Volume IV 2019

mandiri prioritas

sport industry

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
private

preserving and maintaining
your assets for future generations

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

protect your asset | **grow your asset** | **succession of wealth for future generations**

mandiri call 14000

Bank Mandiri is registered and supervised by Indonesia Financial Services Authority OJK

editorial

Pembaca yang budiman,

Hari ini, kita sudah memasuki 'arena' tahun 2020. Selayaknya kita mengevaluasi kinerja tahun lalu sembari bersiap-siap mengarungi periode dengan laju ekonomi yang diprediksi makin berat. Sejauh ini, tantangan ekonomi global masih berkisar pada perang dagang AS dan Tiongkok serta potensi resesi di sejumlah negara maju. Dari domestik, persoalan yang dihadapi, di antaranya kemampuan SDM dan isu ketenagakerjaan.

Bersikap optimis tentu akan membangun afirmasi dalam diri sehingga kita tetap mampu berupaya mencetak prestasi di tengah ketidakpastian ini. Ibarat *striker* sepak bola, mental *goal getter* yang Anda miliki akan menempatkan Anda pada posisi yang berpeluang besar untuk melesakkan bola ke dalam gawang.

O iya, pada edisi yang mengawali tahun baru ini, kami mengulas seputar dunia olahraga yang telah menjelma sebagai industri yang cukup fenomenal. Sektor olahraga ternyata memiliki spektrum cukup luas. Selain mampu mengharumkan nama bangsa dalam ajang kompetisi, juga dapat memberikan kontribusi terhadap perekonomian negara. Sebagian dari Anda mungkin sudah 'bertanding' di sektor ini. Nah, kami harap, Anda bisa menjadi 'pemain' yang menentukan di industri olahraga tanah air.

Selamat Tahun Baru 2020, semoga kesuksesan selalu menyertai Anda!

Selamat membaca...!

HERY GUNARDI
Direktur Consumer & Retail Transaction

"Citius, Altius, Fortius."
– Pierre de Coubertin

redaksi

Dewan Redaksi
Elina Wirjakusuma
Pandu Dewantara S.

Redaktur Pelaksana
Dian Puspasari
Raditya Narita
Fahmi Abdul Aziz
Randy Andrian
Agus Santoso

diterbitkan oleh

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

bekerjasama dengan

GC Creative House (GCM Group)
Jl. Sukabumi No.36, Menteng
Jakarta Pusat 10310

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

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

OPTIK MELAWAI +6221 532 1111
Orlando Bloom
#BOSSeyewear
BOSS
HUGO BOSS

Cover : Shutterstock

8 trend
Newfangled Direction

9 trend
Contemporary VS Classic

10 inspiration
Run for Your Life

12 priority event
Concours d'Elegance
Memukau Pencinta Otomotif Tanah Air

15 priority event
Bank Mandiri & Mercedez-Benz
Golf Tournament
Playing while Collaborating

19 priority event
Designer Tina Andrean
Memperkenalkan Koleksi
Indahnya Wastra Indonesia

20 priority event
Beauty Investment

22 priority event
Market Outlook 2020
Tetap Optimis di Tengah
Tantangan Global

30 fashion notes
Kolaborasi yang Dinanti

32 beauty news
10 Parfum Terkini
Layak Koleksi

34 nutrition fact
Nutrisi Tepat Turunkan
Kolesterol & Darah Tinggi

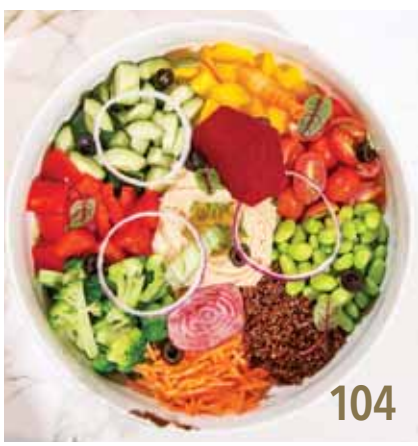
36 highlights
Sebuah Spirit Baru Bernama Sport Tourism

42 today's business
Seberapa Menjanjikan Bisnis
di Sektor Olahraga?

48 success story
Servasius Bambang Pranoto
Berkah yang Tak Pernah Putus
dari Minyak Kutus Kutus

contents

Volume IV 2019



52 success story
Stella Rissa
Bersinar di Usia Muda

56 success story
Reni Sitawati Siregar
Menemukan Titik Balik
di Bisnis Logistik

60 wealth management
Economic Outlook 2020
#Optimism

65 lifestyle
Yuk, Selami Dunia Bawah Laut!

70 lifestyle
Dari Berlangganan Gratis
Majalah Rolling Stone Berlipat
Hingga Puluhan Juta Dolar

76 health & fab
6 Fakta Penyakit Alzheimer
yang Anda Wajib Tahu

80 automotive
Jet Darat Legendaris

86 who's who
Para Midas di Dunia Olahraga

90 home
Desain Ruang Olahraga Pribadi
di Rumah

94 leisure
Tokyo: The Unforgettable City

100 art
Seni Serat, Seni Warisan Bangsa

104 culinary
In Living Color:
Having Breakfast with Style

108 feng shui
Dinamika di Tahun Tikus Logam

110 techno
Start Stealer

112 promo

114 airport services

110

True Love

Ricardo Tisci, *Chief Creative Officer* **Burberry** merasa mendapat dukungan penuh dari berbagai pihak sejak bergabung dengan rumah mode tersebut, yang dirasakannya sebagai salah satu bentuk cinta yang memberi kehangatan dan kebahagiaan. Oleh karena itu, pada kampanye koleksi terbaru Burberry Holiday, ia menggambarkan kebersamaan tersebut bersama fotografer **Mert Alas** serta **Marcus Piggott** serta tokoh lain, seperti **Carla Bruni**, **Sasha Pivovarova**, **Fran Summers**, **Shay**, **Ikram Abdi Omar**, **Lea T**, **Boychild**, **Wu Tsang**, **Cecilia Chancellor**, **Marina Morena**, **Mahmood**, **Ruben Loftus-Cheek**, **Zhou Dongyu**, dan **Yoo Ah-in.**

Ode to Berlin

Max Mara menggelar koleksi Resort 2020 di Museum Neues yang beresonansi dengan filosofi *brand* sekaligus memperingati 30 tahun runtuhnya tembok Berlin. Sebagai bentuk penghormatan pada Kota Berlin, tercipta Berlin Coat yang berwarna putih dan *tailored*. Pemberian bordir bunga mempertegas bagian bahu dan terinspirasi pada porselen pada Meissen yang merupakan lambang keterampilan Jerman.

NEWFANGLED DIRECTION

Lakon klasik dengan nafas modern demi memusatkan pada generasi muda.

Pop Twist

Pada musim ini, tas seri **Twist** dari **Louis Vuitton** menghadirkan desain beragam yang mengambil inspirasi dari banyak hal berhasil akhir segar dan modern. Salah satunya Twist MM yang terbuat dari kulit dicetak Monogram LV Pop berwarna *fluorescent*, pada kunci LV berwarna biru dan hijau dengan pembubuhan *guilloche* serta dengan keseluruhan metal berwarna perak.

Nike x PEACEMINUSONE

Nike melakukan kolaborasi teranyar dengan **PEACEMINUSONE** atau merk pakaian ciptaan **G-Dragon**, penyanyi *hip-hop* asal Korea Selatan. Sepatu bernama Para-Noise ini terbuat dari bahan kulit premium dengan dibubuhi karya seni ciptaan G-Dragon dan ditutupi cat hitam yang akan luntur seiringnya waktu. Dilengkapi juga bordir bunga aster atau *daisy*, pin yang dapat dilepas, *lining* berwarna putih, sol dalam yang dicetak , dan sapuan kuas cat hitam pada sol luar.

Foto: dok. istimewa

Soonow

Merek jam tangan mewah asal Swiss, HYT menciptakan jam tangan terbaru dari seri lini terbatas SOONOW. Meksiko dan perayaan siklus kehidupan manusia yang disebut "Dia De Los Muertos" atau Day of the Dead menjadi inspirasinya kali ini. Seri ini hadir dalam 5 warna yang menggabungkan seni dan sains dalam tradisi pembuatan jam tangan Swiss. Penunjuk jam menggunakan cairan dalam sebuah pipa kaca *borosilicate* dengan *nano-coating* yang membentuk tengkorak, *case* dari *stainless steel*, *dial* dari titanium dengan 937 perforasi, serta 313 jarum emas 18 karat.

Subtle Details

Baume et Mercier menghadirkan arloji pria Clifton Baumatic yang berdetail elegan dan kemewahan yang subtil. Jam terbaru untuk akhir tahun 2019 ini hadir dengan *case* bulat terbuat dari emas merah muda 18 karat, *dial* berwarna putih *porcelain-finish*, mesin otomatis BAUMATIC bersertifikat COSC, penunjuk tanggal pada jam 3, dan *strap* terbuat dari kulit buaya.

Roman Gioielli

Cinemagia merupakan koleksi perhiasan mewah terbaru **Bvlgari** yang merayakan kedekatannya dengan dunia perfilman. Berkiblat pada ragam maha karya di layar perak, Cinemagia memberikan kreativitas tak terbatas dan keterampilan visioner para artisan perhiasan Roman High Jeweler. Seperti pada kalung Dolce Vita Colors yang terdapat 104 karat batu zamrud dan rubi merah dalam potongan *cabochon* sebesar 56 karat dengan waktu pembuatan mencapai 800 jam.

CONTEMPORARY VS CLASSIC

Sejarah dan teknologi yang bersatu menjadikan sebuah modernitas.

Garden of Delights

Beberapa bulan lalu Gucci melansir koleksi *high jewelry* pertamanya yang bertajuk "Hortus Deliciarum". Koleksi perhiasan mewah tersebut diluncurkan di La Petit Palais, Paris. Acara peluncuran merupakan sekaligus acara pembukaan butik pertama aksesori eksklusif Gucci di Place Vêndome. Koleksi tersebut menampilkan ikonografis merek tersebut bersatu dengan gaya **Alessandro Michele**, *Creative Director* Gucci yang flamboyan eklektik.

RUN FOR YOUR LIFE

Saya sungguh kagum kepada salah satu klien saya—sebut saja namanya Davis. Di usianya yang sudah menapaki kepala lima, ia masih rajin mengikuti berbagai kompetisi lari. Dari yang jarak pendek, menengah, sampai maraton. Ia tak pernah bosan menjelajah sejumlah negara hanya untuk mengikuti kompetisi lari. Dan, kerennya, ia selalu bisa memungkasi *finish* di urutan tiga besar pertama.

Properti lari, jangan ditanya. Ia punya satu lemari khusus untuk menyimpan perlengkapan lari, mulai dari sepatu, *running shirt*, *legging*, celana pendek dengan *compression*, *waist pouch*, hingga *wireless earphone*. Tentu masing-masing barang tidak hanya satu. Puluhan jenis.

Saya tahu itu hobi. Tapi tentu saya penasaran ketika ia tak pernah melewatkan kompetisi lari di luar negeri, dan langsung 'balik kampung' begitu acara lari kelar. Ia seperti tidak tertarik untuk menjelajah negara yang ia kunjungi itu.

Dan, ketika saya bertanya tentang tujuannya menjalani semua itu, jawabannya sungguh menohok saya. "Selain menjajal kemampuan fisik pribadi, berlari mampu membuat saya terbiasa untuk selalu melihat target dan berusaha meraihnya, baik dalam berbisnis maupun dalam hidup secara keseluruhan," kata Mr. Davis. Saya tak pernah membayangkan bahwa olahraga lari juga bisa menginspirasi seseorang dalam menjalani hidup.

Bagi Mr. Davis, berlari tak sekadar olahraga, tapi juga olahrasa. Tak cuma menyehatkan fisik, tapi juga menyehatkan jiwa. Memang, penelitian menyebutkan bahwa ketika kita berlari, tubuh juga merilis hormon endorfin yang bisa meningkatkan suasana hati. Membuat kita bahagia.

Tapi di sisi lain klien saya itu melihat ada nilai-nilai kehidupan yang bisa dicerap dari aktivitas ini. *Stretching*, misalnya, dimaknai sebagai persiapan yang dilakukan untuk mencapai hasil maksimal dan mengurangi risiko yang tidak diinginkan.

Nilai lain adalah semangat pantang menyerah. Setiap *runners* pasti memiliki keinginan kuat untuk mencapai garis *finish*. Dan itu dibutuhkan semangat dan daya juang yang maksimal. Sama seperti dalam

FOTO: SHUTTERSTOCK

Tak sekadar mengayunkan kaki,
olahraga lari juga menyimpan pesan-pesan kehidupan.

kehidupan. Kita tidak boleh menyerah ketika memiliki sebuah mimpi. Di sini kita juga butuh dukungan dan motivasi, seperti ketika *race*, kita juga punya teman-teman yang akan terus memberi motivasi.

Kecepatan, sebagai unsur penting dalam lari juga diperlukan dalam kehidupan kita saat ini, yaitu kecepatan dalam bertindak. Namun tentu saja kita tidak boleh gegabah dalam bertindak. Harus ada perhitungan yang matang dan tahu kemampuan diri sehingga nanti hasilnya menjadi maksimal. "Ada saatnya kita harus bertindak cepat dan proaktif, tapi ada kalanya kita harus menunggu sebelum bertindak," kata Mr. Davis.

Dua nilai lagi yang bisa diambil dari olahraga lari. Satu, disiplin. Sebagai *runner*, apalagi ketika hendak mengikuti *race*, Anda tidak boleh mangkir dari sesi latihan. Dalam kehidupan, kita harus disiplin dalam berpikir, berucap, dan bertindak sesuai dengan aturan dan norma yang sudah ditetapkan. Juga, tak kenal lelah dalam belajar sehingga kita sanggup menghadapi setiap tantangan yang menghadang.

Satu lagi yang terakhir adalah komitmen. Ketika kita memutuskan untuk melakukan sesuatu, maka hal itu harus dijalankan hingga selesai. Kembali lagi di sini kita bicara tentang perencanaan yang disusun, langkah yang diambil, semangat yang dipupuk, dan kedisiplinan yang dijaga. Tentu di dalamnya juga termasuk tak kenal menyerah ketika kita menghadapi masalah.

Suatu ketika, setelah kami *deal* atas sebuah proyek, Mr. Davis mengajak saya ikut di sebuah *event* 5K Run. Sudah pasti saya mencapai garis *finish* jauh di belakang dia.

"Mr. Davis, *kan*, sudah berkali-kali ikut maraton, bahkan ultramarathon," kilah saya. "*Kok* masih ikutan yang kelas kecil-kecilan juga?"

Sambil merangkul pundak saya, Mr. Davis menjawab, "Ini ada filosofinya juga, Bro. Bolehlah pencapaian hidup kita sudah jauh tinggi, tapi tetap jangan lupakan fase-fase yang kita pernah lalui. Karena tanpa fase itu kita tak bisa sampai di titik sekarang ini."

Saya tak bisa berkata-kata lagi.

CONCOURS D'ELEGANCE
MEMUKAU PENCINTA OTOMOTIF TANAH AIR

Pameran kendaraan klasik bertajuk "Concours d'Elegance" untuk pertama kalinya digelar di Indonesia. *Event* yang didukung oleh Mandiri Private ini diselenggarakan oleh Indonesia Classic Car Owners Club (ICCOC) pada 21-22 September 2019 di Four Seasons Hotel Jakarta. Sebanyak 26 mobil dan 7 motor klasik langka *keluaran* tahun 1950 hingga 1980-an meramaikan pameran tersebut.

Lebih dari 30 koleksi mobil dan sepeda motor klasik berkualitas tinggi menghadirkan pesonanya di ajang kelas dunia ini.

Istilah Concours d'Elegance berasal dari bahasa Prancis yang berarti "kompetisi para elegan". Ini merupakan pameran mobil-mobil klasik yang memiliki nilai tinggi untuk publik dan mendapat penilaian juri. Di Prancis, kegiatan ini sudah dimulai pada abad ke-17 berupa parade kereta kuda para aristokrat di taman Kota Paris.

"Concours d'Elegance ini merupakan sejarah bagi dunia otomotif di Indonesia yang mencerminkan bahwa Indonesia sudah menjadi bagian dari pasar otomotif dunia. Acara ini juga bertujuan meningkatkan nilai pariwisata dalam negeri," jelas **Stanley Atmadja**, *Founder* Concours d'Elegance Indonesia dan Presiden ICCOC.

Mobil dan motor eksotik yang berpartisipasi kebanyakan asal Amerika dan Eropa. Untuk mobil, antara lain Mercedes Benz B 170 Cabrio (1935), Chevrolet Corvette (1953), Ford Thunderbird (1956), Jaguar E type Series 1 (1960), dan Lamborghini Miura (1971). Sementara dari deretan motor nampak terlihat BMW R47 (1928), Vespa (1951) dan Norton (1957).

Alam Sutera

RESIDENTIAL & LIFESTYLE COMMUNITY

OWN YOUR OFFICE SPACE

THE PROMINENCE OFFICE TOWER

@ DOWNTOWN ALAM SUTERA

HIGHLIGHTS

- DIRECT TOLL ACCESS (JAKARTA - TANGERANG TOLL ROAD)
- 20-MINUTE DRIVE TO SOEKARNO-HATTA INTERNATIONAL AIRPORT
- CLOSE TO INDUSTRIAL AREA
- HELIPAD
- PROMINENT EXISTING TENANTS
- SURROUNDED BY ENTERTAINMENT, BANKING & BUSINESS CENTER

FREE
MAINTENANCE FEE
READY FOR SALE & LEASE

(021) 3110-3838 www.alam-sutera.com

SCAN FOR MORE INFO

Kendaraan-kendaraan peserta kontes dinilai oleh juri dengan kriteria kondisi, sejarah, orisinalitas, dan akurasi restorasinya. Selain ahli mobil *vintage* dari Jerman, **Arthur Bechtel**, ICCOC juga mengundang **Valentino Balboni** sebagai juri. Valentino Balboni dikenal sebagai mantan *Chief Test Driver* Lamborghini yang namanya diabadikan pada salah satu lini Lamborghini Gallardo edisi 2009, dengan nama LP550-2 Valentino Balboni.

Kontes mobil klasik terbagi dalam tiga kategori, yaitu Quality Car, Favorite Car, dan kategori tambahan dari juri. Berikut pemenangnya:

- Pemenang Kategori Quality Car
  Juara 1 : Mercedes-Benz 190 SL Roadster (1956)
  Juara 2 : Aston Martin DB 5 (1964)
  Juara 3 : Lamborghini Miura (1971)

- Pemenang Kategori Tambahan dari Juri
  Best of Vintage : Porsche 356 Speedster (1956)
  Best of Elegance : Ferrari Dino Coupe (1974)
  Best of Restoration : Porsche 930 Turbo (1987)

- Pemenang Favorite Car berdasarkan Vote
  Juara 1 : Citroen DS21 (1972)
  Juara 2 : Ford GT 500 Eleanor (1967)
  Juara 3 : Mercedes-Benz 190 SL Roadster (1956)

VALENTINO BALBONI

"Cerminan *Love, Passion, and Attention*..."

Digelar pertama kali di Indonesia dan jadi salah satu jurinya, apa pendapat Anda tentang *Concours d'Elegance* tahun ini?

Saya merasa terhormat dipilih sebagai juri di ajang yang amat eksklusif ini, pengalaman yang sangat berkesan. Saya melihat antusiasme dan perhatian yang begitu besar kepada mobil-mobil ini. Sangat sulit buat menentukan mobil yang terbaik karena semuanya layak menjadi juara pertama, saling bersaing ketat dalam urusan kualitas, orisinalitas, dan terutama perawatan, yang mencerminkan *passion, love, and attention.*

Berarti restorasi dari mobil-mobil ini memuaskan?

Saya perhatikan kualitas restorasinya mengagumkan, lebih dari yang saya perkirakan. Para pelaku restorasi dan mekanik yang saya temui di sini memiliki pengetahuan dan *passion*. Ini sangat penting.

Anda telah melihat eksterior, interior, hingga menjajal mesin mobil-mobil ini. Mobil mana yang paling ingin Anda kendarai?

Lamborghini tentunya! Hahaha. Lamborghini Miura. Tapi saya juga senang jika berkesempatan mengendarai Porsche Speedster, Aston Martin DB5.

Seperti apa rasanya nama Anda diabadikan pada mobil Lamborghini tipe Gallardo LP 550-2 Valentino Balboni?

Bagi saya itu merupakan penghargaan dan kehormatan besar karena, setelah 40 tahun pengabdian, nama saya dimaksudkan untuk menjadi penghubung antara Lamborghini modern hari ini dengan akar Lamborghini dari masa lampau.

BANK MANDIRI & MERCEDEZ-BENZ GOLF TOURNAMENT
PLAYING WHILE COLLABORATING

Di samping sebagai sarana refreshing, *kerja sama bisnis juga banyak tercipta dari lapangan golf.*

Menghadirkan layanan dan fasilitas yang dapat memuaskan nasabah setianya merupakan komitmen Bank Mandiri. Layanan perbankan untuk kemudahan dan kenyamanan dalam pengelolaan finansial nasabah terus dilakukan inovasi mengikuti perkembangan zaman. Sementara untuk mendukung kebutuhan personal nasabah, tidak terkecuali yang berkaitan dengan hobi, Bank Mandiri pun tidak segan-segan memfasilitasinya, salah satunya adalah penyelenggaraan turnamen golf.

Jelang akhir tahun lalu, Bank Mandiri berkolaborasi dengan PT Mercedes-Benz Distribution Indonesia menggelar turnamen golf bertajuk "Bank Mandiri & Mercedes-Benz Golf Tournament" di Klub Golf Bogor Raya, Bogor, Jawa Barat. Tentu saja *event* ini disambut antusias oleh para nasabah Mandiri Private & Prioritas terpilih.

