan internet saat itu tengah pesat, dan merasa bahwa ke sanalah dunia akan terus bergerak.

Belum lagi dengan fakta bahwa banyak perusahaan bidang TI yang tumbuh dan berkembang menjadi raksasa bisnis baru berasal dari negeri Paman Sam tersebut, semakin mantaplah langkah Eric untuk mengikuti jejak orang-orang seperti Bill Gates.

Di usianya ke 27, ia memulai karirnya di Sillicon Valley, mengurus kode *software*. Kemudian bekerja sebagai programmer di perusahaan WebEx selama 10 tahun, sampai perusahaan tempatnya bekerja ini diakuisisi Cisco Systems dan menjadikannya pimpinan bagian *engineering*.

Di tahun 2011, ia kemudian memperkenalkan idenya soal Zoom ke para eksekutif Cisco. 'Untungnya', ide itu ditolak, karena dianggap sebagai bisnis yang telah jenuh tanpa ada ruang bagi pemain baru.

sumber : www.content.thriveglobal.com





PROFILE / FRONT OF MIND

Eric memutuskan untuk meninggalkan perusahaan tersebut dan bersikeras mewujudkan ide lamanya ini. Dengan modal dana dari teman dan keluarga, ia berhasil menjadi pengusaha dengan mendirikan Zoom Video Communications, Inc. (Zoom) yang kini berkantor pusat di San Jose, California. Usaha ini kemudian berkembang dan mulai *go public* tahun 2019 silam. Dan ketika pandemi terjadi, di mana sektor *financial* terpukul, harga saham Zoom justru naik hampir 14%.

Di mulai dari Desember 2019, perusahaan ini mencatat 10 juta pengguna sehari, kemudian di bulan Maret 2020, dengan 200 juta pengguna. Pada bulan April lalu tercatat 300 juta pengguna, termasuk di antaranya masyarakat Indonesia yang beramai-ramai menggunakan aplikasi ini untuk belajar-mengajar sekolah maupun bekerja.

Eric sendiri termasuk pengusaha yang hanya melakukan perjalanan bisnis

sebanyak 8 kali dalam 5 tahun untuk melakukan pertemuan-pertemuan penting dengan perusahaan besar ataupun kecil, karena selebihnya, ia lakukan melalui Zoom.

Sejumlah pakar menganalisa, bahwa tingginya penggunaan Zoom karena aplikasi ini mudah digunakan. Sekalipun ada isu soal keamanan yang sempat diragukan, namun tidak menghentikan Zoom berkembang.

Dengan sejumlah perbaikan yang dilakukan, Zoom memang pada akhirnya tepat sebagai pilihan untuk masyarakat tetap produktif di tengah pandemi.

Mungkin eksekutif di Cisco tidak salah, ketika mereka menolak ide Zoom karena pemain di industri ini sudah cukup, seperti Skype dari Microsoft atau Google Hangouts. Namun Yuan membuktikan bahwa Zoom bisa menjadi pilihan terbaik sekalipun di antara pemain kelas kakap lainnya. [M&I](#)

sumber : www.i1.wp.com



BREAKING Batu Tahun dengan Tambah Mesin Cuci di Bassura Mall ▶ UOB Indonesia Hadirkan 'Game of Crown' Sebagai Kampanye Promosi Kartu Kredit A 2:04:02



Arp Frique & Family - Menggoyang Semarang
Diinisiasi Pusat Kebudayaan Belanda Erasmus Huls, grup band Arp Frique & Family asal Rotterdam, Belanda d...



INTERVIEW

NEWS



AIGC
ITS Raih Penghargaan Internasional Bidang Lingkungan Tawarkan Solusi Hadapi Asap dan Koramik Ramah Lingkungan
November 22, 2019



Mercer: Indeks Sistem Pensiun Indonesia Menurun
October 23, 2019

MONEY&I VOL 117!



NEWSLETTER

Subscribe to our email newsletter.
Email address:

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows



DAPATKAN E-MAGAZINE DI :



Available on:
<https://www.gramedia.com/>



www.moneyinsight.id

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

Wijaya Platinum Skincare telah berdiri sejak tahun 20015. Hingga kini sudah memiliki 29 cabang dengan lebih dari 15 partner di Indonesia, termasuk Kota Denpasar. Dengan berbekal pengalaman dan produk-produk terbaik serta inovasi terbaru, Wijaya Platinum Skincare hadir bagi Anda yang ingin mencari solusi terbaik untuk kesehatan kulit dan kecantikan.

Nikmati diskon 40% untuk perawatan Nano Light, Ice Cell, dan Facial Microdermabration khusus untuk pemegang e-card The Royal dan Lestari First dari BPR Lestari.

Untuk detail informasi serta syarat dan ketentuan, silakan unduh aplikasi Lestari Diskon yang sudah tersedia di Google Store (Android) dan App Store (iOS).

DISCOUNT
40%*



WIJAYA PLATINUM CLINIC
BALI

WIJAYA PLATINUM CLINIC

Ruko Renon Arcade, Jalan Raya Puputan No 98 C
Renon, 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!