RELASI BERTAMBAH

Turnamen golf menjadi *event* rutin yang digelar oleh Bank Mandiri sebagai bentuk apresiasi kepada nasabah utamanya. Selain sebagai ajang unjuk ketangkasan bermain, turnamen ini juga dimaksudkan untuk saling bertatap muka, baik sesama nasabah maupun dengan manajemen Bank Mandiri sehingga menambah jalinan relasi.

Petinggi Bank Mandiri yang nampak hadir menemani nasabah pada turnamen kali ini, antara lain Direktur Bisnis & Jaringan Bank Mandiri Bapak **Hery Gunardi**, Senior Executive Vice President Strategic Asset Management Bank Mandiri Bapak **M. Arifin Firdaus**, serta pimpinan manajamen lainnya. Sementara dari PT Mercedes-Benz Distribusi Indonesia diwakili oleh Bapak **Kariyanto Hardjosoemarto**, Deputy Director Sales Operation & Product Management MBC PT Mercedes-Benz Distribution Indonesia, dan segenap jajarannya.

Turnamen golf kali ini terbagi dalam Flight A (*handicap* 7-17), Flight B (*handicap* 18-23), dan Flight C (*handicap* 24-35) serta menyediakan hadiah berupa satu unit mobil Mercedes-Benz bagi pegolf yang berhasil melakukan *hole in one*. Sesaat sebelum menuju *tee box* masing-masing, seluruh pegolf beserta manajemen Bank Mandiri dan PT Mercedes-Benz Distribusi Indonesia melakukan foto bersama. Usai mengabadikan momen bersama seluruh peserta, dengan penuh semangat, Bapak Hery Gunardi mengayunkan stik dan memukul bola golf sebagai pertanda dibukanya turnamen.

JADI BANK PERTAMA

Usai menuntaskan permainan, seluruh pegolf berkesempatan menikmati santap siang sambil diiringi *live* musik.

Pengundian beragam *door prize* yang disediakan Bank Mandiri dan sponsor semakin menghangatkan suasana.

Dalam sambutannya, Bapak Hery Gunardi memberikan apresiasi yang tinggi kepada seluruh pegolf karena berkenan untuk turut meramaikan turnamen serta kepada *partner* penyelenggara, yakni PT Mercedes-benz Distribution Indonesia. "Turnamen ini merupakan program *join* antara Bank Mandiri dan Mercedes-Benz. Sayang sekali tidak ada yang mendapat *hole in one*, padahal hadiahnya mobil Mercedes-Benz. Semoga turnamen berikutnya kita bisa selenggarakan dengan lebih baik lagi. Dan, selamat kepada para pemenang di turnamen golf kali ini," ujar Bapak Hery.

Mewakili PT Mercedes-Benz Distribution Indonesia, Bapak Kariyanto juga mengungkapkan apresiasi atas kesempatan kerja sama dengan Bank Mandiri. Bapak Kariyanto pun menyampaikan program diskon kepada para nasabah utama Bank Mandiri yang ingin memiliki mobil Mercedes-Benz. "Bank Mandiri merupakan bank pertama yang menjalin kerja sama khusus untuk nasabah utamanya. Kami berharap dapat terus bekerja sama pada program berikutnya," ungkap Bapak Kariyanto.

Di penghujung acara diumumkan para pegolf yang berhasil menjadi pemenang pada turnamen golf kali ini. Selamat kepada para juara…!

DAFTAR PEMENANG BANK MANDIRI & MERCEDES-BENZ GOLF TOURNAMENT

Longest Drive : **Bapak Michael Cahyono**, 265 m
Nearest to the Pin : **Bapak Rohanizam**, 74 cm
Nearest to the Line : **Bapak Jafarudin Lexy**, 45 cm
Best Nett Overall : **Bapak Hery Gunardi** (*gross* 79, *handicap* 11, *nett* 68)
Best Gross Overall : **Bapak Dino Dirgantoro** (*gross* 76, *handicap* 6, *nett* 70)

Para Pemenang Flight C
Best Nett 3 : **Bapak Aldo Rais** (*gross* 95, *handicap* 23, *nett* 72)
Best Nett 2 : **Bapak Amir M.** (*gross* 91, *handicap* 20, *nett* 71)
Best Nett 1 : **Bapak Solihin** (*gross* 91, *handicap* 21, *nett* 70)

Para Pemenang Flight B
Best Nett 3 : **Bapak Wayan Pugeg** (*gross* 89, *handicap* 19, *nett* 70)
Best Nett 2 : **Bapak Harry Gale** (*gross* 86, *handicap* 16, *nett* 70)
Best Nett 1 : **Bapak Michael Cahyono** (*gross* 83, *handicap* 15, *nett* 68)

Para Pemenang Flight A
Best Nett 3 : **Bapak Rama Agung** (*gross* 77, *handicap* 7, *nett* 70)
Best Nett 2 : **Ibu Marcella Pranovia** (*gross* 76, *handicap* 7, *nett* 69)
Best Nett 1 : **Bapak Armando S.** (*gross* 81, *handicap* 12, *nett* 69)

DESIGNER TINA ANDREAN MEMPERKENALKAN KOLEKSI **INDAHNYA WASTRA INDONESIA**

Tak pernah surut dalam berkarya, **Tina Andrean**, *fashion designer* sekaligus pendiri Heritage Culture, kembali mempersembahkan koleksinya yang berbasis batik tulis pada bulan Oktober 2019 lalu. Berkolaborasi dengan Mandiri Private dan Rumah Imam Bonjol, *designer* Tina menggelar *private show* batik dengan tema *"Indahnya Wastra Indonesia"*. *Event* tersebut turut dihadiri oleh Ibu Elina Wirjakusuma, Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri beserta jajaran manajemen Bank Mandiri segmen Private & Prioritas lainnya.

Keindahan batik Nusantara dipersembahkan melalui 42 koleksi yang terbagi dalam 6 tema yang dapat diaplikasikan pada berbagai momen kegiatan.

Dengan mengusung tema *Batik Warisan*, hal ini memberi makna bahwa batik sebagai budaya warisan kemanusiaan untuk budaya lisan dan nonbendawi budaya bangsa. Batik telah menjadi bagian dari kehidupan sehari hari masyarakat Indonesia. Batik nyaman digunakan untuk berbagai aktivitas kegiatan; bekerja, acara keluarga, hingga menghadiri acara resmi. *Designer* Tina mengemasnya dalam beberapa tipe batik yang lebih kasual dengan warna-warna cerah dari bahan katun, bahan sutera satin, dan sifon.

Indahnya Wastra Indonesia dipresentasikan dalam 6 *sequence*, terdiri atas 36 gaun dan 6 kemeja. Pada *sequence* pertama mengetengahkan tema *Casual Charming-daily wear*, *sequence* kedua bertemakan *Modern Cocktail*, lalu *sequence* ketiga mengangkat tema *Chic Cheongsam*. Selanjutnya *designer* Tina menghadirkan tema *Sophisticated Silk Jacket* di *sequence* keempat, kemudian *sequence* kelima dengan tema *Colours Silk Jacket*, dan ditutup dengan tema *Formal Long Jacket*.

BEAUTY INVESTMENT

Penampilan menarik merupakan kekayaan wanita yang paling berharga.

Setiap wanita pasti ingin tampil menarik di setiap kesempatan. Tak heran bila kemudian kebanyakan wanita melakukan berbagai upaya untuk memperoleh penampilan yang diinginkan. Berangkat dari kesadaran betapa pentingnya merawat penampilan, Mandiri Private & Prioritas bekerja sama dengan BMDerma Clinic dan PT Mandiri Manajemen Investasi mengundang sejumlah nasabah utamanya dalam *talk show* bertema *"Beauty Investment"* di Private Lounge, Menara Mandiri, Jakarta beberapa waktu lalu.

Bincang-bincang pada sore itu menghadirkan **dr. Deasy Lius, Sp.DV.**, Head Doctor dan Owner BMDerma Clinic, yang mengulas seputar pentingnya investasi kecantikan yang sesuai keinginan tetapi proporsional. Selain kecantikan, dibahas pula pilihan investasi yang bisa meningkatkan harta kekayaan oleh Bapak **Richard Rachman Lalisang**, Head of Distribution Partnership PT Mandiri Manajemen Investasi. Sementara itu, turut hadir mewakili Mandiri Private & Prioritas adalah Ibu **Elina Wirjakusuma**, Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri.

Pesan yang disampaikan dalam *talk show* kali ini seperti diutarakan oleh Ibu Elina dalam sambutannya, yakni investasi untuk penampilan diri dan harta kekayaan sepatutnya dijalankan secara beriringan. Para tamu undangan pun antusias mengikuti diskusi yang berlangsung cukup interaktif tersebut.

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan diskon kamar 30%*
dan penawaran spesial lainnya

Nikmati pula potongan 30% untuk makanan dan minuman di Lagoon Cafe & Lounge The Sultan Hotel & Residence Jakarta, serta berbagai benefit lainnya khusus bagi nasabah pemegang kartu mandiri debit prioritas dan private.
Periode program mulai 1 Juli 2019 s.d. 30 Juni 2020.

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

Saatnya liburan nyaman, saatnya mandiri.

**Syarat dan ketentuan berlaku.*

mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi Oleh Otoritas Jasa Keuangan

MARKET OUTLOOK 2020

TETAP OPTIMIS DI TENGAH TANTANGAN GLOBAL

Dalam rangka menyambut tahun yang baru, PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. menggelar *market outlook* yang mengambil tema "Optimisme 2020" pada 4 Desember 2019 lalu di Bali Room, Hotel Indonesia Kempinski, Jakarta. *Event* rutin tahunan ini mencoba memberi gambaran kondisi ekonomi Indonesia dan global dalam setahun ke depan sehingga diharapkan para nasabah *high net worth individuals* (HNWI) Bank Mandiri dapat meraih peluang dan mampu menghadapi tantangan ekonomi di tahun 2020.

Di acara yang mengundang sekitar 350 nasabah Bank Mandiri segmen Private dan Prioritas ini menghadirkan Wakil Menteri Keuangan RI Bapak **Suahasil Nazara** yang didaulat sebagai *keynote speaker*. Selain paparan dari pembicara kunci, ada juga sesi diskusi panel dengan narasumber, antara lain ekonom senior sekaligus Chairman Mandiri Institute Bapak **Dr. M. Chatib Basri**, Wakil Ketua Umum APINDO dan CEO Sintesa Group Ibu **Shinta Kamdani**, serta Executive Director JP Morgan Asset Management **Mr. Nicholas J Wilcox**.

Apresiasi tinggi kepada nasabah utama Bank Mandiri disampaikan oleh Direktur Bisnis dan Jaringan Bank Mandiri Bapak **Hery Gunardi** ketika membuka acara. Dalam sambutannya, Bapak Hery menyinggung soal prediksi pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2020 dan strategi yang dijalankan guna menghadapi tantangan ekonomi. Di samping itu, Bapak Hery juga mengungkapkan kinerja Bank Mandiri sepanjang 2019 yang menunjukkan tren pertumbuhan dibanding tahun sebelumnya.

"Bank Mandiri terus berkomitmen untuk memberikan yang terbaik dalam pencapaian kinerjanya. *Event* pada malam ini adalah bagian dari pelayanan kami untuk turut memberikan layanan terbaik kepada nasabah dan masyarakat Indonesia," pungkas Bapak Hery.

Ketidakpastian ekonomi bisa dilalui dengan strategi dan pendekatan yang lebih tepat dalam berbisnis dan berinvestasi.

Sementara itu, Bapak Suahasil Nazara menyampaikan *update* dan gambaran terkini perekonomian Indonesia serta strategi dan kebijakan ekonomi pemerintah yang akan menjadi tumpuan penopang pertumbuhan lima tahun ke depan. Pada sesi diskusi yang berlangsung setelah penampilan *keynote speaker*, giliran ketiga panelis mengulas kondisi perekonomian di Indonesia dan gejolak perekonomian global serta proyeksi kondisi ekonomi dan bisnis tahun 2020.

Di akhir acara, para tamu undangan berkesempatan untuk mendapatkan *doorprize* berupa logam mulia seberat 10 gram dan Reksadana senilai 2,5 juta rupiah yang diundi oleh pembawa acara. Gelaran Market Outlook 2020 pun ditutup dengan pengumuman pemenang lelang tertutup untuk produk sepatu premium *brand* Nike dan Adidas.

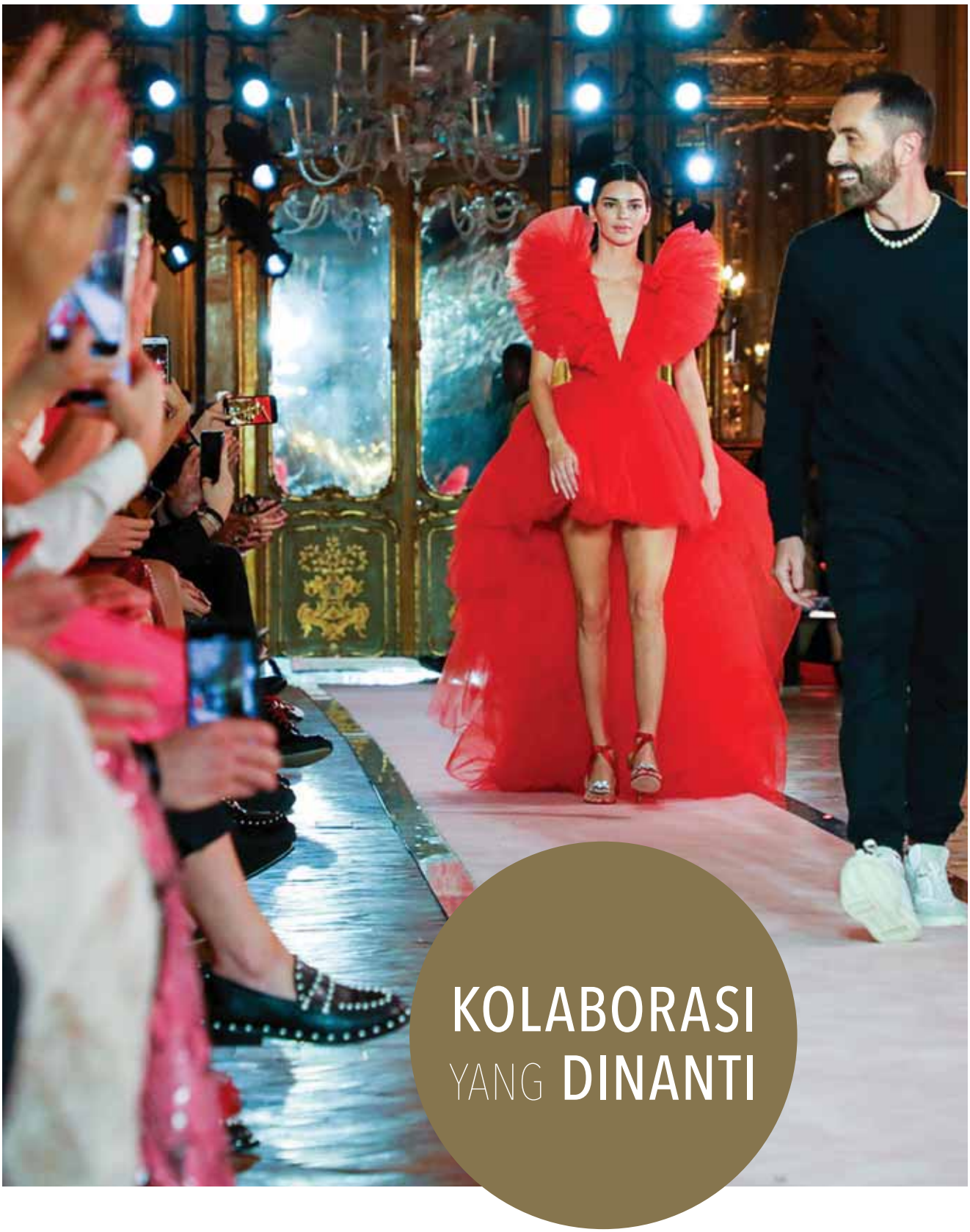
Selamat menyambut tahun fiskal dan ekonomi yang baru. Tetap optimis…!

PERSEMBAHAN **OSCAR LAWALATA** DI HARI IBU

Gelaran koleksi khusus dalam menutup tahun sekaligus merayakan kasih ibu dan anak Indonesia.

Hari Ibu yang jatuh tanggal 22 Desember memiliki arti khusus bagi **Oscar Lawalata**. Untuk memperingati hari spesial bagi para ibu di Indonesia itu, Oscar menggelar *fashion show* dan pameran koleksi terbaru yang berbalut tema "Dari Ibu untuk Mu" pada 10 Desember 2019 di Bimasena Executive Private Club, Jakarta. Puluhan koleksi Oscar diperagakan oleh pasangan ibu dan anak sehingga memberi kesan tersendiri.

Acara yang turut didukung oleh Mandiri Private ini sekaligus menjadi ajang peluncuran buku Kumpulan Dongeng Anak Nusantara yang dipersembahkan oleh Oscar Lawalata Culture untuk anak-anak Indonesia. Melalui buku yang berisi dongeng-dongeng tradisional dari seluruh pelosok tanah air tersebut, Oscar berharap generasi penerus bangsa memperoleh petualangan baru dan menarik. Wah…!



KOLABORASI YANG DINANTI

Kolaborasi menjadikan industri *fashion* dan kecantikan di tahun 2020 makin semarak. Dari kerja sama *brand high end* dengan *street fashion retail*, hingga kolaborasi antara seniman, merek olahraga *sport*, selebritis, dan lainnya. Selain kreativitasnya yang patut diacungi jempol, cerita di balik berbagai kolaborasi juga menarik untuk diikuti. Jadi kolaborasi *fashion-beauty* manakah yang paling Anda sukai?

H&M x GIAMBATTISTA VALLI

H&M merupakan retail *fashion* top asal Swedia dengan ribuan gerai yang tersebar di 62 negara. Pada 7 November 2019 lalu, H&M memberikan kejutan manis dengan merilis koleksi karya perancang **Giambattista Valli**. Valli sendiri terkenal dengan rancangan adibusana yang mewah dan ultrafeminin.

Ekstravaganza dan cantik menggambarkan koleksi H&M x Giambattista Valli. Mulai dari *dress tule* merah panjang yang dramatis, gaun brokat, hingga *coat* berbordir apik. Alhasil kini koleksi H&M bisa dikenakan saat pesta atau acara formal lainnya. Untuk tampilan yang lebih santai namun tetap mewah, ada atasan model *ruffles*, *hoodie* bermotif *animal print*, blus renda, hingga celana *cargo* yang *hip*.

Dalam waktu sekejap, koleksi Valli Girl dan Valli Boy ini langsung *sold out*, termasuk di Indonesia. Kabarnya, ratusan pembeli rela mengantre sebelum gerai dibuka, ketika koleksi H&M x Giambattista Valli diluncurkan di Mal Grand Indonesia, Jakarta.

Sang desainer sendiri bersemangat dengan kolaborasi mereka,"*I'm totally excited to see what is going to happen with this collaboration, and all the love stories that are going to start all around the world,*" ungkap Valli.

Tiap tahunnya, H&M rutin berkolaborasi dengan desainer dan rumah mode dunia, di antaranya **Moschino**, **Karl Lagerfeld**, **Versace**, **Jimmy Choo**, dan lainnya. Artinya di tahun 2020 ini H&M akan kembali meluncurkan koleksi bersama desainer lainnya. *Who's next?*

Foto: www2.hm.com, www.prada.com, news.nike.com, gshock.com, kkwbeauty (web & instagram), Gorunway.com

PRADA FOR ADIDAS

Apa jadinya apabila dua nama besar di industri *fashion*, yakni merek *sportswear* legendaris serta rumah mode papan atas dunia, bergabung? Ya, di tahun 2020 ini Anda bisa melihat *limited edition* Prada for Adidas dalam koleksi *sneakers* pria maupun wanita.

Koleksi yang dinantikan pencinta *sneakers* ini didesain dengan inovasi terdepan yang dimiliki Adidas, serta diberi sentuhan gaya Prada yang mewah. Jangan lupakan pula bahan baku kulit berkualitas tinggi. Prada for Adidas akan digarap di Italia, markas Prada berada.

Awalnya, kolaborasi Prada for Adidas dibocorkan di media sosial. Dengan segera, kabar ini pun menyebar dan disambut antusias. Kemudian, kedua belah pihak, mengonfirmasi kebenaran berita tersebut. Sayangnya, belum ada foto ataupun desain untuk koleksi Prada for Adidas. Situs dan akun media sosial resmi Prada dan Adidas pun hanya memuat gambar kantong Prada

super besar yang berisi kotak sepatu Adidas. Benar-benar membuat penasaran!

Koleksi edisi pertama berupa dua *sneakers* Prada for Adidas diluncurkan lebih awal, yakni di bulan Desember 2019. Sementara koleksi lengkapnya akan dirilis di 2020.

Pihak Prada pun angkat bicara mengenai tujuan kerja sama dua *brand* raksasa ini, "Prada dan merek olahraga terkemuka Adidas telah menyatukan kekuatan untuk memulai perjalanan kolaborasi. *The aim of this partnership is to investigate the realms of heritage, technology and innovation – and to challenge conventional wisdom through unexpected strategies.*"

Adidas sendiri merupakan merek sepatu dan perlengkapan olahraga asal Jerman yang berdiri sejak 1949. Sementara sejarah panjang Prada dimulai di Milan, Italia, pada tahun 1913. Hingga saat ini, Adidas juga memiliki koleksi kolaborasi dengan musisi top Amerika Serikat **Kanye West** dan **Pharrell Williams**.

AIR JORDAN 1 HIGH OG DIOR

Seolah tak mau kalah dengan Prada dan Adidas, Dior pun bekerja sama dengan Nike mengembangkan seri Air Jordan versi terbaru. Pada awal Desember, kabar tersebut dikonfirmasi kebenarannya. Koleksi terbatas Air Jordan 1 High OG Dior rencananya akan diluncurkan secara global pada April 2020 mendatang.

Seperti yang diketahui, koleksi Air Jordan merupakan *sneakers* basket yang terinspirasi dari bintang basket legendaris **Michael Jordan**. Selama hampir 35 tahun, seri Air Jordan sukses di pasaran, terutama dalam 1-2 tahun belakangan ini. Selama puluhan tahun pula, Dior terkenal sebagai merek *fashion* papan atas asal Prancis.

Kim Jones, selaku *Artistic Director* Maison Dior dan Dior Men antusias menyambut kolaborasi ini, "Saya sangat suka memadukan dua dunia yang berbeda, ide yang berbeda, dan *brand* Jordan serta Maison Dior melambangkan yang terbaik di bidang masing-masing. Mempersatukan keduanya dalam kolaborasi istimewa adalah untuk menghasilkan sesuatu yang sangat menarik dan benar -benar baru."

Menariknya lagi, prototipe desain koleksi Dior x Nike juga sudah dibocorkan. Tampak elegan, Air Jordan 1 High OG Dior hadir dalam warna dasar putih dan aksen abu-abu, yang merupakan ciri khas Dior. Tak ketinggalan, logo *swoosh* Nike tampil makin *fashionable* dengan bermotif Dior *oblique jacquard*.

G-SHOCK x KEMENTERIAN PERTAHANAN INGGRIS

Jam tangan G-SHOCK terkenal dengan ketahanan serta kecanggihan teknologinya. Kualitas ini membuat *brand* jam tangan keluaran Casio ini pantas berkolaborasi dengan Kementerian Pertahanan sekaligus tentara bersenjata Inggris. Hasil dari kolaborasi ini edisi *Master of G* yang rencananya dirilis awal 2020. "*G-SHOCK are extremely proud to be an official partner to the Ministry of Defence and HM Armed Forces,*" begitu pernyataan mereka dalam situs resmi G-SHOCK Inggris.

Jam tangan edisi khusus ini dibuat untuk memenuhi kebutuhan anggota pasukan bersenjata, baik angkatan darat, laut, dan udara. Desainnya yang kokoh serta ketahanannya di air, lumpur, dan guncangan menjadikan Master of G sebagai jam yang kuat dan tahan banting, dalam arti yang sebenarnya.

Master of G hadir dengan Carbon Core Guard, material yang sangat kuat namun ringan. Jam tangan ini juga dilengkapi dengan *quad sensor* yang antara lain berfungsi sebagai kompas, altimeter dan barometer, serta penghitung langkah. Master of G juga tersambung dengan *bluetooth*, dan dilengkapi serangkaian aplikasi canggih, seperti *mission log* yang dapat merekam aktivitas fisik pemakainya.

Tak hanya pihak kementerian dan perwira Inggris, koleksi kolaborasi ini pun dinantikan penggemar G-SHOCK terutama mereka yang menyukai kegiatan *outdoor* dan tantangan.

KKW BEAUTY x MARIO

Selama sekitar setahun, KKW Beauty, *brand* kosmetik milik **Kim Kardashian-West** mempersiapkan proyek bersama *makeup artist* ternama **Mario Dedivanovic**. Kerja sama KKW Beauty X Mario menghadirkan koleksi seri kosmetik **The Artist & Muse**.

"The artist" sendiri tampaknya merujuk pada Mario, yang sepanjang hampir dua dekade berkarya sebagai *makeup artist* profesional. Selama sekitar 12 tahun pula Mario mengenal Kim sebagai kliennya, hingga menjadikannya *muse*. Karya kolaborasi ini diluncurkan pada 22 November 2019, dan diprediksi akan mewarnai tren 2020.

Proud of You Gloss dan *He's a Mixer Matte Lipstick* yang bernuansa *peach-nude* serta palet *eyeshadow* 10 warna merupakan beberapa kosmetik favorit dalam seri *the artist & muse*.

"Ini merupakan palet (*eyeshadow*) yang akan aku bawa jika berpergian ke pulau terpencil bersama Kim. Sebab aku bisa mengkreasikan beragam tampilan (dengan palet tersebut), yang cocok untuk siang atau malam hari," Mario mengungkapkan betapa spesialnya *eyeshadow* The Artist & Muse. Ia mengaku beberapa kali mengganti warna palet *eyeshadow*, hingga menemukan komposisi yang sempurna.

KKW Beauty merupakan *brand* kecantikan yang diluncurkan Kim Kardashian pada Juni 2017, dan dengan segera

KKW BEAUTY x MARIO

DRIES VAN NOTEN x CHRISTIAN LACROIX

DRIES VAN NOTEN x CHRISTIAN LACROIX

mencuri perhatian. Pada Awal 2018, KKW Beauty bekerja sama dengan Mario Dedivanovic, dan koleksi kolaborasi pertama mereka laris manis. Kini, dengan seri The Artist & Muse, keduanya ingin menghadirkan koleksi kolaborasi yang lebih memikat dengan konsep yang semakin matang.

DRIES VAN NOTEN x CHRISTIAN LACROIX

Inilah kolaborasi Spring 2020 paling dibicarakan pencinta *fashion*. **Dries Van Noten** adalah desainer papan atas asal Belgia, sementara **Christian Lacroix** merupakan perancang adibusana terkenal di era '80-an yang telah meninggalkan panggung *fashion* dan banting setir ke dunia teater. Keduanya tak mengenal secara pribadi, namun saling mengagumi.

"Ketika saya merencanakan koleksi ini, saya merasa bahwa dunia sedang dalam kondisi yang aneh, dengan Trump, Johnson, dan kebakaran di Brazil. Saya bisa mengerjakan (koleksinya) dengan dua cara, bernuansa abu-abu dan suram atau kebalikannya yaitu menggunakan *fashion* bukan sebagai mimpi tapi sebagai solusi (permasalahan). Jadi saya melihat kembali *fashion* era '80-an dan '90-an, juga (semangat) yang dibawa dalam koleksi Lacroix yaitu kecantikan, sesuatu yang besar, dan kebebasan. Lalu saya berpikir, mengapa tidak meng-*email* dia," Van Noten mengungkapkan awal kolaborasinya dengan Lacroix seperti yang dilansir *New York Times*.

Van Noten tak segan meminta bantuan Lacroix untuk menggarap koleksi *ready to wear* terbarunya. Hasilnya,rancangan eksentrik yang tak terduga. Ada sentuhan gaya a la tahun '80-an dan '90-an namun dengan tampilan terkini.

Koleksi maksimalis **Dries Van Noten X Christian Lacroix** bermain dengan aneka motif, mulai dari flora, zebra, *jacquard*, hingga polkadot, serta aksen pita dan volume. Ada pula rancangan bertema hitam-putih, dengan *twist* pada detail pakaian. Di luar kolaborasinya dengan Dries Van Noten, Christian Lacroix kabarnya tak berniat kembali ke dunia *fashion*.

10 PARFUM TERKINI LAYAK KOLEKSI

Lengkapi wawasan wewangian Anda dengan ragam parfum premium dengan keharuman eksklusif.

Layaknya busana dan sepatu yang setiap saat memiliki tren dan gaya yang terus berubah, demikian juga dalam hal wewangian. Kini, parfum tak sekadar menjadi kenyamanan diri, namun juga ekspresi dan apresiasi terhadap sebuah kreasi kreatif. Ini dia, 10 parfum premium yang layak menjadi koleksi Anda.

MAISON FRANCIS KURKDJIAN PARIS – BACCARAT ROUGE 540

Akhir-akhir ini, parfum ini mendadak jadi buah bibir di kalangan pencinta gaya hidup trendi. Inilah sebuah mahakarya dalam sebotol parfum beraroma Baccarat Rouge 540, memadukan aroma mewah *grandiflorum jasmine* dari Mesir, *saffron*, *bitter almond* dari Maroko, *cedar wood*, *musky woody*, dan *ambergris*. Aromanya pun bisa bertahan hingga 24 jam, memastikan Anda tetap segar sepanjang waktu.

TOM FORD FUCKING FABULOUS

Parfum ini merupakan lini *private blend* dari desainer kenamaan **Tom Ford**, yang saat ini juga mendapat perhatian khusus dari para pencinta parfum premium. Paduan aroma *almond bitter oil*, *tonka resinoid*, *leather accord*, dan *clary sage oil*, membuat aromanya begitu intensif meski tetap lembut dan segar. Parfum ini diklaim dapat bertahan hingga 14 jam.

BYREDO CASABLANCA LILY

Berkat ketelitian dan kreativitas penciptanya, Byredo mampu mengklaim hanya perlu satu tetes parfum untuk memberi keharuman kuat sepanjang hari. Terinspirasi dari keindahan matahari senja dan bunga-bungaan seperti lily, *rose*, dan *jasmine*, yang dipadukan dengan *black plum*, *wild gardenia*, madu, dan *rosewood*; memberi sebuah pengalaman rasa yang sulit ditiru.

CHRISTIAN DIOR - BALADE SAUVAGE

Parfum lini premium dari rumah mode Christian Dior ini terinspirasi dari cerianya liburan di daerah pantai tropis Panarea, menggabungkan aroma *bergamot*, *fig*, *orange blossom* yang segar, juga *sea breeze*, *amberwood* dan *vanilla*. Sensasi yang tercipta adalah sebuah pengalaman menyenangkan, layaknya sebuah pelukan hangat di hari yang sejuk.

ALAIA PARIS

Bila Anda menyukai aroma floral segar yang berpadu dengan hangatnya *musk*, parfum ini cocok untuk Anda. Paduan *pink pepper*, *freesia*, dan bunga peony, juga aroma *musk* yang kontras menghasilkan aroma unik yang *uplifting* dan unik. Bahkan setelah 4 tahun sejak diluncurkannya, parfum ini masih terus merajai peringkat parfum premium di dunia.

DIPTYQUE PARIS – PHILOSYKOS

Salah satu faktor yang menjadikan sebuah parfum digandrungi adalah ketahanan aromanya. Meski terbilang sudah cukup lama dirilis, Diptyque agaknya masih terus mengesankan para penggemar parfum mewah. Paduan aroma buah dan daun *fig* dengan kayu-kayuan menghasilkan wangi semerbak mengesankan, ditambah dengan aroma kayu *white cedar* sebagai sentuhan ringan namun cocok untuk membangkitkan *mood* positif.

FREDERIC MALLE DAWN

Aroma yang tercipta melalui sebuah inspirasi magis suasana subuh di Timur Tengah, memberi sensasi damai yang sederhana, segar, namun juga hangat dan menenangkan. Aroma mewahnya merupakan paduan *Oud* khas Arab, *rose*, *pink pepper*, *frankincense*, dan *oakmoss*.

SERGE LUTTENS CANNIBALE

Anda yang menyukai aroma maskulin: *smokey*, *leathery*, *spicy*, dan *acidic*, jangan lewatkan aroma mewah yang satu ini. Menurut penciptanya, parfum ini membangkitkan kenangan di abad 18 Prancis. Paduan unik aroma *incense*, *burnt woods*, *burnt floral*, dan *sap*, menghasilkan aroma yang gagah dan berkelas.

ARQUISTE – NANBAN

Merek parfum ini milik **Carlos Huber**, arsitek Meksiko yang pernah menjadi desainer interior untuk Polo Ralph Lauren. Arquiste segera membuat hati orang tertambat dengan aromanya yang mewah dan unik, hingga berhasil menapaki peringkat 5 merek terpuji di Amerika Serikat. Varian Nanban adalah salah satu yang digemari, salah satunya karena aromanya yang berbasis kopi, dipadukan dengan *Malabar black pepper*, *Persian saffron*, *black tea*, *Chinese osmanthus*, *Spanish leather*, *myrrh*, *frankincense*, *styrax*, *sandalwood*, *copaiba balsam*, dan *cade*.

KRIGLER OUD FOR HIGHNESS

Kembali dengan aroma *Oud* yang kental dengan nuansa misterius Timur Tengah, kali ini adalah parfum rekaan Krigler yang mengapresiasi Raja Jordania dengan memadukan aroma *amber*, madu, *oud*, *patchouli*, *saffron*, dan *sandalwood*. Sensasi yang diberikan layaknya hangatnya parka di musim dingin, ditambah manisnya madu yang lezat.

Foto: 123RF, dok. istimewa

nutrition facts

Ketahui faktanya sebelum menyantap manfaatnya.

KACANG-KACANGAN

Selain kaya akan serat dan memberi rasa kenyang lebih lama, rutin mengonsumsi kacang almond, *walnut*, kacang tanah, dan beberapa jenis kacang-kacangan lain baik untuk kesehatan jantung. Tentu saja, kacang-kacang ini dimakan tanpa garam dan gula, dan tidak melalui proses penggorengan, ya!

TERONG

Kandungan kalium, vitamin C, vitamin B6, fitonutrien dan flavonoid atau pigmen larut air pada terong juga bisa mencegah berbagai jenis penyakit jantung.

NUTRISI TEPAT TURUNKAN KOLESTEROL & DARAH TINGGI

Inilah tujuh bahan makanan menurut peneliti di Harvard University, Amerika Serikat, mampu menurunkan kolesterol dan darah tinggi:

OATS ATAU GANDUM

Obyek penelitian yang diminta rutin mengonsumsi 100 gram *oatmeal* setiap hari dilaporkan mengalami penurunan kadar kolesterol total, kolesterol jahat LDL, dan penyusutan lingkar pinggang yang dramatis, terutama pada orang-orang yang memiliki hiperkolesterolemia.

IKAN

Konsumsi ikan yang kaya omega-3 dapat menurunkan trigliserida dalam aliran darah dan melindungi jantung dengan membantu mencegah timbulnya jantung berdebar dengan tidak normal.

KEDELAI

Penelitian menunjukkan, konsumsi 25 gram protein kedelai per hari (10 ons tahu atau 2,5 cangkir susu kedelai) dapat menurunkan kolesterol sebesar 5-6 persen.

BUAH-BUAHAN

Apel, anggur, stroberi, dan buah jeruk kaya akan pektin yang bermanfaat menurunkan kolesterol.

MINYAK NABATI

Menggunakan minyak nabati cair seperti *canola*, bunga matahari, dan *safflower* sebagai pengganti margarin atau minyak kelapa sawit, serta memperpendek waktu memasak akan membantu menurunkan kolesterol dan tekanan darah tinggi.

Foto: 123RF

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan diskon 10%*

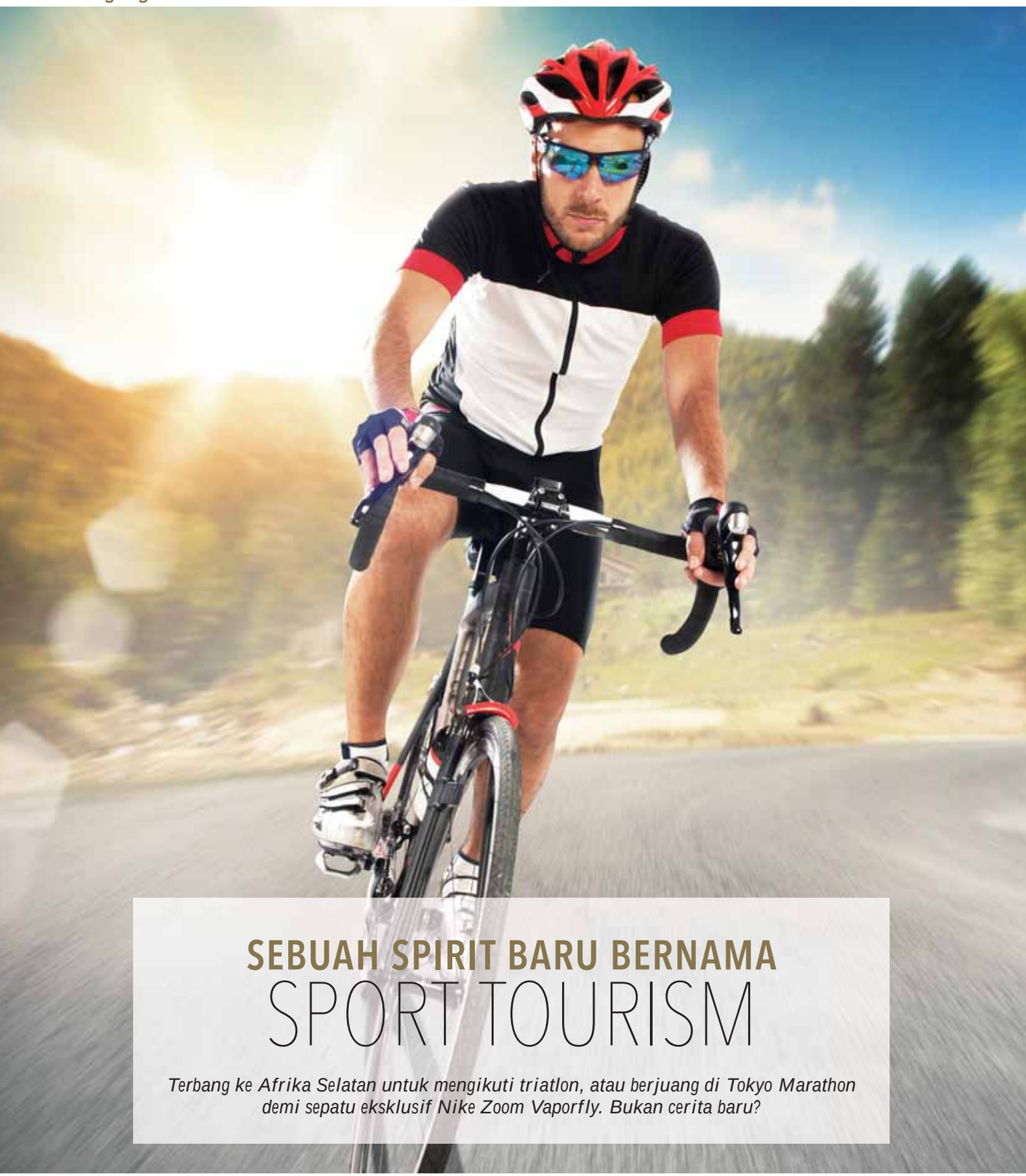
dengan mandiri debit prioritas atau debit private

Berlaku di *outlet* Dope & Dapper Jakarta, Bandung, Jogjakarta, dan Surabaya.
Periode program hingga 31 Juli 2020.

**Info: bmri.id/navyawmg atau mandiri call 14000*

DOPE & DAPPER

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS



SEBUAH SPIRIT BARU BERNAMA SPORT TOURISM

Terbang ke Afrika Selatan untuk mengikuti triatlon, atau berjuang di Tokyo Marathon demi sepatu eksklusif Nike Zoom Vaporfly. Bukan cerita baru?

Ya, di saat pengejaran gaya hidup sehat, tren olahraga kekinian, *fashion athleisure*, dan hobi *traveling* berkelindan di era 4.0, kita pun sulit untuk tidak terbawa dalam sebuah gairah baru bernama: *sport tourism*!

SENSASI *SPORT TOURISM*

Barangkali kita masih terkenang pada komik Asterix & Obelix di era 90-an, yang salah satu edisinya, *Asterix di Olimpiade*, menampilkan imaji komikal rombongan masyarakat yang berbondong-bondong menuju Yunani untuk menonton Olimpiade. Ilustrasi tersebut nyata adanya! Tradisi peradaban kuno, dimana masyarakat bepergian ke Yunani hingga sekian lama demi menonton kontingen bangsanya bertanding di Olimpiade Yunani dicatat oleh sejarah sebagai cikal-bakal *sport tourism* di dunia.

Di dunia modern, lanskap pegunungan Swiss yang menjadi kanvas sempurna untuk pengalaman ber-ski disebut-sebut sebagai pionir *sport tourism* modern. Ya, *sport tourism* adalah pengelanaan ke destinasi tertentu yang kita lakukan dengan tujuan utama berpartisipasi ke sebuah ajang olahraga atau demi ikut menyaksikan sebuah perhelatan olahraga di tempat tersebut. Mengingat betapa pesatnya tren ini berkembang di seluruh dunia, bisa jadi Anda pun tanpa sadar telah berpartisipasi di dalamnya. Berdasarkan data United Nation World Tourism Organization (UNWTO) di 2015, tercatat *sport tourism* mengambil porsi 25 persen dari penerimaan industri perjalanan dan pariwisata global.

Demikian signifikannya tren *sport tourism*, sampai-sampai Kanada pun memiliki kementerian khusus untuk *sport tourism*, yakni The Ministry of Heritage, Sport, Tourism and Culture Industries. Kementerian yang merupakan hasil penggabungan kementerian kebudayaan dan kementerian pariwisata ini diresmikan pada 2011 atas kesadaran para pemangku kepentingan di sana bahwa pariwisata dan olahraga makin lengket beriringan sebagai gaya hidup masyarakat luas.

BAGAIMANA DENGAN INDONESIA?

Harus diakui, olahraga dan pariwisata memang sangat berpotensi secara industri ketika digabungkan. Jelang akhir tahun lalu kita menyaksikan Borobudur Marathon, perlombaan lari bertaraf internasional terbesar di Jawa Tengah yang memiliki 3 kategori perlombaan: Marathon (42,195 km), Half Marathon (21,095 km), dan 10K (10 km). Acara tahunan ini menjadi sangat autentik karena para pelari (bahkan keluarga dan teman pelari yang tidak ikut berkompetisi sekalipun) dimanjakan dengan pertunjukan budaya, kuliner lokal, dan keramahtamahan warga desa lokal. Sebuah 'perkawinan' antara pengalaman berolahraga dan berwisata yang terintegrasi dengan paripurna!

Sport tourism di Indonesia turut didukung oleh fenomena makin mudanya usia para pengelana; milenial dari berbagai negara dan bangsa kini menempatkan prioritas yang besar pada *budgeting* pribadi mereka untuk berkelana ke tempat-tempat eksotis dan mengunggahnya ke media sosial mereka. *Sport tourism* mendapat suntikan energi dari hasrat untuk dilihat dan melihat ini. Secara fisik? Ya, tentu segmen ini yang paling siap untuk melakukan *sport tourism* dibanding segmen usia 50 tahun ke atas yang cenderung melakukan aktivitas non-intens dan rileks di destinasi wisatanya.

Meski demikian, *sport tourism* di Indonesia pun jika kita telusuri akarnya, bukan sekadar 'tren baru' di industri olahraga. Dengan fenomena serupa Swiss, namun *output* yang berbeda, lanskap kepulauan Indonesia memang menjadi 'taman bermain' layaknya surga bagi para pencinta olahraga. Sebut saja Bali, tahun 1924. Era ketika sang surga baru mulai terkuak ke mata wisatawan internasional; era ketika pelayaran mingguan oleh perusahaan Kerajaan Belanda mulai melayani penumpang antara Singapura, Batavia, Semarang, Surabaya, dan singgah di Bali. Pelayaran pionir itu disambut dengan antusias oleh para pelancong; dari tahun ke tahun, angka turis yang datang ke Bali naik secara teratur. Tak butuh waktu lama, tiga tahun kemudian nama Bali sebagai destinasi penuh petualangan sudah menjadi buah bibir di majalah *Tourism in Netherlands East Indies* edisi 8 Februari 1927.

SELEKSI MENU MENGGIURKAN *SPORT TOURISM*

Meski identik dengan pengelana milenial yang senang bertualang dengan gaya hidup hipster, pada dasarnya *sport tourism* ramah untuk semua segmen. Inilah sejumlah varian *sport tourism*:

- **BERBASIS PESERTA:**

  - Active sport tourism

  Kegiatan berkelana yang dilakukan dengan agenda untuk berpartisipasi secara langsung di sebuah perhelatan olahraga, misalnya tim sepak bola dari negara A yang terbang ke negara B (beserta dengan tim manajemennya) untuk sebuah pertandingan penting.

  - Passive sport tourism

  Kegiatan berkelana yang dilakukan dengan agenda untuk menyaksikan sebuah pertandingan/perhelatan olahraga atau berkunjung ke sebuah stadion/museum terkait olahraga. Contohnya turis yang membeli tiket untuk menonton SEA Games 2019 langsung di Filipina.

- **BERBASIS ACARA:**

  - Hard sport tourism

  Wisata olahraga yang dilakukan ketika ada acara perlombaan olahraga yang diselenggarakan secara reguler. Contohnya: Asian Games, Olimpiade, World Cup, dan SEA Games.

  - Soft sport tourism

  Wisata olahraga yang lebih bersifat mengikuti tren gaya hidup, seperti lari atau bersepeda.

- **BERBASIS GEOGRAFIS:**

  - Marine sport tourism

  Wisata olahraga terkait kawasan perairan, seperti *diving*, *snorkeling*, berselancar, dan lain sebagainya.

  - Winter sport tourism

  Wisata olahraga di negara bersalju, dengan aktivitas olahraga khas musim dingin seperti ski.

  - Terrain sport tourism

  Wisata olahraga dengan atraksi utama adalah lanskap alam berupa dataran yang potensial untuk aktivitas olahraga seperti panjat tebing atau *hiking*.

  - City sport tourism

  Wisata olahraga ke kota tertentu dengan fasilitas teknologi *gym* terbaru atau sirkuit balapan tercanggih misalnya.

MEMANDANG MASA DEPAN *SPORT TOURISM*

Bayangkan sebuah industri yang membawa kebaikan dan sukacita, mulai dari penyedia jasa hingga konsumennya. Inilah wajah *sport tourism* di Indonesia hari ini; barangkali ini pulalah yang menjadikannya salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan terpesat di negara kita. Menurut data majalah SWA, per 2018 *sport tourism* di Indonesia telah menjadi sektor dengan pertumbuhan tercepat, yaitu 6 persen per tahun atau sekitar 600 miliar dolar AS per tahun.

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sendiri sejak beberapa tahun terakhir telah menyiapkan konsep pemasaran wisata Indonesia dengan menggandeng *sport tourism*. Jika dilihat dari situs resmi kementerian, pesona.travel, konsep pariwisata Indonesia disajikan dengan bendera 5 Keajaiban Indonesia: Petualangan, Alam, Budaya, Kuliner, dan Rekreasi. Dalam klasifikasi ini, *sport tourism* masuk dalam kategori Petualangan.

Menurut sejumlah operator wisata di timur Indonesia, dari Raja Ampat sampai Sumba, mayoritas wisatawan yang menyesaki destinasi petualangan di lanskap alam mereka adalah turis asing dari Asia dan Eropa. Diprediksi, pergeseran gaya hidup kelas pekerja secara global akan makin menyokong tren ini meningkat. Mengapa? Tren bekerja yang makin tidak terikat kantor fisik dan jam kerja mendorong makin banyak milenial berkelana sambil berkomunikasi dengan kantornya alias *'workliday'*.

Di sisi lain, korporasi besar pun makin mengurangi jam kerja bagi karyawannya, seperti Microsoft Jepang yang baru-baru ini menjadi viral karena mengurangi hari kerja karyawannya dari lima hari seminggu menjadi empat hari (sebuah keputusan yang lantas malah menaikkan produktivitas karyawannya hingga 40%). Perkembangan teknologi komunikasi dan produk *fashion athleisure* yang terus berlangsung pun dipandang akan makin mendorong orang menjelajah dan berolahraga di tempat-tempat eksotis—apalagi berbagai *platform* dan *startup* hadir mempermudah semua orang untuk mendapatkan pengalaman berwisata yang autentik.

Foto: Shutterstock & 123RF

INDAHNYA MENJADI TUAN RUMAH

Ketika kesempatan menjadi tuan rumah sebuah perhelatan olahraga internasional seperti Piala Dunia menjadi perebutan, tentu alasannya bukanlah prestise semata. Jika dikelola dengan tepat dan profesional, memang dampaknya signifikan pada sosial-ekonomi masyarakat; meningkatnya okupansi hotel, transaksi di restoran, retail, dan sebagainya. Secara sosial, kesempatan terlibat dalam *sport tourism* seperti menjadi tuan rumah sebuah perhelatan olahraga membantu menguatkan spirit berkomunitas warga setempat, sembari juga mengokohkan karakter dan identitas bangsa sambil memperkenalkannya ke masyarakat dunia.

Dari sisi pembangunan infrastruktur, kita menyaksikan berdirinya sejumlah infrastruktur olahraga dan transportasi yang lebih baik di saat sebuah negara menjadi tuan rumah. Indonesia ketika menjadi tuan rumah Asian Games, mendapatkan akselerasi pembangunan fasilitas transportasi LRT di Jakarta dan Palembang, beserta pemugaran atau pembangunan fasilitas olahraga baru dengan memakai teknologi terbaik.

Mumpung kita sudah menyinggung soal Asian Games, Channel News Asia melaporkan keuntungan ekonomi yang diraih Indonesia dari perhelatan internasional tahun 2018 tersebut: USD2.8 M.

Semoga kita masih akan terus menyaksikan geliat yang menarik dari industri *sport tourism* di Indonesia!

MAU KEMANA? AGENDA *SPORT TOURISM* INDONESIA 2020

JANUARI

Tahura Trail Running Race
Half-marathon dan *full-marathon* dengan *setting* di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda yang terletak di tengah-tengah Bandung

APRIL - MEI

Krui World Surfing League
Kompetisi selancar internasional di Pesisir Barat, Lampung, yang populer dengan 21 titik *surfing*.

JUNI

Rinjani 100 Ultra
Trail run dari 27K hingga 117K di Lombok (NTB) yang menggabungkan panorama laut yang indah hingga puncak gunung

JULI

Mantra Summits Challenge
Lari *trail* melintasi empat gunung di Kaliandra Eco Resort & Farm, Pasuruan, Jawa Timur.

AGUSTUS

Sanur Village Festival
Festival layang-layang, parade budaya, kompetisi jukung, Sanur Run, dan Sanur Village Cycling Tour.

Iron Man Bintan
Berenang, bersepeda, dan berlari di *setting* kepulauan yang eksotis.

OKTOBER

Aceh International Diving Festival
Perlombaan *fin-swimming* dan berbagai aktivitas *diving* lainnya.

NOVEMBER

Borobudur Marathon
Kompetisi lari terbesar di Jawa Tengah dengan standar internasional.

SEBERAPA MENJANJIKAN BISNIS DI SEKTOR OLAHRAGA?

"Together with a culture of work, there must be a culture of leisure as gratification. To put it another way: people who work must take the time to relax, to be with their families, to enjoy themselves, read, listen to music, play a sport."
-Pope Francis

Work hard, play hard—sebuah prinsip yang telah dipegang teguh masyarakat urban sejak era 90-an dan masih relevan hingga kini. Isu Jakarta sebagai salah satu kota terpolusi dengan penduduk paling stres pun memunculkan 'perlawanan sunyi' berupa meningkatnya inisiatif masyarakat untuk memalingkan wajah dari kesibukannya bekerja, dan mengejar pencapaian kesehatan. Hal ini bisa dilihat dari naiknya berbagai tren olahraga 'hipster' yang didukung dengan komunitas yang kuat; dari Bike to Work sampai IndoRunners, dan masih banyak lagi.

"Masyarakat lama-lama juga merasakan hidup makin tidak sehat, karena jajanan makin banyak jenisnya, dengan promo yang gila-gilaan dan mudah sekali untuk pesan-antar. Belum lagi, gaya hidup dan tingkat stres yang tinggi," komentar **Benazir Amira**, Marketing Manager untuk FITCO.

"Maka sekarang tren *sport & wellness* sedang *booming*. Selain karena jenisnya makin banyak, tempatnya makin banyak, juga terbentuk komunitas secara organik dengan adanya media sosial dan para *influencer*," sambungnya.

Harian Kompas mencatatkan, tahun 2019 diperkirakan ada sekitar 340 *event* lari yang tersebar di lebih dari 20 kota di Indonesia. Angkanya meningkat 300 persen dari tahun 2014 yang hanya sebanyak 102 *event*.

Olahraga tampaknya menjadi sebuah tren kekinian yang menarik dan penuh dinamika. Benarkah hal ini? Bagaimana kita melihatnya dari aspek ekonomi?

RAGAM POTENSI BISNIS OLAHRAGA

Pernahkah Anda berdecak—entah takjub entah heran—kepada para penjaja makanan kaki lima yang dengan cepatnya muncul di lokasi-lokasi tempat keramaian seperti demonstrasi? Di mana ada kerumunan, di sana ada bisnis. Demikian juga ketika kita berbincang soal pasar industri olahraga di Indonesia. Dari suvenir *event*, retail perlengkapan olahraga atau *apparel*, hingga *startup* seperti aplikasi pendukung aktivitas olahraga. Salah satu *startup* di bidang olahraga yang ada di Indonesia saat ini adalah Gelora.id, *platform* digital untuk penyelenggaraan aktivitas olahraga, yang berpartner dengan sejumlah *venue* sepak bola, futsal, tenis, badminton, basket, bahkan hingga *squash* di area Jabodetabek. Melalui fitur *booking* dan pembayaran *online*, Gelora mempermudah masyarakat urban dalam berolahraga.

Tak hanya di perkotaan, sejumlah operator pariwisata di titik-titik destinasi eksotis di pelosok Indonesia telah menikmati geliat *sport tourism* berupa bisnis *open trip*, *ticketing*, persewaan alat, dan lain-lain. D*iving, snorkeling, hiking* hingga ke olahraga yang lebih ekstrim, ternyata justru menjadi magnet bagi para turis milenial, bahkan dari negara-negara yang jauh sekalipun. "Acara-acara maraton di berbagai kota Indonesia juga penuh peminat. Intinya, kalau dikemas dan diorganisasi dengan baik, sangat berpotensi menjual pariwisata Indonesia," simpul Benazir.

TANTANGAN YANG HARUS DIHADAPI

Tentu tidak ada potensi atau kesempatan bisnis yang hadir tanpa tantangan. Salah satu ilustrasi yang paling sering disorot adalah persaingan yang dihadapi oleh para pemain di industri *athleisure* dengan produk palsu.

Athleisure sendiri mengacu pada gerakan *fashion* yang baru saja lahir, melibatkan desain-desain pakaian yang terinspirasi dari pakaian olahraga. Meski demikian, pakaian *athleisure* tidak terbatas hanya dikenakan di dalam arena olahraga, tetapi juga dikenakan dalam kegiatan sehari-hari sebagai *fashion statement*. Sebut saja celana *yoga*, *legging*, hingga sepatu *sneakers* yang baru-baru ini menjadi *buzzword* di segmen milenial dan gen z melalui *event-event hip* seperti Jakarta Sneakers Day. Tak hanya menimbulkan antrean yang fenomenal, Jakarta Sneakers Day terbukti mampu menjadi wadah untuk komunitas yang solid, yakni para pencinta *sneakers* yang kerap dijuluki *sneaker-heads*.

GELORA.ID

Bicara soal Jakarta Sneakers Day, sejumlah *brand sneakers* lokal di sini tampak disambut gegap-gempita oleh penggemarnya, termasuk sampai menimbulkan antrean yang mengular, Compass misalnya. Fenomena ini merupakan kabar baik bagi para pemain di bisnis *sports athleisure* atau *apparel* lokal; bahwa produk lokal yang bagus cukup dihargai dibanding *brand* luar negeri. Masyarakat pun mulai teredukasi untuk membeli produk lokal asli daripada produk luar negeri yang dipalsukan.

Selain itu, masih ada pula tantangan dalam hal sikap masyarakat sendiri yang cukup kontradiktif dalam hal olahraga. Menurut Badan Pusat Statistik, pada tahun 2016 hanya 27% masyarakat Indonesia berusia di atas 10 tahun yang rutin berolahraga. Apakah ini berarti masyarakat masih berolahraga hanya karena sedang tren?

Dikatakan oleh **Dibyanta Satari**, *Founder* sekaligus CEO dari Gelora.id, "Kalau saya lihat, baik karena mengikuti tren gaya hidup atau karena alasan kesehatan, keduanya bagus untuk menjadi motivasi." Dibyanta lebih lanjut mengungkapkan, "Mungkin banyak yang awalnya berolahraga karena mengikuti tren, kemudian sebagian lagi merasakan manfaat jangka pendek dari berolahraga terhadap badan. Jadi menurut saya, motivasi karena tren merupakan awal yang baik bagi mereka yang akhirnya berolahraga untuk kesehatan."

DIBYANTA SATARI,
Founder & CEO Gelora.id

JURUS SUKSES BERMAIN DI INDUSTRI OLAHRAGA

Layaknya sebuah pertandingan olahraga, maka mereka yang terjun dalam industri ini pun harus cekatan bergerak seiring dinamika yang ada. "Ke depannya, *sport tourism* harus banyak didukung oleh pemerintah setempat yang mempunyai potensi yang bagus," sambung Dibyanta. "Seperti Borobudur Marathon atau acara *triathlon* di beberapa daerah yang berhasil menyedot ratusan wisatawan asing sebagai peserta. *Demand*-nya sudah ada, sekarang tinggal bagaimana caranya kita mengembangkan sisi pariwisatanya, seperti akomodasi, kuliner, dan *tourism spot* lain yang berada di lokasi *event* olahraga yang berlangsung sehingga dampaknya lebih besar lagi terhadap industri dan ekonomi secara keseluruhan," jelasnya.

Benazir pun menyetujui hal ini. "*Sport tourism* tampak bertumbuh, dengan Indonesia yang sudah mulai aktif di *event* olahraga internasional, seperti Asian Games lalu, kita sukses menjadi *host* dan terbukti bisa bersaing dengan negara lain dan membuka pintu untuk *event-event* internasional lain yang bisa digelar di sini." Terbukti, tahun 2021 nanti Indonesia kembali mendapatkan kepercayaan, kali ini dari FIFA, untuk menjadi tuan rumah Piala Dunia U-20.

Potensi industri ini pun bisa dibilang masih sangat besar untuk digali. "Kalau yang saya lihat, tren sekarang tidak hanya *sport* sebagai *leisure*, tapi *sport* sudah sebagai kebutuhan," ujarnya. Dari pengamatan Dibyanta, kegiatan olahraga rutin semakin diterapkan oleh banyak masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan bermunculannya *boutique gym* (*gym* dengan ruangan yang lebih privat, biasanya berfokus pada 1-3 tipe latihan fisik yang spesifik, dengan harga yang lebih premium) yang menjadi pilihan masyarakat untuk menjaga kesehatan dan melatih tubuh agar selalu fit.

"Tren ini semakin menarik lagi, karena banyak muncul *brand* yang berusaha untuk memenuhi kebutuhan

WAYS TO FIT - KEMANG

@JAKARTASNEAKERDAY

@JAKARTASNEAKERDAY

segmen masyarakat yang peduli akan kesehatan mereka sendiri, seperti *healthy food* dan *sportswear* dengan *brand* lokal," tandasnya.

Tren olahraga ini menurut Benazir didukung oleh komunitas dan kemudahan akses, dengan banyaknya studio olahraga dan aplikasi untuk *booking* sesi. "Tempat berolahraga tidak lagi hanya *gym-gym* besar seperti dulu, sekarang pun pembayaran bisa per *visit*, tanpa sistem *membership* yang membebani," katanya.

Raden Gatot dari INFIA Network berbagi mengenai pengalamannya di Jakarta Sneakers Day dalam ajang Social Media Week 2019 beberapa waktu lalu. Ternyata kunci sukses dari Jakarta Sneakers Day, selain tren *sportswear* yang tentunya telah menjangkiti masyarakat, adalah keseriusan 'di balik panggung.'

Hanya karena berada di industri *leisure*, bukan berarti bisnisnya harus dijalankan dengan 'santai' pula. Jakarta Sneakers Day diawali dengan riset mendalam yang mencakup:

- Analisa tren di pasaran.
- Seberapa besar ekosistem, komunitas, dan permintaan mereka akan produk/jasa tersebut.
- Taktik lokalisasi, *timing* yang tepat, dan monetisasi tren tersebut.

Ke depannya, mereka pun bertekad menjadikan bisnisnya *sustainable*, alias tidak terhenti sebagai sebuah tren saja, dengan cara menjalin kerja sama dengan pemerintah, aktif terlibat dalam acara-acara pameran, bahkan berkolaborasi dalam sebuah konsorsium. Salah satu yang mereka lakukan adalah dengan mengangkat harkat kreator *apparel* olahraga lokal ke panggung yang lebih global.

Ia menyimpulkan strateginya sebagai B2C2B2G. Kode apa lagi ini? Maksudnya adalah *Business to Consumer to Business to Government*. B2C bicara mengenai strategi memperbesar pasar penggemar *sneakers* dan mengedukasi *market*, B2B berkolaborasi dengan para desainer *sneakers*, *reseller*, hingga ke jasa perbankan. B2G penting untuk dukungan dari regulator, yang akan membuat bisnis tersebut *sustainable*.

Jadi, sudah siapkah kita terjun dan ikut dengan dinamika bisnis di sektor olahraga? Yo, yo ayo!

Foto: courtesy of gelora.id, @jakartasneakerday, ways to fit - kemang, adidas-group.com, shutterstock, 123RF

SERVASIUS BAMBANG PRANOTO

BERKAH YANG TAK PERNAH PUTUS DARI MINYAK KUTUS KUTUS

Saat mengalami kedua kakinya lumpuh, ia pun menciptakan ramuan minyak yang ampuh.

Awalnya, **Servasius Bambang Pranoto** adalah seorang profesional yang memiliki karier cemerlang di sebuah perusahaan multinasional di Jakarta. Merasa jenuh dengan rutinitas yang sudah dijalaninya selama 25 tahun, dia memutuskan berhenti dari pekerjaannya dan meninggalkan segala kemapanan untuk kemudian memilih menetap di Bali sejak tahun 2002 dan menikmati hidup dalam kesederhanaan.

Hidup memang tak bisa ditebak. Dari memilih hidup sederhana dan meninggalkan semua harta benda, kini, nama Bambang Pranoto malah dikenal sebagai pengusaha sukses dengan omzet milyaran rupiah setiap bulan dari bisnis minyak Kutus Kutus. Tim *Mandiri Prioritas* beruntung bisa bertemu sekaligus menimba ilmu dengan pengusaha *nyentrik* ini di pabrik sekaligus kantor Kutus Kutus di Desa Bitra, Gianyar.

BENCANA MEMBAWA BERKAH

Perjalanan bisnis Bambang—sapaan akrab—dalam mengembangkan minyak balur yang di kemudian hari terkenal sebagai minyak Kutus Kutus ibarat bencana membawa berkah. Pasalnya, minyak Kutus Kutus tercipta karena insiden terperosoknya Bambang di jalan yang nyaris setiap hari dilaluinya. Hal ini terjadi pada tahun 2011 hingga menyebabkan kedua kakinya lumpuh. Lewat meditasi yang memang sudah rutin dilakukannya, dia memperoleh inspirasi membuat minyak balur berbahan minyak kelapa dan 49 herbal, mulai dari akar, batang, buah, bunga, hingga daun, yang terdapat di sekeliling rumahnya. Kesabarannya pun berbuah manis. Dalam waktu tiga bulan, Bambang berhasil sembuh dari kelumpuhan berkat minyak olahannya yang dibalurkan rutin di sekujur tubuh, terutama di bagian kaki. "Itulah cikal bakal minyak Kutus Kutus, minyak yang menyembuhkan saya dari kelumpuhan," kata pria kelahiran 13 Mei 1955 ini.

Kutus Kutus berasal dari bahasa Bali yang berarti 88, dan dimaknai sebagai produk minyak balur berlambang angka 8 yang paling indah dan sakral. Angka 8 mirip lambang *infinity*, artinya tanpa batas. Dalam dunia penyembuhan, angka 8 mewakili makna penyembuhan tanpa batas; penyembuhan yang paling *powerful*.

Sejak 1988, pria asal Klaten ini berkomitmen meninggalkan obat kimia dan percaya bahwa tubuh sudah mempunyai energi yang mampu menyembuhkan dirinya sendiri. Setiap bahan baku jamu juga dipercaya memiliki energi masing-masing yang kemudian membentuk sinergi yang seimbang dengan tubuh. "Sinergi 49 bahan baku itulah yang menyembuhkan penyakit," ungkap Bambang.

Keluarga dan kerabat dekat Bambang pun turut memakai ramuan minyak yang diracik secara sederhana itu dan merasakan manfaatnya, yakni sembuh dari penyakit yang dideritanya. Dari situlah mereka mulai mendesak Bambang untuk memproduksi Kutus Kutus lebih banyak dan menjualnya sehingga banyak orang yang akan memperoleh manfaat. Hampir dua tahun mengalami kebimbangan, hingga suatu malam ketika hendak melakukan ritual pembersihan diri di Pura Tirta Empul Tampaksiring bersama teman-temannya, Bambang didekati sosok laki-laki yang tiba-tiba muncul dan membisiki agar segera menjual dan menamai minyak racikannya "Kutus Kutus".

PELAYANAN TERBAIK UNTUK SEMUA

Pada pertengahan 2013, Bambang dengan bantuan seorang teman, mulai memasarkan perdana Kutus Kutus sebanyak

500 botol kemasan 250 ml. "Dan, tidak ada yang laku," kenang Bambang diiringi tawa lepas. Dia pun belajar dari kegagalan itu. "Saya coba mengubah kemasan. Dari yang semula dikemas dalam botol kaca menyerupai produk spa, akhirnya dikemas ulang dengan botol plastik isi 100 ml, dan bisa laku. Ternyata, *packaging is very important*," katanya.

Pada pertengahan Desember 2013, Bambang memperkenalkan minyak Kutus Kutus lewat media sosial Facebook (FB). Sebulan berjalan, pada pertengahan Januari 2014 mulai terlihat hasilnya. Perlahan tetapi pasti, pesanan mulai berdatangan. Pada Oktober 2014, dengan dua puluh *reseller* rata-rata terjual dua ribu botol per bulan dan sejak Desember 2014 sudah mampu menjual lima ribu botol setiap bulan.

Namun di tengah keberhasilan meningkatkan penjualan minyak racikannya, Bambang terpaksa harus memutus hubungan dengan mitra bisnis yang berlaku curang. Kecurangan mitra bisnis tersebut adalah mengoplos hingga memalsukan minyak racikan Bambang lalu dijual dengan harga lebih murah dibandingkan harga resmi (Rp230 ribu per botol 100 ml). "Saya harus tegas karena ini menyangkut kepercayaan dan kesehatan orang banyak," kata Bambang serius.

Hanya sebulan sejak memutuskan hubungan kerja sama, Bambang berhasil mendongkrak penjualan hingga 10 ribu botol per bulan dan menutup tahun 2016 dengan memproduksi 50 ribu botol per bulan, kemudian meningkat lagi menjadi 100 ribu botol per bulan sepanjang 2017 dan 350 ribu botol per bulan di tahun 2018. "Saya masih tetap hanya menggunakan kekuatan media sosial FB. Nyaris tidak ada dana khusus untuk promosi karena habis untuk produksi. Strategi *marketing* terbaik adalah memberi pelayanan yang terbaik kepada semua. Bisnis akan bekerja dengan baik kalau ditunjang dengan produk yang baik juga. Sebesar apa pun mengeluarkan *budget* untuk *marketing*, kalau produknya tidak baik juga percuma," jelas Bambang mengungkap strategi promosinya.

Strategi Bambang terbukti berhasil. Bisnis Kutus Kutus pun melaju pesat. Desember 2018, Bambang mulai mengoperasikan bisnisnya dari pabrik sekaligus kantor tiga lantai di atas tanah seluas 2.800 m2 di Desa Bitra, Gianyar. Dari pabrik ini, dibantu 90 karyawan, dia mampu memproduksi 24 ribu botol setiap hari. Dengan 5.000 *reseller* yang tersebar di seluruh Indonesia, produksi hariannya nyaris tak bersisa karena terserap pasar. "*Reseller* saya beri kebebasan penuh memasarkan minyak Kutus Kutus, asal harganya tidak boleh lebih murah dari Rp230 ribu per botol," katanya. Melalui *reseller* inilah produk Kutus Kutus diekspor langsung ke luar negeri.

Dengan cara pemasaran menyerupai multilevel, Bambang membuka kesempatan *reseller*-nya memperoleh pendapatan sebesar-besarnya dengan sistem bagi hasil dan *reward* yang diperoleh dari hasil penjualan masing-masing. Tahun 2018 lalu, Bambang memberikan *reward* berupa jalan-jalan ke Eropa. Sementara karyawan di pabriknya dihargai berdasarkan bonus pencapaian produksi sehingga bisa memiliki penghasilan hingga 2 x UMR setiap bulan.

BISNIS YANG TUMBUH BERSAMA

Untuk membuat racikan Kutus Kutus, pria lulusan Teknik Elektro Universitas Sanata Dharma Yogyakarta ini membeli bahan baku langsung ke petani dan pedagang di pasar tradisional dengan harga premium sehingga diharapkan makin banyak yang memperoleh manfaat dari kehadiran minyak Kutus Kutus. "Saya sengaja tidak menanam

sendiri bahan bakunya karena ingin bisnis ini juga bisa membawa manfaat bagi banyak pihak. Perusahaan besar adalah perusahaan yang didukung *shareholder*, pegawai, pembeli, dan penjual. Mari kita tumbuh bersama," ungkapnya.

Meski sudah mengalami kemajuan yang luar biasa, Bambang masih harus menghadapi tantangan setiap waktu, yaitu berita hoaks dan pemalsuan. Nyaris setiap hari minyak Kutus Kutus menjadi viral karena berita-berita hoaks di media sosial. "Hal ini malah saya jadikan promosi gratis," ujar Bambang. Minyak Kutus Kutus, lanjutnya, bukan minyak sakti yang mampu menyembuhkan segala penyakit. "Baluran minyak memang bisa membantu merangsang kekuatan tubuh dalam menyembuhkan diri sendiri. Tidak ada mistik, *magic*, atau mantra dalam proses pembuatan," tuturnya.

Sifat minyak Kutus Kutus bukan mengobati, tetapi menumbuhkan kekuatan dari dalam untuk bisa mengobati sendiri. Jadi, tidak ada batasan pemakainya, mulai dari bayi hingga lansia bisa menggunakan minyak ini. Sebagai produk jamu, minyak Kutus Kutus juga sudah lolos uji Badan Pengawasan Obat dan Makanan.

"Perusahaan besar adalah perusahaan yang didukung shareholder, *pegawai, pembeli, dan penjual. Mari kita tumbuh bersama."*

KUTUS KUTUS GO INTERNATIONAL

Ada satu mimpi Bambang yang akan segera diwujudkan, yaitu membuka kantor di Amsterdam, Belanda. Menurut Bambang, penerimaan orang luar negeri terhadap Kutus Kutus sangat bagus. "Di mana pun berada, Kutus Kutus selalu ada," ungkapnya. Hal ini memacu Bambang untuk lebih semangat membawa Kutus Kutus ke seluruh dunia. "Sukses selalu menjadi target saya. Dan baru bisa dikatakan sukses bila sudah berguna untuk orang banyak. Saya akan selalu berusaha memberi manfaat sekaligus menjadikan Kutus Kutus solusi kesehatan manusia modern," kata Bambang yang juga bermimpi suatu saat Kutus Kutus bisa menjadi sponsor balapan Formula 1.

Dengan bisnis yang melaju pesat, tentu Bambang sangat membutuhkan pengelolaan keuangan yang terencana dengan baik. "Selama ini saya percayakan pengelolaan keuangan ke Bank Mandiri. Selain karena pelayanannya yang sangat kekeluargaan, Bank Mandiri juga menawarkan berbagai alternatif investasi yang menguntungkan," pungkas Bambang sambil memberikan pujian kepada Bank Mandiri.

STELLA RISSA
BERSINAR DI USIA MUDA

Membangun bisnis itu mudah, mempertahankannya yang sulit.

Nama **Stella Rissa** (34) tak asing lagi dalam industri *fashion* di Indonesia. Dari usia sangat muda ia membuat *brand* STELLARISSA dan mendapat apresiasi baik dari pasar. Perempuan kelahiran 14 September 1985 ini adalah lulusan terbaik La Salle College Jakarta tahun 2006. Sejak awal kariernya, Stella sudah menerima sejumlah penghargaan dan turut diundang berpartisipasi di acara *fashion* internasional, yaitu Malaysia & Singapore Fashion Week. Dikenal sebagai salah satu desainer termuda yang pada saat itu mempelopori *ready-to-wear* di Indonesia, Stella berbagi kisah tentang kreativitas dan bisnis di balik *brand* STELLARISSA dengan majalah *Mandiri Prioritas*.

MENCINTAI *FASHION* SEJAK KECIL

Stella bertutur, ia memiliki kesenangan terhadap berbagai bentuk seni sejak kecil, terutama seni mode. Karena baginya, mode adalah bentuk seni yang paling terus terang, karena dapat dikenakan. Semasa kecilnya, Stella terobsesi membaca majalah-majalah *fashion* dan mempelajari ilustrasi mode. Ia akhirnya mulai membuat pakaian sendiri di usia 14 tahun. "Ini bisa dibilang awal mula 'kecemplung' di dunia *design*. Mencoba membuat baju sendiri karena saya punya bentuk badan yang agak susah mencari baju *ready to wear*," jelasnya. Dari situ, Stella mulai menerima pesanan pakaian *custom-made* dari teman-teman SMA-nya, kemudian melebar ke klien dengan rentang usia dan kepribadian yang beragam sehingga membantu Stella membentuk identitasnya sebagai perancang dan menentukan target pelanggan.

Sejak itulah Stella mendapat keyakinan untuk meneruskan kariernya di jalur *fashion*. Kakak perempuan Stella, **Luke Winata**, menjadi inspirasi terbesarnya. Luke berprofesi arsitek dan menetap di New York. Ia juga pencinta seni dan sering berbagi mengenai dunia seni dan mode di New York. Selain itu, ia juga membantu Stella mendesain STELLARISSA STUDIO. "Cerita-cerita darinya membuka mata dan memperluas wawasan saya, yang tentunya membawa pengaruh besar dan menginspirasi saya. *She keeps me going*!" Tutur Stella.

MENCIPTAKAN TREN

Brand STELLARISSA diluncurkan pada tahun 2008 dengan sebuah koleksi yang memadukan gaya modis dan potongan klasik dengan bahan berkualitas premium. "Awal mula menciptakan STELLARISSA karena kebanyakan desainer mode Indonesia berfokus pada pakaian *custom made*, maka dari itu saya ingin membuat terobosan baru dengan membangun pakaian *ready to wear* yang bisa dipakai perempuan dalam keseharian mereka," jelas Stella.

Dalam menciptakan rancangannya, Stella selalu memosisikan agar karyanya bisa *creating the trends*. Hal ini sesuai target *market* STELLARISSA, yaitu wanita matang, mandiri, bukan *followers* tetapi juga bukan pengejar tren, dengan rentang usia 25-40 tahun. "Berbagai karakter wanita menjadi inspirasi terbesar saya. Karena memulai dari *custom made*, saya bertemu perempuan dengan berbagai macam kepribadian. Ada yang percaya diri, ada yang sangat pemalu, dan ada juga yang *in between*. Banyak sekali perempuan inspirasional yang saya temui, membuat saya bisa membayangkan mereka akan cocok pakai busana seperti apa. Jadi ada variasi dalam desain saya, berdasarkan interpretasi saya tentang wanita itu seperti apa," jelas Stella.

HE FUTURE
FEMALE

FEMALE

Menurut Stella, *fashion designer* itu lama-lama mirip psikolog. Ketika klien datang ke studio Stella, mereka tidak hanya bertemu seorang desainer. "Saya ajak *ngobrol* untuk tahu karakternya seperti apa, dan pakaian yang cocok sesuai karakternya itu. Dari situ saya bisa memilih pakaian yang sesuai dengan karakter mereka, apa yang membuat mereka nyaman. Karena setiap wanita punya bagian yang ingin ditonjolkan dan ingin ditutupi," terang Stella. Latar belakang Stella yang sekolah di bidang *fashion* membantunya dalam membuat *customer profile* dan di saat yang bersamaan mempelajari apa yang sedang dijual di pasaran, analisis tren, pemetaan, dan lain sebagainya. Stella menyadari di zaman sekarang ini, dalam bidang seni, orisinalitas sulit sekali, namun bukan berarti apa yang pernah *trendy* di masa lalu tidak dapat diperbarui.

Stella yang sudah bertahan di industri mode lebih dari 10 tahun, baru saja meluncurkan koleksi *bridal* terbaru pada pergelaran Ikatan Perancang Mode Indonesia (IPMI) Trend Show 2020 pada 6-8 November 2019 di Jakarta. "Memegang idealisme itu penting, selain harus terus belajar menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Karena dunia terus berubah," ujar Stella.

"Memegang idealisme itu penting, selain harus terus belajar menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman. Karena dunia terus berubah "

KUNCI SUKSES: KONSISTENSI DAN KERJA KERAS

Bisa bertahan dalam industri mode lebih dari satu dekade merupakan suatu berkah bagi Stella. "*Fashion designer* datang dan pergi. Kuncinya adalah konsistensi, konsistensi, konsistensi. Kami percaya dengan sepenuh hati terhadap kualitas produk dan desain kami," tambah Stella yang dikenal sangat detail dalam rancangan bajunya. Ditambah, bekerja dengan *passion* membuat Stella menikmati perjalanan kariernya dengan senang hati. Stella memulai dengan sangat sederhana, dengan sebuah studio di lantai atas rumah orang tuanya, hingga sekarang *flagship studio*-nya yang berada di Jl. Sawo, Menteng, sudah berdiri selama lima tahun.

Memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan juga menjadi salah satu kunci bertahan dalam industri ini. Jadi, pelanggan yang datang ke STELLARISSA tidak hanya sekadar membuat/membeli baju, tetapi juga mendapat pengalaman baru. "Kita menyebutnya *The Stella Rissa Experience*, dimana mereka datang ke studio, langsung bisa bertemu dengan saya, saya pilihkan baju yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan saya pastikan kualitas terbaik untuk pengerjaan baju mereka. Kalaupun ada *minor tear due to wear* atau apa saja, baju bisa dikirim kembali untuk kami perbaiki. *It's the STELLARISSA service*," jelas Stella. Satu lagi hal yang istimewa mengenai karya Stella adalah bagaimana sensasi yang dirasa ketika mengenakan koleksinya. Klien-kliennya merasa menjadi versi terbaik dirinya, bagian terbaiknya teraksentuasi atau bahkan menemukan sisi yang tidak pernah dirasakan sebelumnya.

Selain itu, kemauan untuk selalu terus belajar juga menjadi kunci untuk bisa bertahan dalam dunia bisnis. "Jangan pernah merasa puas atas apa yang diraih. Terus berinovasi dan mencari ide ide baru. Membuat bisnis dewasa ini mudah, mempertahankannya yang sulit," jelas Stella. Dengan perkembangan bisnisnya yang semakin besar, Stella yang seorang seniman harus belajar banyak hal tentang bisnis. "Saya harus belajar banyak hal tentang *marketing*, manajemen, *financial*, dan lain lain. Untungnya saya bersama Bank Mandiri. Dari Bank Mandiri saya belajar banyak hal tentang bisnis dan pengelolaan keuangan," terang Stella.

Saat ini Stella juga punya perhatian khusus terhadap perkembangan dunia digital. Karena itu, Stella membentuk tim media sosial untuk mengenalkan STELLARISSA ke khalayak yang lebih luas. "Tentu dengan cara yang elegan dan menjaga idealisme," ujarnya. Selain itu, dari sisi produk, Stella terus berinovasi untuk menawarkan produk yang berkualitas. "Saya ingin tidak sekadar menjual *fashion*, tetapi juga *value* dan produk yang *environment friendly*. Saya ingin ikut serta mengurangi sampah dengan menghasilkan karya yang awet, bisa dipakai lebih dari 4 tahun dan tetap terjaga kualitasnya," kata Stella yang mempunyai rencana untuk membuat *e-commerce* ini.

Stella juga menganggap klien sebagai teman. Tidak sedikit klien yang kemudian menjadi teman Stella. Karena itu, Stella kini hanya membuka studio di Jl. Sawo no 1, Gondangdia, Jakarta Pusat. "Adanya studio ini merupakan salah satu *milestone* terpenting dalam karier saya. Siapa saja yang masuk ke studio ini akan merasa *each one of them is special*. Itu mengapa saya mengadakan *private viewing* untuk setiap klien. Supaya mereka mendapat perhatian penuh dalam memilih koleksi saya," tutur Stella. Desain interior studio STELLARISSA, yang ia rancang sendiri setiap detailnya, selaras dengan karakter koleksi baju Stella, yaitu *bold*, *sensuous*, dan *alluring*.

RENI SITAWATI SIREGAR

MENEMUKAN TITIK BALIK DI BISNIS LOGISTIK

Mengalami dinamika bisnis yang berliku, takdir kesuksesannya ada di layanan jasa pengiriman paket dan dokumen.

Bisnis logistik kian memikat saja. Sektor *e-commerce* disebut-sebut sebagai pemicu melambungnya penggunaan jasa layanan pengiriman barang. Melihat peluang pasar yang besar di Indonesia, pemain baru atau *startup* logistik pun bermunculan.

Di antara sekian banyak perusahaan logistik di tanah air, tersebut nama **Nusantara Card Semesta** (NCS) yang sudah 25 tahun beroperasi. Di bawah komando **Reni Sitawati Siregar** (52), *owner* sekaligus CEO, NCS menjelma sebagai perusahaan logistik yang diperhitungkan. Mulai merintis dengan 5 orang kurir dan menyewa garasi sebagai kantor, kini NCS mempekerjakan sekitar 3.000 karyawan yang tersebar di ratusan kantor cabang di seluruh Indonesia.

"Bisnis jasa perlu kekuatan, keuletan, dan fokus. Selain itu, juga mengandalkan kepercayaan. Artinya, ketika orang sudah percaya kepada kita, kita harus komitmen dengan kepercayaan tersebut," ungkap Reni perihal bisnis NCS yang tetap berjaya saat ditemui di Kantor Pusat NCS, Jalan Brigjen Katamso, Palmerah, Jakarta Barat.

GONTA-GANTI BISNIS

Lahir dan dibesarkan oleh ayah yang berprofesi sebagai pedagang serta ibu yang seorang guru sekaligus pengusaha konveksi turut membangun mental berbisnis pada diri Reni. Sejak kecil, wanita kelahiran Simalungun, 10 September 1967 ini sudah terbiasa membantu kedua orang tuanya berjualan di pasar. Sering pula ia membantu sang ibu menyelesaikan pakaian pesanan pelanggan.

"Alhamdulillah, mental melayani dan menawarkan produk sudah terbentuk semenjak saya kecil. Dari kelas 4 SD, saya sudah *jagain* toko orang tua. Jadi, saya sudah pegang uang dari kecil, ha…ha…ha….," kisah Reni berseloroh.

Usai lulus dari Akuntansi Keuangan Universitas Sumatera Utara (USU), Reni memulai debut bisnisnya di Jakarta. Tahun 1994, ia mengawali bisnis NCS dengan menjual telepon seluler (ponsel) dan *pager* (radio panggil/penyeranta). "Awal mula bisnis NCS bukan logistik, tapi menjual ponsel dan *pager*. Karena saya tidak punya modal yang cukup, orang yang mau beli ponsel atau *pager* harus membayar di muka. Saya mendapat keuntungan 500 ribu rupiah dari setiap unit yang terjual," Reni berkisah.

Berkat kegigihannya, Reni pun dipercaya menjadi *authorized sales* agent untuk ponsel Motorola dan *pager* Indolink. Sayang, bisnisnya ini tidak awet. Produk *black market* 'merusak' pasar ponsel ketika itu dan Reni akhirnya memilih untuk 'mundur' kemudian beralih menjual kartu nomor ponsel (SIM *card*) perdana, voucer hotel, dan lainnya.

Seiring waktu, Reni mengalihkan usahanya menjadi *authorized agency* kartu kredit. Dibantu dengan lima karyawan, Reni melayani 16 bank dengan tugas, antara lain menyortir surat pengajuan kartu kredit, melakukan survei, dan pengiriman dokumen.

Melihat cara kerja Reni, salah satu bank memintanya untuk melakukan pengiriman dokumen kepada nasabah. Wanita yang murah senyum ini tidak menyia-nyiakan kepercayaan yang diberikan. Dari sinilah NCS mulai melayani pengiriman dokumen. Dari satu bank, Reni kemudian berhasil menjalin relasi dengan banyak bank di Jakarta.

"Menurut pandangan klien, saya termasuk orang yang mau belajar dan mendengar. Diberi pekerjaan apa saja,

pasti saya terima, termasuk yang sulit sekalipun. Dari situ saya bisa belajar kan? Nah ketika layanan pengiriman dokumen mulai stabil, saya tinggalkan bisnis yang lain. NCS fokus di jasa pengiriman dokumen saja," ujar istri dari **Budi Agustono** (59) ini.

JAGOAN DOKUMEN

Kesukesan memang bukan tercapai dalam semalam. Reni menyadari hal itu sehingga menikmati proses kerja keras yang dilakukannya. Untuk mendukung bisnisnya yang mulai berkembang, ia pindah kantor, lagi-lagi dengan menyewa di wilayah Tomang, Jakarta. Reni pun tidak sungkan naik kendaraan umum untuk menemui klien. "Di awal merintis bisnis, hanya ada satu mobil jenis minibus. Kalau mobilnya sedang digunakan, saya naik bajaj saja ke klien atau untuk urusan yang lain, ha…ha…ha…," kenang ibu dari **Ghina Audryni** (19), anak semata wayangnya.

Dalam kurun waktu tidak lama, bisnis Reni menemukan titik balik yang positif. Di awal terbentuknya KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi), NCS berhasil memenangi tender pengelolaan dokumen lembaga tersebut. Reni sangat menjaga betul amanah yang didapatnya ini karena menyangkut kredibilitas lembaga negara dan NCS. Sejak menangani dokumen KPK, nama NCS melejit. Beberapa klien dari lembaga plat merah lainnya juga menggunakan jasa NCS.

"Saya selalu bilang kepada semua orang, knowing about your customer"

Dengan bisnis yang terus menggelinding mulus, tahun 2002 Reni membeli lahan untuk dibangun sebuah kantor—cikal bakal kantor pusat. Tahun 2005, pembangunan selesai, NCS pun resmi pindah ke kantor barunya yang terbilang megah. Di sisi lain, klien NCS makin 'menggunung'. Saking banyaknya klien yang memercayakan pengiriman dokumen, NCS pun mendapat julukan "jagoan dokumen". Nyaris seluruh bank dan perusahaan asuransi menggunakan NCS untuk pengiriman dokumen, termasuk Bank Mandiri.

"Sejak Bank Mandiri ada, NCS sudah menjalin kerja sama. Bagi saya, Bank Mandiri bukan hanya tempat saya menjadi nasabah. Saya besar bersama Bank Mandiri. Saya banyak dibantu dengan produk dan fasilitas yang diberikan oleh Bank Mandiri sampai saat ini," Reni menuturkan.

MENUJU DIGITALISASI DAN PROFESIONAL

Perubahan zaman menuju era digital tak terelakkan. Reni sigap dalam menghadapinya dan sudah beradaptasi sejak 2005 lalu, dimana perbankan mulai membuka layanan *e-statement* (dokumen elektronik). Waktu itu, kata Reni, NCS meluncurkan layanan *mailroom management* yang tidak hanya ditujukan kepada perbankan dan perusahaan asuransi, tapi juga sektor telekomunikasi serta perusahaan minyak dan gas.

"Hari *gini* digitalisasi sudah merambah ke perbankan. Banyak *fintech* yang menggantikan peran kartu kredit. Ini tentu berdampak juga ke pengiriman dokumen. Yang tadinya bisa mengirim hingga 250 ribu dokumen, jadi hanya 100 ribu dokumen. Saya katakan kepada seluruh tim kerja, NCS harus mampu beradaptasi menghadapi situasi pasar," jelas Reni.

Karena digitalisasi, lanjut Reni, NCS tidak lagi hanya fokus ke perbankan, asuransi, dan korporat lainnya, tapi juga menengok sektor ritel dan *e-commerce*. Untuk itu, wanita yang gemar membaca buku ini mempersiapkan infrastrukturnya semenjak beberapa tahun lalu. NCS telah membangun *server* dan sistem dengan teknologi terkini sehingga bisa memfoto dan tanda tangan di ponsel kurir (berbasis Android) saat melakukan pengiriman paket atau dokumen.

"Jadi, secara infrastruktur kami siapkan, orang-orangnya kami latih, kualitas dinaikkan, *action plan* kami susun, dan tinggal disosialisasikan saja. Satu lagi, kami juga akan mengembangkan cabang ke seluruh Indonesia. Indonesia timur itu luar biasa buat pasar *e-commerce*, *lho*!" papar pebisnis yang sering diundang menjadi pembicara dan motivator ini.

Hingga kini, layanan jasa yang diberikan NCS meliputi logistik, pergudangan, distribusi, pengiriman kargo, kurir, dan *mailroom management*. Untuk mendukung bisnisnya itu, Reni telah memiliki enam kantor beserta gudang yang terletak di kawasan Jakarta Barat. Sudah barang tentu halangan dan kesulitan kerap ditemui Reni dalam mengembangkan NCS. Namun, ia selalu memiliki cara untuk keluar dari kesulitan sambil bertawakal kepada Allah SWT. Selama ini, pendekatan yang dilakukan Reni terbukti efektif dalam mempertahankan loyalitas kliennya.

"Saya selalu bilang kepada semua orang, *knowing about your customer*. Kenali dan ketahui klien kita, lalu perlakukan mereka tidak sebatas sebagai klien. Dari pendekatan ke klien, kita jadi akrab dan bisa menyusun strategi bisnis. Saya juga banyak belajar dari klien dan teman-teman bagaimana agar perusahaan bisa *go public* karena mimpi saya ke depan, NCS mampu menjadi perusahaan profesional," tandas Reni, optimis.

ECONOMIC OUTLOOK 2020
#OPTIMISM

Indonesia lebih siap menghadapi ketidakpastian global dan tantangan ekonomi di tahun 2020.

Pada awal Desember 2019, Bank Mandiri mengadakan acara Market Outlook 2020 dengan tema #optimism dimana Wakil Menteri Keuangan Bapak **Suahasil Nazara** menjadi *keynote speaker*. Tema yang diangkat menjadi pusat perhatian dimana Pemerintah Indonesia akan membuat beberapa kebijakan untuk dapat mempertahankan pertumbuhan perekonomian Indonesia di tahun 2020 di tengah ketidakpastian politik dan ekonomi global, misalnya Inggris yang belum menemukan solusi untuk keluar dari Eropa *(Brexit)*, kemudian China yang diterpa krisis Hong Kong, reformasi struktural perekonomian, dan perang dagang dengan Amerika Serikat (AS). Ringkasan dan *excerpt* yang disampaikan oleh *keynote speaker* pada acara tersebut termaktub dalam tulisan ini.

TANTANGAN EKONOMI INDONESIA

Pertumbuhan ekonomi global pada tahun 2019 diproyeksikan berada di level 3% atau turun 0.7 *percentage point* dari proyeksi sebelumnya. Pertumbuhan volume perdagangan pun diprediksi hanya tumbuh 1.1% di tahun 2019. Perlambatan tersebut tidak hanya terjadi pada negara berkembang dan/atau mitra dagang utama Indonesia, tetapi juga negara maju. Meski demikian, pada tahun 2020 diharapkan perekonomian dan perdagangan global dapat tumbuh lebih baik dari tahun 2019, dimana pertumbuhan ekonomi global tumbuh 3.4% dan perdagangan naik 3.2%. Penurunan dari volume perdagangan dipicu oleh kekhawatiran perang dagang yang masih belum terlihat ujungnya antara AS dan China, sehingga membuat pelaku pasar dan pelaku bisnis melakukan *wait and see* terhadap kebijakan kesepakatan dagang antara kedua negara tersebut.

Indonesia tentunya terkena dampak dari perang dagang dan ketidakpastian global di tahun 2019. Dari sisi penanaman modal asing cenderung melambat, namun investasi dari sisi pasar finansial terlihat tumbuh, terutama dari sisi Surat Utang Negara (SUN). Di tengah perlambatan ekonomi global, perekononomian Indonesia masih dapat tumbuh 5.02% pada 3Q19, hal tersebut didukung dengan indikator makro ekonomi yang masih cukup baik dimana inflasi masih terjaga di level 3%-an (3.00% per November 2019). Di sisi lain, Bank Indonesia telah menurunkan suku bunga acuan sebanyak 100 bps di tahun 2019 dengan total empat kali penurunan dari 6% menjadi 5% untuk menopang perekonomian Indonesia dan juga me-*respond* aksi penurunan suku bunga yang dilakukan oleh bank sentral AS, The Federal Reserve dan beberapa bank sentral di dunia.

Dari sisi kondisi neraca berjalan dan juga cadangan devisa Indonesia cenderung membaik, dimana defisit neraca berjalan (CAD) Indonesia menjadi 2.7% terhadap PDB pada 3Q19. Perbaikan tersebut didukung oleh peningkatan *surplus* neraca perdagangan barang. Cadangan devisa pun berada di posisi yang baik dan di atas kecukupan internasional serta menutupi 7.1 bulan impor dan pembayaran utang luar negeri pemerintah. Hal lain yang dapat menjaga stabilitas dan ketahanan eksternal Indonesia ke depan adalah perbaikan dari sisi daya saing dan juga penguatan sumber pembiayaan yang lebih *sustainable*, salah satu contohnya adalah penanaman modal asing yang terus diupayakan.

Adapun beberapa tantangan yang dihadapi oleh perekonomian Indonesia adalah salah satunya peringkat *ease of doing business* (EODB) yang dalam dua tahun terakhir cenderung stagnan, meski skor terus membaik. Hal tersebut mengindikasikan bahwa perlunya implementasi *reform* yang lebih kuat untuk dapat mendorong peringkat EODB lebih baik lagi. Sebagai tambahan, skor Indonesia pada Global Competitiveness Index (GCI) 2019 berada di peringkat 50 dimana jika dibandingkan oleh GCI dunia, Indonesia masih tertinggal dari sisi sumber daya manusia (SDM) yang mencangkup kesehatan, *skill* atau keterampilan, pasar tenaga kerja, dan inovasi. Hal lain yang menghambat daya saing Indonesia, antara lain institusi, infrastruktur, dan sistem keuangan. Dengan begitu, reformasi ke depan harus fokus pada hal-hal yang menghambat daya saing tersebut, terutama dari sisi SDM yang selama ini masih menjadi tantangan daya saing Indonesia.

INSIATIF BARU APBN 2020

Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara (APBN) menjadi unsur utama untuk meningkatkan daya saing dan menopang perekonomian Indonesia. Ada tiga fungsi utama kebijakan fiskal dan APBN, yang pertama adalah stabilitas makro ekonomi dengan terkendalinya tingkat defisit dan hutang, pembiayaan yang *pruden*, mitigasi risiko bencana, pengembangan sumber daya yang terbarukan, dan penguatan *fiscal buffer*. Kedua adalah alokasi sumber daya, dimana alokasi belanja yang berkualitas, produktif dan yang mendukung pembangunan, serta diprioritaskan pada belanja infrastruktur dan SDM. Yang ketiga, distribusi pendapatan dimana penerimaan dioptimalisasikan, kebijakan perpajakan yang adil, program bantuan sosial yang tepat sasaran, dan penguatan desentralisasi fiskal.

Adapun beberapa hal yang perlu dilakukan untuk dapat menjaga stabilitas domestik di tengah ketidakpastian global, di antaranya adalah dengan menjaga konsumsi sebagai motor utama penggerak pertumbuhan ekonomi Indonesia, meningkatkan daya saing ekonomi dengan menarik FDI (Foreign Direct Investment) dan mendorong ekspor, memperbaiki kualitas SDM dan keterampilan masyarakat, serta melaksanakan reformasi struktural perekonomian.

Pemerintah pun telah membuat inisiatif baru dan program strategis untuk APBN 2020. Tiga di antara insiatif baru tersebut adalah pertama insentif pajak, seperti *super deduction* untuk kegiatan vokasi dan litbang, *mini tax holiday* untuk investasi di bawah Rp500 miliar, dan *investment allowance* untuk industri padat karya.

Foto: 123RF, Shutterstock, www.jakartamrt.co.id

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

diskon 10%* | gift with purchase*

dengan mandiri debit prioritas atau debit private

Berlaku di OMEGA *boutique* Mal Kelapa Gading 3.
Periode program hingga 31 Juli 2020.

**Info: bmri.id/navyawmg*

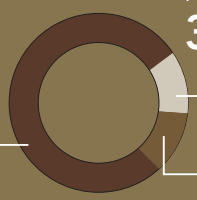
mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS

Kemudian ada peningkatan kualitas SDM dan perlindungan sosial melalui KIP kuliah, kartu prakerja, kartu sembako, dan penguatan neraca transaksi berjalan untuk mendukung penurunan defisit transaksi berjalan baik dalam jangka panjang maupun jangka pendek. Adapun *omnibus law* menjadi pusat perhatian pelaku pasar dan juga pelaku bisnis. Kebijakan tersebut diharapkan dapat mendorong perbaikan iklim investasi, mendorong daya saing, UKM, dan ketenagakerjaan. Sebagai tambahan, *omnibus law* juga termasuk reformasi ketenagakerjaan yang mempertimbangkan 6 aspek, yaitu upah minimum, *outsourcing*, tenaga kerja asing, pesangon, durasi kerja, dan sanksi. Aspek tersebut terkait dengan peraturan ketenagakerjaan lain, seperti Jaminan Sosial Tenaga Kerja, SJSN, dan lain-lain.

Secara keseluruhan, meski ekspektasi dari perekonomian global cenderung melambat di tahun 2020, Pemerintah Indonesia diharapkan dapat mengeksekusi kebijakan-kebijakan tersebut untuk menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Dengan adanya insentif pajak dan *omnibus law* diharapkan dapat mengundang investasi ke Indonesia, tidak hanya melalui investasi portofolio tetapi juga melalui penanaman modal asing (FDI). Pengembangan SDM yang ke depannya dapat meningkatkan keterampilan masyarakat Indonesia dan meningkatkan daya saing serta percepatan pembangunan infrastruktur diharapkan dapat memperlancar *flow* atau arus perdagangan.

Pendapatan Negara
2.233,2



angka dalam triliun rupiah

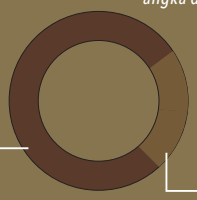
Asumsi Makro

5,3%	Rp14.400	3,1%	5,4%
Pertumbuhan Ekonomi	Nilai Tukar 1 Dolar AS	Laju Inflasi	Suku Bunga SPN* 3 Bulan

**Surat Perbendaharaan Negara*

Belanja Negara
2.540,4

angka dalam triliun rupiah



Belanja Sektor

Pendidikan	Kesehatan	Perlindungan Sosial	Infrastruktur
508,1	132,2	372,5	423,3

angka dalam triliun rupiah

Defisit Anggaran
307,2
triliun rupiah

Presentase Terhadap PDB*
1,76%

**produk domestik bruto*

KEBIJAKAN FISKAL
- Memobilisasi pendapatan dengan tetap menjaga iklim investasi.
- Meningkatkan kualitas belanja agar lebih efektif dalam mendukung program prioritas.
- Mencari sumber pembiayaan secara hati-hati dan efisien melalui penguatan peran kuasi fiskal.

5 PRIORITAS NASIONAL
- Pembangunan manusia dan pengentasan kemiskinan.
- Infrastruktur dan pemerataan wilayah.
- Nilai tambah sektor riil, industrialisasi dan kesempatan kerja.
- Ketahanan pangan, air, energi dan lingkungan hidup.
- Stabilitas pertahanan dan keamanan.

Sumber: Kemenkeu RI, antaranews.com

YUK, SELAMI DUNIA BAWAH LAUT!

*Keindahannya begitu memukau. Jadi, mulai siapkan apa saja yang Anda perlukan untuk ber-*scuba diving.

Bawah laut, sebuah dunia yang asing, amat memancing rasa ingin tahu. Banyak orang yang terpesona setelah menyelaminya, kemudian menjadikan kegiatan *scuba diving* sebagai salah satu bentuk olahraga. Hanya saja, karena memerlukan keterampilan spesial, olahraga ini menganjurkan pemilikan lisensi bagi pelakunya, dan tentu saja perlengkapan khusus.

PERLUKAH LISENSI *DIVING*?

Sebenarnya untuk menyelam, Anda tidak harus memiliki lisensi. Hanya saja, area *diving* Anda akan sangat terbatas. *Discovery dive* adalah istilah untuk kegiatan menyelam tanpa lisensi, biasanya hanya di kedalaman sekitar 3 meter dan harus didampingi instruktur bersertifikat. Tentu ini akan menjadi ganjalan ketika Anda ingin menikmati kecantikan bawah laut, tidak hanya di Indonesia tapi juga *diving spot* di seluruh dunia.

Dalam pelatihan untuk memperoleh lisensi, *diver* akan dibekali berbagai ilmu tentang teknik menyelam, bagaimana mengatasi persoalan yang terjadi, serta pengetahuan mengenai biota laut.

Lisensi dalam *scuba diving* memiliki beberapa tingkatan kemampuan dan keterampilan. Makin tinggi levelnya, seorang *diver* memiliki kemampuan yang tidak hanya berguna untuk keperluan rekreasional. Ini dia tingkatan dalam *scuba diving*, mulai dari yang terendah.

- *OPEN WATER DIVER*: tingkat pemula bagi penyelam *scuba diving*.
- *ADVANCE DIVER*: tingkat lanjutan, dengan kemampuan dan pengalaman yang lebih tinggi.
- *RESCUE DIVER*: tingkatan bagi seorang penyelam yang memiliki kemampuan untuk dapat bertindak sebagai penyelam penolong.
- *DIVE MASTER*: tingkatan penyelam dengan kemampuan dan keterampilan yang tinggi, juga tingkatan persiapan untuk menjadi instruktur selam.
- NITROX: tingkat keterampilan menyelam menggunakan *Enriched Air Nitrox* (EANx), gas yang kaya akan unsur oksigen, sehingga kita dapat menyelam lebih lama untuk keperluan khusus.
- *REEF CHECK*: kemampuan menyelam untuk memonitor dan mendata kondisi terumbu karang maupun biota laut lain.
- *INSTRUCTOR*: seseorang dengan predikat pelatih selam, yang berhak mengeluarkan dan menandatangani sertifikat selam pada sebuah lembaga pendidikan selam.

Di Indonesia ada beberapa lembaga yang menyediakan pelatihan menyelam untuk mendapatkan lisensi *diving*. Sebut saja, POSSI (Persatuan Olah Raga Selam Seluruh Indonesia), PADI (Professional Association of Diving Instructors), NAUI (The National Association of Underwater Instructors) dan SSI (Scuba School International).

Foto: 123RF

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

diskon 10%* | gift with purchase*

dengan mandiri debit prioritas atau debit private

Berlaku di RADO *boutique* Tunjungan Plaza 3, Surabaya.
Periode program hingga 31 Juli 2020.

**Info: bmri.id/navyawmg atau mandiri call 14000*

RADO
SWITZERLAND

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS

PERALATAN SELAM WAJIB

Saat menyelam, seorang *diver* mesti mengenakan beberapa perlengkapan, antara lain:

1. MASKER
   Agar dapat melihat dengan lebih saat di dalam air, penyelam membutuhkan masker, yang memberi ruang udara antara air dan mata.

2. *FIN*
   Dikenal pula sebagai 'kaki katak', dibutuhkan untuk bergerak di dalam air dan mengontrol gerakan.

3. *WETSUIT* (PAKAIAN SELAM)
   Air menghilangkan panas dari badan 20 kali lebih cepat dibanding udara. Karena itu diperlukan pakaian khusus agar tidak kedinginan saat berada di dalam air. Pakaian selam sebaiknya dipakai sesaat akan turun menyelam dan dibuka setelah keluar dari air, karena pakaian selam akan membatasi pengeluaran panas yang normal ke udara.

4. BCD *(BOUYANCY CONTROL DEVICE)*
   Tali penahan badan berbentuk rompi yang menjadi satu dengan kantong udara dan menjadi tempat tabung udara diletakkan. Tujuan menggunakan BCD adalah untuk mengimbangi hilangnya daya apung jika bergerak turun ke bawah laut. Kebanyakan penyelam akan menjadi *negative bouyancy* dan tenggelam. Dengan menambahkan udara ke BCD akan menetralkannya atau membuat mengapung (positif) saat di permukaan.

5. TABUNG *SCUBA*
   Disebut juga *tank*, berfungsi untuk menyimpan udara. Sekali dalam setahun semua tabung harus diinspeksi untuk mengetahui adanya korosi dan kondensasi. Tabung juga perlu dites hidrostatis (uji tekanan).

6. REGULATOR
   Alat yang akan menyalurkan udara dari tabungnya kepada *diver*. Biasanya dilengkapi dua selang, salah satunya untuk digunakan saat darurat atau menolong penyelam lain.

7. PEMBERAT
   Digunakan untuk menghindari positif *bouyancy* agar *diver* dapat menyelam. Namun jangan kelebihan berat karena kita malah akan tenggelam seperti batu.

Sebenarnya kita tak harus repot-repot membeli aneka perlengkapan tersebut, karena biasanya pada *dive center* di lokasi menyelam tersedia penyewaan. Namun jika *scuba diving* sudah menjadi hobi, alangkah baiknya jika memiliki peralatan *diving* sendiri.

WANITA DAN *DIVING*

Menyelam bukan mainan pria semata. Lewat Komunitas Indonesian Women in Diving yang berdiri sejak tahun 2016, para wanita bahkan tak hanya menyelam, tapi juga turut menjaga ekosistem laut. Komunitas ini diinisiasi oleh Kementerian Pariwisata dan Nunung Hasan, seorang penyelam wanita profesional.

Komunitas Indonesian Women in Diving menjadi wadah bagi para penyelam wanita Indonesia untuk melakukan aneka kegiatan positif, terutama dalam usaha pelestarian ekosistem laut. Selain saling berbagi ilmu dan pengalaman, angota Komunitas Indonesian Women in Diving melakukan gerakan membawa kantong kecil, atau biasa disebut *mesh bag*, saat menyelam. Gunanya untuk memungut sampah yang mereka temui saat berada di laut atau di titik-titik penyelaman.

Komunitas ini memiliki seleksi yang cukup ketat. Peserta wajib memiliki sertifikat menyelam yang diakui, sebagai bukti bahwa seseorang sudah menguasai dasar-dasar menyelam.

Ada pula Wanita Selam Indonesia (WASI), organisasi selam wanita di bawah naungan POSSI. Pada bulan Agustus 2019 lalu WASI ikut serta memecahkan rekor penyelaman massal, sebanyak 930 penyelam wanita ikut menyelam dan membentangkan bendera merah putih sepanjang 500 meter di bawah perairan Manado, Sulawesi Utara.

Kegiatan tersebut diselenggarakan dalam rangka memperingati HUT ke-74 Republik Indonesia serta sebagai upaya mempromosikan banyak hal yang berkaitan dengan laut, seperti pariwisata, lingkungan hidup, kelestarian alam, dan olahraga menyelam.

Jadi, selain bersifat rekreasional, *scuba diving* juga dapat membawa banyak manfaat.

Kompetisi video game yang dulu diadakan oleh mahasiswa kini tumbuh menjadi esports yang memiliki panggung taraf dunia.

DARI BERLANGGANAN GRATIS MAJALAH ROLLING STONE BERLIPAT HINGGA PULUHAN JUTA DOLAR

Para mahasiswa Stanford University duduk sambil menatap serius layar *video game* di hadapannya, tangan sibuk memainkan *joystick*. Saat itu bulan Oktober tahun 1972, mereka tengah menggelar pertandingan *video game Spacewar*. Permainan ini merupakan hasil karya **Steve Russel** bersama para ilmuwan dan akademisi di Massachusetts Institute of Technology (MIT) Boston, Amerika Serikat. Hadiah dari pertandingan ini… berlangganan gratis majalah *Rolling Stone* selama satu tahun. Sesederhana itu.

Tapi siapa sangka, berangkat dari kesederhanaan, *video game* kini menjelma menjadi cabang olahraga. Populer dengan sebutan *esports*, cabang ini telah dipertandingkan di Sea Games 2019 belum lama ini. Setahun sebelumnya, pada Asian Games yang digelar di Indonesia, *esports* juga tampil meski masih sebagai cabang eksibisi.

PERJALANAN KOMPETISI VIDEO GAME

Pertandingan *video game* yang dihelat oleh mahasiswa Stanford University tersebut diyakini sebagai awal mula perkembangan *esports*. Sementara, *video game* sendiri lahir jauh sebelumnya. Pada dekade '50-an, **William A. Higinbotham** dan **Robert V. Dvorak** menciptakan *game Tennis for Two*. Namun walau cukup digemari, permainan ini tidak sampai dipertandingkan. Pada dekade berikutnya, mulai muncul pertandingan *video game* dalam skala yang lebih 'serius'.

• THE '80S: SPACE INVADERS DI ATARI

Turnamen *video game* yang cukup besar akhirnya diadakan pada tahun 1980. Pembuat konsol *game* Atari menggelar turnamen *Space Invaders* secara terorganisasi. *Fox Sports* melansir bahwa ajang ini mampu menyedot hingga 10 ribu peserta. Wow! masa ini juga memunculkan **Billy Mitchell** sebagai figur *gamer* profesional pertama.

• THE '90S: PC DAN AJANG ESPORTS PERTAMA

Perkembangan industri konsol maupun PC pada dekade '90-an tidak cuma kian memopulerkan *video game*, tapi juga memberi makin banyak pilihan *game* kompetisi. Anda mungkin masih ingat dengan *game* pertarungan *one-on-one* klasik 2D seperti *Super Street Fighter II* atau saga *Mortal Kombat*.

Pada dekade ini, *game-game* PC juga mulai memperoleh bantuan dari perkembangan internet. Momentum kemunculan kompetisi *game* internet salah satunya ditandai oleh lahirnya *Netrek*, sebuah *game* bergenre *Real Time Strategy* (RTS) yang dapat melibatkan hingga 16 pemain via jaringan internet.

Game bergenre *First Person Shooter* (FPS) juga bermunculan di era ini. Sebut saja *Counter-Strike* dan *Quake*. Kemudian pada tahun 1997 dihelat turnamen *Quake*, yang disebut-sebut sebagai ajang *esports* pertama. Diikuti oleh lebih dari 2.000 peserta, pertandingan ini mempersembahkan hadiah mobil Ferrari bekas.

• THE 2000S – NOW: MOBILE GAME

Masa keemasan *game* di era PC sulit dilepaskan dari popularitas DOTA 2. *Game* bergenre *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA) ini sempat 'menguasai' *game center* maupun warnet (warung internet) di berbagai negara, termasuk Indonesia.

Memasuki era *mobile phone* seperti sekarang, *game-game* bergenre MOBA pun banyak hadir di *platform mobile*. Selain DOTA 2, antara lain ada *Arena of Valor* (AoV), *Mobile Legends*, dan *League of Legends* yang cukup populer. Bisa jadi, di ponsel Anda saat ini terinstal pula *game-game* tersebut.

Nah, *game* MOBA, bersama FPS dan *sport*, bisa dibilang memiliki peran yang tak kecil dalam memopulerkan *epsorts* hingga seperti sekarang. Berbagai ajang *esports* taraf dunia kerap mempertandingkan *game-game* dari genre tersebut, seperti di World Cyber Games, Championship Gaming Series, dan Major League Gaming.

EPORTS DI INDONESIA

Sebuah foto di internet dari situs Indogamers memperlihatkan "Lomba Nintendo Tingkat Jawa Timur 1989", yang disebut sebagai kompetisi *video game* pertama di Indonesia. Sementara versi lain menyebut bahwa hadirnya *esports* di Indonesia terjadi saat **Eddy Lim**, kini Ketua Umum Indonesia eSports Association (IeSPA), membentuk Liga Game untuk menggelar kompetisi *game online* pertama pada 1999.

Namun yang jelas pada awal 2000-an *game online* menapaki masa jaya di Indonesia. *Counter-Strike*, *DotA*, dan *StarCraft* merupakan beberapa *game* yang jadi primadona di warnet-warnet. Seiring perkembangan teknologi, kini Indonesia pun menggandrungi *game online* berbasis *platform mobile* seperti *Mobile Legends*.

Permainan populer tersebut kemudian dibuatkan turnamennya oleh Indonesia Esports Premiere League (IESPL). Bertajuk Piala Presiden Esports 2019, ajang ini diselenggarakan dengan menggandeng Badan Ekonomi Kreatif, Kementerian Pemuda dan Olahraga, Kantor Staf Kepresidenan, dan Kementerian Komunikasi dan Informatika.

Jadi, setidaknya mulai banyak pertandingan *esports* di Indonesia, selain tentunya pada ajang Asian Games dan Sea Games yang lalu. Format Piala Presiden Esports 2019 menggunakan kualifikasi regional untuk mencari pemain hingga pelosok Indonesia. Dengan membuka peluang bagi para *gamer* di daerah terpencil, diharapkan dapat memajukan *esports* di Indonesia.

Foto: 123rf, www.bekraf.go.id, dok. istimewa

PERALATAN ESPORTS PROFESIONAL

Meski *skill* tentu saja lebih banyak menentukan prestasi di arena, perangkat yang tepat dan mumpuni mampu memengaruhi performa secara signifikan. Selain PC, laptop, atau ponsel papan atas maupun yang dirancang khusus untuk *gaming*, seperti apa *gear* yang digunakan para atlet *esports* profesional?

• *KEYBOARD*

Para *gamer* profesional umumnya lebih memilih *keyboard* mekanik ketimbang *keyboard* membran. Memang jenis keyboard membran, karena terdiri atas lapisan silikon dan granit di bawah tombolnya, memiliki suara lebih halus dan terasa lebih lembut saat tombolnya ditekan. Namun *keyboard* mekanik lebih responsif, walau suaranya mengingatkan akan ketukan mesin ketik.

Meski begitu, para *gamer* justru menyukai sensasi mesin ketik tersebut karena terasa lebih mantap. Ditambah, jarak antar tombol *keyboard* mekanik yang umumnya lebih renggang akan meminimalkan risiko salah tekan. Usia pakai *keyboard* mekanik untuk bermain *game* juga relatif lebih panjang.

REKOR HADIAH

Kejuaraan dunia DOTA 2, The International 2019, membukukan rekor hadiah total sejumlah 34 juta dolar AS, terbesar dalam sejarah turnamen *esports*. OG, tim juara pertama yang beranggotakan 5 personel, membawa pulang 15 juta dolar AS (lebih dari 200 miliar rupiah).

• *MOUSE*

Mengingat akan sering dipegang selama *game* berlangsung, sebuah *mouse* mesti terasa nyaman di tangan. Dan untuk performa maksimal Anda dalam bermain *game*, *mouse* yang digunakan juga harus memiliki tingkat akurasi dan akselerasi tinggi. Hal tersebut dapat dilihat dari spesifikasi berupa nilai *dot per inch* (DPI) dan m*aximum acceleration*. Bobot dan jenis sensor pada *mouse* juga bisa jadi pertimbangan.

• *MOUSEPAD*

Akan kurang maksimal jika *mouse* yang mumpuni tidak didukung oleh *mousepad* yang tepat. Permukaan *mousepad* yang halus dan bermaterial karet sangat direkomendasikan dalam bermain *game*, serta dukungan resolusi yang tinggi akan berpengaruh bagi kecepatan dan ketepatan Anda. Jangan lupakan juga, ukuran *mousepad* yang lebih luas akan bikin pergerakan makin leluasa.

• *HEADSET*

Pada *game modern*, audio kontekstual (suara yang berhubungan dengan visual, misalnya suara langkah kaki) kian populer dan penting, bukan cuma *soundtrack* dan *scoring*. *Headset gaming* yang baik mesti dapat menyajikan suara-suara seperti itu dengan cukup jelas, meski ada suara dari penonton atau musik acara saat turnamen.

Kejernihan suara tentunya juga bikin *gamer* makin terbawa ke alam permainan, sehingga pengalamannya terasa makin seru dan mendebarkan. Hal lain yang perlu diperhatikan antara lain ukuran *driver* dan tingkat kenyamanannya. *Headset* yang memungkinkan telinga 'bernapas' akan tetap nyaman dikenakan dalam jangka waktu lama.

Razer, Roccat, dan SteelSeries merupakan beberapa penghasil perangkat *gaming* populer di kalangan *gamer*. Sementara Logitech yang populer di antara pengguna perangkat komputer *mainstream* menghadirkan lini Logitech G bagi perangkat *gaming*-nya.

Sudah diet dan rajin berolahraga tapi tak juga langsing? Mungkin gen tubuh Anda penyebabnya.

KETAHUI POLA DIET DAN OLAHRAGA YANG TEPAT DENGAN **PRODIA NUTRIGENOMICS**

Memiliki tubuh ideal yang sehat menjadi impian banyak orang. Berbagai cara dilakukan untuk mendapatkan bentuk tubuh yang ideal, mulai dari mengatur jumlah asupan makanan hingga berolahraga. Tapi mengapa hasil yang didapatkan dari menjalani diet atau program olah raga bisa berbeda, meski dijalankan oleh dua orang kembar sekalipun?

Setiap orang memiliki susunan gen yang berbeda-beda, meski pasangan kembar setidaknya memiliki perbedaan gen sebesar 0,1 persen. Menurut nutrigenomik—ilmu yang mempelajari respons gen terhadap makanan yang dikonsumsi, makanan yang masuk ke dalam tubuh akan mengirim sinyal yang dapat memengaruhi aktivitas gen pada tubuh. Selain itu, makanan juga bisa mengubah ekspresi gen sehingga dapat menimbulkan berbagai gangguan pada tubuh jika gen berubah.

Karena itu, jika dua orang menjalankan diet yang sama maka hasil yang didapat akan berbeda.

Bukan karena orang yang satu tidak disiplin menjalankan diet, tapi karena gen yang ada di dalam tubuhnya merespons zat makanan dengan cara yang berbeda. Begitu juga dengan pilihan jenis olahraga, bersepeda mungkin dapat membuat si A lebih kuat dan kadar kolesterolnya turun, sedangkan pada si B justru tidak memberi efek yang signifikan.

Lalu bagaimana caranya memilih jenis diet dan olahraga agar tujuan kesehatan Anda tercapai? Caranya dengan mencari tahu tipe gen Anda.

PRODIA NUTRIGENOMICS (PNG)

Tidak seperti di banyak negara maju, fasilitas pemeriksaan gen di Indonesia memang masih terbatas. Salah satunya laboratrium klinik Prodia kini menyediakan pemeriksaan genetik yang terkait nutrisi yaitu pemeriksaan nutrigenomik dengan nama Prodia Nutrigenomics (PNG). Klinik ini menyediakan pemeriksaan tersebut di setiap cabang Prodia sehingga memudahkan seseorang dalam melakukan pengaturan pola makan dan gaya hidup yang tepat sesuai profil genetik untuk menurunkan berat badan, menjaga kesehatan agar selalu prima, dan mencegah munculnya risiko penyakit.

"Terutama penyakit degeneratif, seperti obesitas dan diabetes. Pemeriksaan ini cukup dilakukan satu kali seumur hidup dan Prodia merupakan satu-satunya laboratorium klinik di Indonesia yang mengerjakan pemeriksaan ini sendiri," kata dr. Arti Indira, M. Gizi, SpGK, Dokter Spesialis Gizi Klinik Prodia Health Care Kemang.

Prodia Nutrigenomics memeriksa lebih dari 50 jenis gen dan 75 variasi genetik (SNP) yang dikelompokkan menjadi nutrisi dan olahraga. Kelompok nutrisi terdiri dari persepsi rasa, respons terhadap makanan, metabolisme nutrisi, serta pengelolaan berat badan dan komposisi tubuh. Sementara itu, olahraga terdiri dari manfaat berolahraga dan jenis olahraga yang mengandalkan kekuatan maupun daya tahan.

Pemilihan menu makanan atau jenis kegiatan fisik yang sesuai dengan kebutuhan tubuh masing-masing individu dapat diketahui. "Prodia Nutrigenomics dapat mengetahui respons gen terhadap nutrisi serta interaksi antara gen dan nutrisi yang berkaitan dengan kesehatan. Dengan demikian, dapat digunakan sebagai acuan untuk melakukan gaya hidup yang sesuai," jelas dr. Arti.

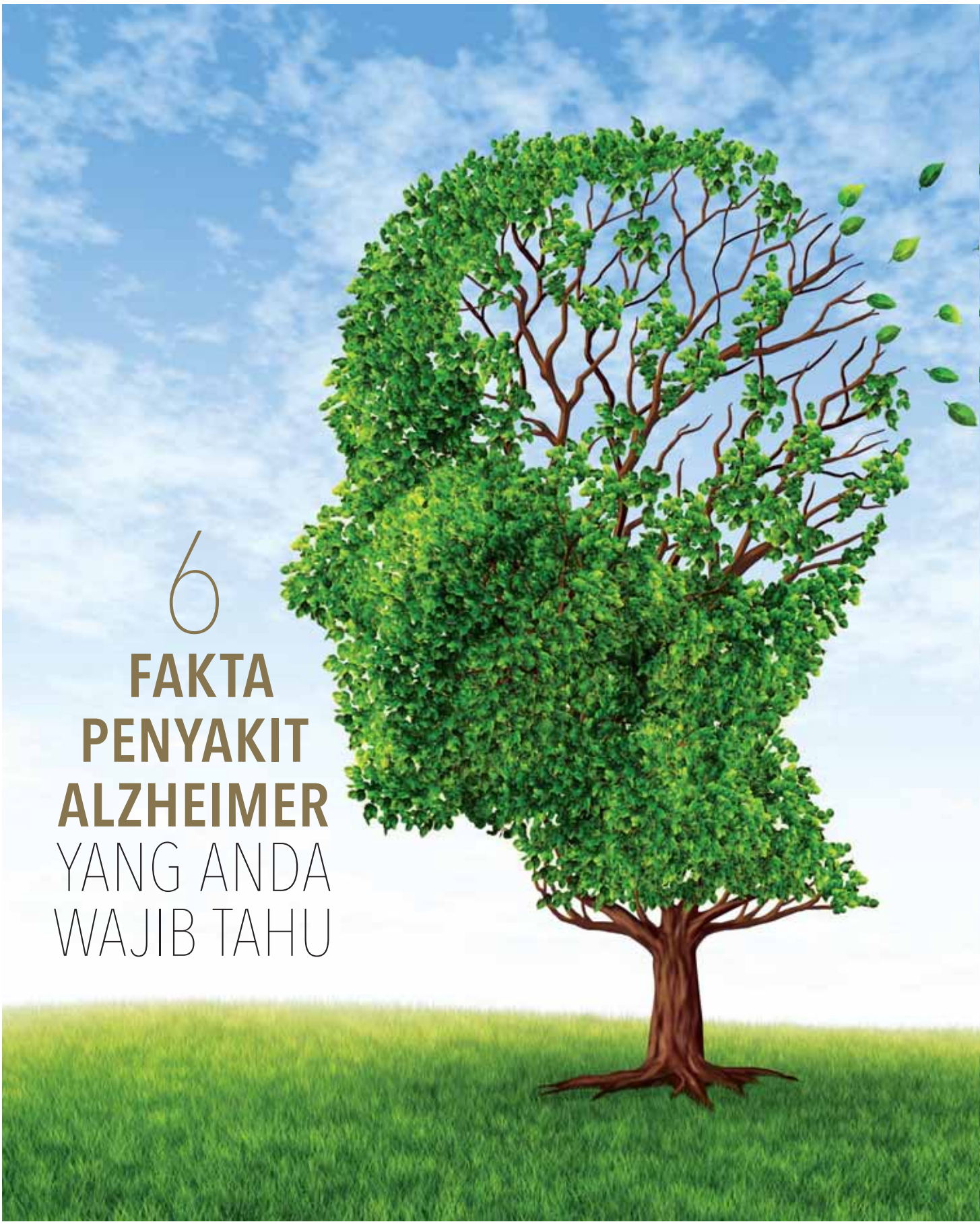
Keunggulan lain dari PNG adalah semua tes dilakukan di laboratorium milik Prodia yang berada di wilayah Indonesia sehingga kerahasiaan data pasien terjamin. Beberapa penyedia layanan nutrigenomik masih menggunakan jasa laboratorium asing yang artinya sampel pasien dikirim ke pihak ketiga. Hal ini memungkinkan untuk data dan informasi pasien dimiliki oleh pihak ketiga.

Setelah menjalankan PNG, pasien akan diberikan hasil yang mudah dibaca dan dimengerti kemudian akan dikonsulkan ke dokter spesialis gizi Prodia untuk dilakukan wawancara, pemeriksaan fisik, pengukuran komposisi tubuh dan pemeriksaan laboratorium tambahan sesuai indikasi. Dokter gizi akan membantu pasien membaca dan memahami hasil dari pemeriksaan PNG.

Nah bagi nasabah utama Bank Mandiri, manfaatkan keringanan biaya 20% untuk pemeriksaan PNG di Prodia terdekat dengan menggunakan kartu debit Mandiri Prioritas dan Private sampai dengan 31 Maret 2020. Apabila sudah periksa PNG akan mendapatkan 1 kali gratis konsultasi dengan dokter gizi seperti Dr. Arti Indira atau dokter gizi rujukan lainnya yang bekerja sama dengan Prodia.

DR ARTI INDIRA, M.GIZI, SPGK
Prodia Kemang

Foto: Prodia



6 FAKTA PENYAKIT ALZHEIMER YANG ANDA WAJIB TAHU

Tidak bisa disembuhkan, tapi bisa dicegah dengan mengurangi risikonya. Simak fakta-fakta penyakit Alzheimer ini.

Selain kanker dan penyakit jantung, ada satu lagi penyakit yang juga disebut-sebut menjadi penyebab kematian terbanyak di dunia, yaitu Alzheimer. Bahkan, The Alzheimer's Association menyebutkan bahwa penyakit Alzheimer adalah satu-satunya dari 10 penyebab kematian teratas di AS yang tidak memiliki metode pencegahan, penyembuhan, atau bahkan untuk memperlambat. Diprediksi, pada 2040 nanti penyakit ini menjadi penyebab kematian keempat terbanyak di Amerika Serikat dengan merenggut 14 juta jiwa.

Pada tahun 2016 lalu lebih dari 46 juta jiwa warga dunia terserang penyakit Alzheimer, dan 22 juta di antaranya berada di Asia. Di Indonesia sendiri, pengidap penyakit ini sudah mencapai satu juta orang pada tahun 2013. Diperkirakan jumlahnya akan terus meningkat hingga empat juta orang pada tahun 2050.

Meningkatnya penderita Alzheimer berkaitan dengan meningkatnya angka harapan hidup yang berdampak pada meningkatnya lansia. Untuk diketahui, penyakit Alzheimer paling sering ditemukan pada orang berusia di atas 65 tahun, meski dapat juga dialami pada usia lebih dini, sekitar 40 tahun.

Agar Anda mengenal lebih dekat, berikut pemaparan fakta-fakta tentang penyakit yang lebih banyak menyerang wanita ini.

1. Nama penyakit Alzheimer didedikasikan untuk dokter penemunya.

Pada tahun 1906, **dr. Alois Alzheimer** dari Jerman mempunyai seorang pasien yang memiliki masalah pada fungsi otaknya. Ketika pasien tersebut meninggal dunia, sang dokter mencatat adanya penyusutan pada bagian otak pasien yang belum pernah ditemukan sebelumnya. Hingga kini, gangguan penurunan fisik dan fungsi otak yang turut memengaruhi emosi, daya ingat, dan pengambilan keputusan dinamakan penyakit Alzheimer.

2. Belum diketahui penyebabnya.

Penyebab penyakit Alzheimer belum ditemukan hingga sekarang. Namun, para ahli yakin bahwa penyakit ini dipicu oleh berbagai faktor seperti faktor genetik, gaya hidup, serta lingkungan. Begitu pun pengaruhnya terhadap otak sudah jelas, yaitu merusak dan menghancurkan sel otak secara perlahan. Pengidap penyakit ini akan mengalami plak dan penumpukan protein abnormal di sekitar dan di dalam sel yang berdampak pada gangguan komunikasi.

3. Belum ada obat untuk penyakit Alzheimer.

Penelitian untuk memformulasikan obatnya terus dilakukan, namun hingga saat ini obat untuk penyakit Alzheimer belum ditemukan. Sementara itu obat yang ada hanya bermanfaat untuk membantu meringankan gejala yang muncul. Kadang juga ditambahkan dengan obat antidepresan untuk mengatasi kondisi-kondisi seperti kecemasan, depresi, mudah marah, dan masalah perilaku lainnya.

4. Penyakit jantung meningkatkan risiko penyakit Alzheimer.

Bahkan tidak hanya penyakit jantung, tapi juga kondisi lain yang menjadi penyebab penyakit jantung pun bisa meningkatkan risiko terkena penyakit Alzheimer. Dari hipertensi, diabetes, kolesterol tinggi, diet yang buruk, hingga gaya hidup yang tidak sehat.

5. Lama harapan hidup penderita penyakit Alzheimer sangat bervariasi.

National Institute of Aging (NIA) di AS memprediksi bahwa orang dewasa yang lebih tua memiliki harapan hidup tiga hingga empat tahun setelah terkena penyakit Alzheimer. Sementara orang dewasa muda mampu bertahan hidup selama 10 tahun atau lebih.

6. Belajar dapat mengurangi risiko terkena penyakit Alzheimer.

Ini adalah hasil penelitian dari NIA yang menemukan bahwa makin banyak kita belajar, makin rendah risiko kita terkena penyakit Alzheimer. Penjelasannya, kegiatan belajar yang menggunakan otak hingga di usia tua akan menjaga otak tetap aktif. Karena itu perbanyaklah kegiatan belajar seperti membaca, menghapal, memainkan alat musik, berdiskusi kelompok, hingga berinteraksi dengan orang lain.

Foto: 123RF

TANDA DAN GEJALA

Tahap awal

- Kehilangan memori jangka pendek (mudah lupa dengan percakapan yang belum lama dilakukan, menanyakan atau menceritakan hal-hal yang sama berulang kali).
- Sering bingung, bahkan linglung sehingga lebih sulit membuat keputusan dan sering tersesat.
- Sering salah menaruh barang di tempat yang tidak seharusnya, misalnya menaruh piring di mesin cuci.
- Sulit merangkai kata-kata.
- Tidak tertarik untuk melakukan aktivitas yang dulunya sangat disukai.
- Lebih senang berdiam diri dan enggan mencoba hal baru.
- Suasana hati sering berubah-ubah.

Tahap pertengahan

- Sulit mengingat nama keluarga atau teman-teman terdekatnya.
- Tanda-tanda di tahap awal makin berat tingkatnya.
- Perilaku impulsif, repetitif, atau obsesif.
- Mulai mengalami delusi dan halusinasi.
- Kesulitan melakukan tugas tata ruang, seperti menilai jarak.
- Mulai butuh bantuan untuk melakukan aktivitas sehari-hari seperti makan, berpakaian, dan menggunakan toilet.

Tahap akhir

- Kesulitan makan dan menelan (disfagia).
- Butuh bantuan bahkan hanya untuk mengubah posisi atau bergerak.
- Penurunan atau kenaikan berat badan yang drastis.
- Sering *ngompol* atau buang air besar tidak disengaja.
- Berkomunikasi makin sulit, emosi dan sifat juga berubah.
- Tidak mampu lagi beraktivitas normal akibat hilangnya ingatan mengenai tahapan melakukan aktivitas sehari-hari seperti mandi, makan, dan buang air besar.

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan diskon 5%*

dengan mandiri debit prioritas atau debit private

Berlaku di Ted Baker Plaza Indonesia *Level* 2.
Periode program hingga 31 Juli 2020.

**Info: bmri.id/navyawmg*

mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS

JET DARAT *LEGENDARIS*

Raihan prestasi, desain yang eksentrik, hingga kegagalan. Mobil-mobil Formula 1 ini mengukir kenangan masing-masing yang sulit dilupakan.

Sebelum mobil-mobil milik tim Mercedes menjadi penguasa mutlak lintasan Formula 1 beberapa musim belakangan, barangkali Anda masih ingat bagaimana mobil tim Lotus atau Williams mengecap pengalaman manis serupa.

Tapi bukan cuma prestasi yang bikin mobil F1 melegenda. Cerita kegagalan dan kisah unik lain pun turut mengabadikan riwayat sang jet darat. Salah satunya mungkin pernah, atau masih, menjadi mobil F1 favorit Anda.

FERRARI F2002

Dari 19 seri balapan di musim 2002, mobil yang dikendarai oleh sang legenda, **Michael Schumacher**, dan **Rubens Barrichello**, ini memenangi 17 di antaranya. Bahkan Schumi berhasil menyelesaikan semua balapan di posisi terdepan atau kedua, kecuali pada Grand Prix Malaysia saat ia 'hanya' finis di posisi ketiga.

Saking superiornya mobil buah desain **Ross Brawn**, **Rory Byrne**, dan **Paolo Martinelli** ini, bikin tiap seri balap musim tersebut ibarat cuma jadi perebutan peringkat kedua buat tim-tim lain, mengingat peringkat pertamanya sudah 'garansi' milik Ferrari.

Jauh setelah musim 2002 berlalu, pesona F2002 tak lantas pudar. Akhir tahun lalu, mobil yang ditenagai mesin V10 3.0-liter ini laku seharga Rp93 miliar dalam sebuah lelang.

MCLAREN MP4/6

Mobil McLaren dua musim sebelumnya, 1988, disebut-sebut sebagai jet darat paling bersejarah milik tim asal Inggris tersebut, mengingat hegemoni yang dibawakan. Sebut saja performanya yang superior, memenangi 15 dari 16 lomba dan 15 kali *pole position, wuih*! Belum lagi duet pembalap di balik kokpitnya, **Ayrton Senna** dan **Alain Prost**. Rasanya hingga kini belum ada pasangan rekan sekaligus rival setim 'seseksi' mereka.

Musim 1991, bersama MP4/6, McLaren melanjutkan dominasi mereka yang tak terputus. Oke, Prost boleh hengkang ke Ferrari dan tempatnya kemudian diisi oleh **Gerhard Berger**, namun mobil ini tetap mampu menunjukkan kehebatannya dan mengantarkan Senna mempertahankan gelar juara dunia.

Juga, terlepas dari kualitas mobil, McLaren MP4/6 bisa dibilang merupakan mobil tercantik sepanjang sejarah F1. Ini menjadi detail pembeda dengan MP4/4, mobil musim 1988. McLaren MP4/6 tak hanya sering menempati podium pertama, posternya pun kerap menempati dinding ruangan maupun hati para *fans*. Helm kuning yang Senna kenakan di kokpitnya kian menambah nilai estetis sekaligus historis.

LOTUS 72

Juara dunia dua kali asal Finlandia, **Mika Hakkinen**, memulai karier balap F1-nya di tim Lotus. Juniornya senegara, juga juara dunia, **Kimi Raikkonen**, kembali ke lintasan F1 bersama Lotus pula setelah mundur dari ajang jet darat tersebut. Di masa sekarang ini Lotus tampak bukan sebagai tim tempat para pembalap menjalani masa jayanya.

Padahal dulu, dengan mobil Lotus 72, tim pabrikan asal Inggris ini amat diperhitungkan. Bersama mobil ini pula pembalap Austria, **Jochen Rindt**, memborong empat kemenangan beruntun pada tahun 1970 sebelum tewas saat sesi latihan menjelang GP Italia. Meski begitu, jumlah poin yang telah ia kumpulkan sebelumnya cukup untuk mengantarkannya sebagai juara dunia. Ia jadi satu-satunya pembalap F1 dengan gelar yang dianugerahkan secara anumerta.

Mobil yang membalap pada musim 1970 sampai 1976 ini juga berhasil mengantar **Emerson Fittipaldi** menjadi juara dunia pada 1972. Di samping gelar pembalap, Lotus 72 dengan mesin Ford V8-nya membawa tim Lotus meraih gelar juara dunia konstruktor pada 1970, 72, dan 73.

BRABHAM BT46B

Nampak keren atau *nyeleneh*? Sang desainer, **Gordon Muray**, melengkapi Brabham BT46B dengan sebuah turbin di bagian belakangnya, yang bikin mobil F1 ini populer dengan sebutan *fan car* (mobil kipas). Fungsinya tak lain untuk membantu pendinginan.

Efeknya pun langsung terlihat. Begitu turun di GP Swedia 1978, Brabham BT46B langsung meraih podium pertama. Memang, ada **Niki Lauda** di balik kemudinya, namun 7 seri sebelumnya ia dan mobil ini tidak sekalipun memenangi lomba. Ini sekaligus memutus 2 kemenangan beruntun tim Lotus, yang sejak awal musim tampil cukup dominan.

Tapi sayangnya momen indah tersebut mesti terhenti karena **Bernie Ecclestone**, saudagar F1 yang kala itu menjadi pemilik tim Brabham, memutuskan untuk menarik mobil tersebut dari lomba. Banyak majalah maupun buku yang menulis kalau Brabham BT46B dilarang bertanding. Gordon menyangkal dalam bukunya, *One Formula – 50 Years of Car Design*, yang terbit di tahun 2019.

Ia menerangkan bahwa badan yang membawahi peraturan teknis saat itu menyatakan mobil kreasinya tak menyalahi aturan, legal, dan diizinkan melintas hingga akhir musim. Setelah itu barulah akan ada regulasi baru.

Hanya saja, Bernie mendapat tekanan dari tim-tim pesaing. Mereka khawatir jika Brabham BT46B terus melenggang sendirian di depan, balapan tidak akan seru lagi. Walau Bernie bisa saja, dan berhak, untuk tak memedulikannya, ia memilih mengalah. Dan itu lah akhir kisah si mobil kipas.

TYRRELL P34

Kalau mobil Brabham BT46B belum cukup anti-*mainstream*, Tyrrell P34 muncul dengan ide gila, 6 roda. Aneka inovasi pada mobil balap F1 di dekade 1970-an tak membuat **Ken Tyrell** puas dan ingin mencoba hal radikal agar timnya lebih kompetitif. Tapi, kenapa mesti 6 roda?

Menurut **Jody Schectker**, eks juara dunia F1 yang pernah membalap bersama mobil ini, 4 ban di depan menghadirkan *grip* ke aspal lebih baik ketimbang hanya 2 ban. Dengan begitu, mobil dapat menikung jauh lebih baik, dengan lebih cepat sekaligus efisien. Ukuran ban-bannya yang lebih kecil berarti mereduksi bagian depan mobil sehingga meningkatkan aerodinamika.

Sayangnya, roda yang lebih kecil mesti menggunakan rem yang lebih kecil juga. Nah, rem yang lebih kecil cenderung mengalami *overheat* dan mudah aus selama balapan. Apalagi ternyata ukuran ban seperti ini menyulitkan pembalap untuk melihatnya, padahal krusial bagi pembalap untuk melihat ban depan agar dapat memposisikan mobil tepat pada *racing line*.

Hasil di lintasan menyatakan bahwa Tyrell P34 tak terlalu kompetitif. Meski sempat finis satu-dua di GP Swedia, namun akhirnya menjadi satu-satunya kemenangan dari 30 kali balapan antara 1976-1977, jelas bukan catatan yang sementereng desainnya. Berbagai modifikasi pun tak mampu mendongkrak prestasinya. Maka mobil ini berhenti berlaga.

Kegagalan Tyrell P34 cukup menjadi alasan mengapa hingga kini kita tak pernah lagi melihat mobil F1 beroda 6.

WILLIAMS FW14B

Adrian Newey ibarat jaminan mutu bagi desain mobil F1 yang kompetitif. Jawara aerodinamika ini telah banyak mendesain sasis yang berhasil menaklukkan ajang F1. Namanya sebagai desainer sekaligus *engineer* mulai diperhitungkan kala dirinya menciptakan Williams FW14.

Tim Williams tengah berusaha menumbangkan hegemoni McLaren yang berlangsung sejak akhir dekade 1980-an. Untuk musim 1992 mereka menggelontorkan segudang teknologi canggih pada Williams FW14, mulai dari kontrol traksi, transmisi semi otomatis, hingga suspensi aktif yang bikin mobil begitu beringas melahap tikungan.

Mobil ini mengantarkan pembalapnya, **Nigel Mansell**, menjadi juara dunia musim 1992 dalam persaingannya dengan Ayrton Senna. Meski Senna sempat *nyinyir* bahwa teknologi dinilainya menumpulkan *skill* pembalap, pada musim 1994 pria Brasil ini bergabung dengan Willams, yang berakhir dengan kecelakaan tragis di GP San Marino hingga merenggut nyawanya.

RED BULL RB9

Setelah bermacam mobil dari berbagai tim membuktikan kejeniusan Adrian Newey, kali ini giliran tim Red Bull. Sebelum masa kejayaan bermula pada tahun 2010, tim ini tak jarang dipecundangi oleh pesaingnya yang relatif lebih lemah, tak terkecuali oleh 'saudara kandungnya' sendiri, Toro Rosso.

Namun kerja keras tim ini bersama Newey akhirnya membuahkan hasil dengan menempatkan **Sebastian Vettel** sebagai juara dunia. Tidak tanggung-tanggung, itu terjadi empat kali berturut-turut hingga tahun 2013.

Meski mobil-mobil Red Bull selama kurun waktu tersebut tak terbantahkan kehebatannya, RB9 menjadi monumen puncak kejayaan tim. Mobil ini menyelesaikan musim balap secara *glamour*. Bukan hanya mengantongi 13 dari 16 podium satu, tapi 9 diantaranya merupakan sapu bersih di 9 seri terakhir.

Foto: 123RF, shotebys.com, wheelsage.org, salracing.com, thedrive.com, last-corner.com, autoweek.com, speedhunters.com, motor1.com, redbull.com

BRAWN BGP 001

Kalau Anda masih ingat, pada tahun 2009, seseorang yang pernah menjabat sebagai *Technical Director* tim Scuderia Ferrari kemudian memiliki tim balapnya sendiri, Brawn GP. Tak lain ia adalah **Ross Brawn**, pria di balik strategi balap brilian Ferrari yang mengantarkan tim asal Italia tersebut merayakan kejayaan di era Michael Schumacher. Bersama Schumi, **Jean Todt** sang prinsipal tim, dan *chief designer* Rory Byrne, Ross menjadi elemen penting bagi *dream team* Ferrari kala itu.

Tapi dengan pergeseran tren tim-tim F1 yang lebih mengarah ke pabrikan, tak jarang yang menyangsikan bahwa tim milik personal seperti Brawn GP akan mampu berbicara banyak. Sebenarnya Brawn GP pun berasal dari tim pabrikan, Honda Racing, hanya saja memang tidak sampai menyandang status elit di arena F1 meski mesin Honda sempat mengantar tim McLaren berjaya di akhir dekade 1980-an hingga awal 1990-an.

Pandangan pesimis tersebut terbukti salah. Lewat terobosan aerodinamika berupa *double diffuser*, yang mampu menambah *downforce* secara signifikan, mobil Brawn BGP 001 sukses membawa **Jenson Button** menjadi juara dunia F1 musim 2009. Menjadi lengkap, tim Brawn GP pun merengkuh gelar konstruktor. Sama sekali tidak buruk untuk tim debutan.

Sayangnya Brawn GP tidak berumur panjang. Musim penuh kejayaan tersebut jadi satu-satunya musim tim ini berkiprah. Namun, pantaslah jika dikatakan bahwa raihan *one hit wonder* itu membawa tim berikut mobil yang menggeber mesin Mercedes-Benz FO108W 2.4 L V8 ini menyandang status *cult*. Tak mencapai ketenaran *mainstream* layaknya tim-tim mapan, namun sulit dilupakan.

MERCEDES AMG F1 W07 HYBRID

Sejak musim 2014, Mercedes menjelma menjadi kekuatan yang nampaknya mustahil buat dilengserkan dari singgasana juara. Sampai musim balap yang lalu, tim ini telah mengantarkan **Lewis Hamilton** meraih titel juara dunia lima kali, atau keenam sepanjang kariernya.

Meski di musim 2019 tim pabrikan Jerman ini mampu tampil dominan, terutama atas Ferrari yang telah menghamburkan uang untuk pengembangan mobilnya, Mercedes AMG F1 W07 Hybrid rilisan 2016 justru punya catatan yang akan terus dikenang. Selain memenangi 19 dari 21 seri dan *pole position* nyaris di tiap *start*, AMG F1 W07 menjadi satu-satunya mobil tim Mercedes yang gelar juara dunia pembalapnya bukan atas nama Lewis Hamilton.

Nico Rosberg merebutnya setelah bertarung sengit dengan rekan setimnya itu sepanjang musim. Musim berikutnya Nico pensiun.

Selanjutnya, akankah GP F1 musim depan yang bakal dimulai bulan Maret tahun ini sanggup melahirkan legenda baru? Mungkin saja. Tapi yang pasti tugas utamanya adalah mengakhiri digdaya Mercedes.

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan diskon kamar 25%*
dan penawaran spesial lainnya

Promo berlaku untuk pemesanan kamar Executive Suite dan Suite Room, nikmati juga diskon 20% untuk *food & beverages* khusus bagi nasabah pemegang kartu mandiri debit prioritas atau debit private hingga 31 Agustus 2020.

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

Saatnya liburan nyaman, saatnya mandiri.

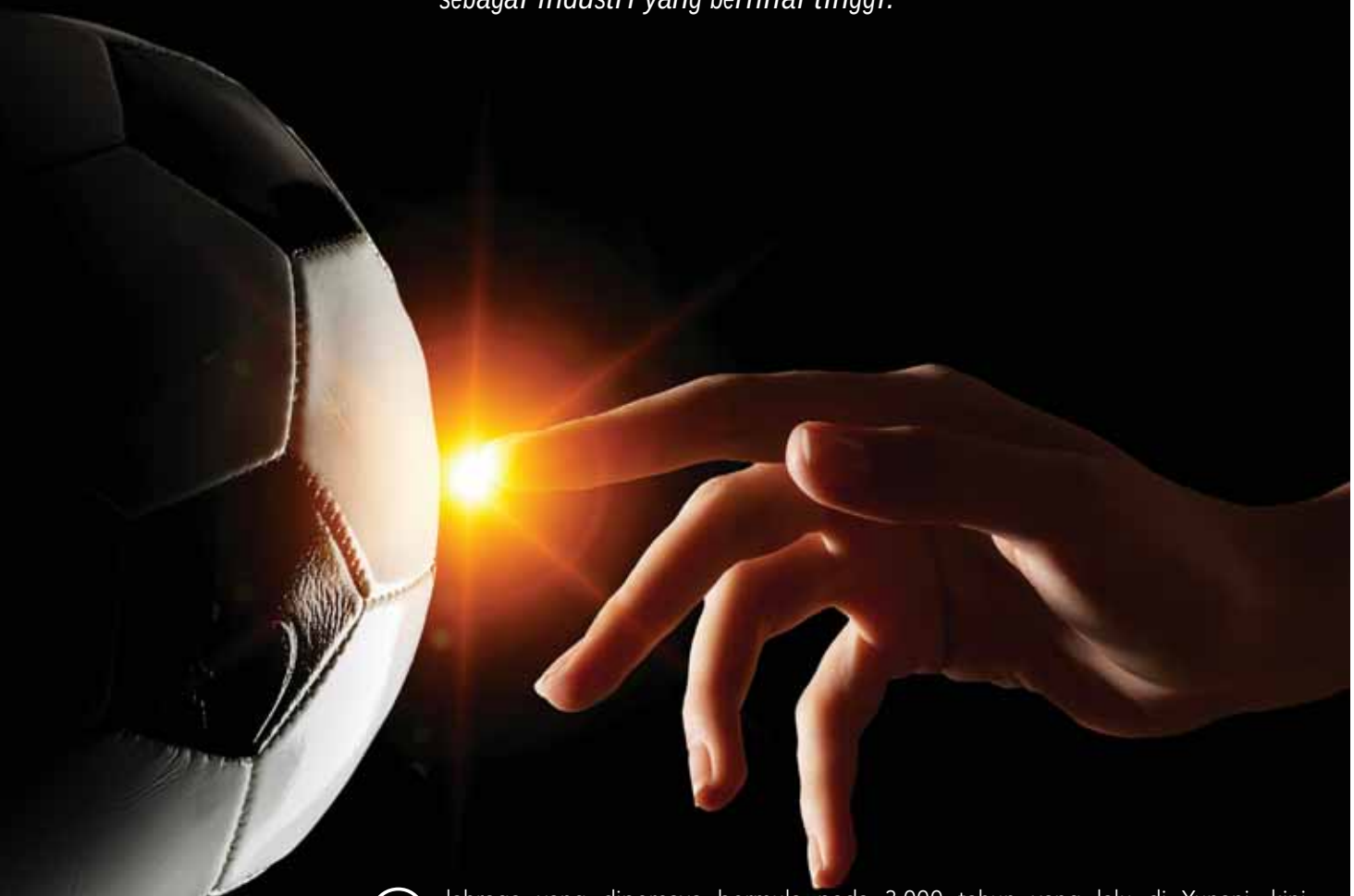
** info: bmri.id/amaryllis*

mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS

PARA MIDAS DI **DUNIA OLAHRAGA**

Lewat 'sentuhannya', mereka menjadikan olahraga sebagai industri yang bernilai tinggi.



Olahraga yang dipercaya bermula pada 3.000 tahun yang lalu di Yunani, kini menjelma sebagai sebuah industri yang melibatkan banyak pihak. Ditandai dengan munculnya perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang olahraga, baik skala nasional ataupun internasional. Mulai dari penyedia tiket, kostum, *merchandise*, alat & perlengkapan olahraga, hak siar kegiatan olahraga, sponsor, dan masih banyak lagi, menjadikan olahraga sebagai salah satu penggerak perekonomian sebuah negara. Di balik suksesnya olahraga menjadi industri besar, terdapat sosok-sosok bak Raja Midas, antara lain; **Richard Scudamore** yang membesarkan Liga Primer Inggris (EPL), **Valentino Rossi** yang dikenal sebagai ikon MotoGP, dan **Erick Tohir** yang mengharumkan nama Indonesia melalui perhelatan Asian Games 2018.

RICHARD SCUDAMORE

Nama Richard Craig Scudamore (60) dan the Premier League (PL) atau disebut juga Liga Utama Inggris memang tak bisa dipisahkan. Meski pada akhir 2018 lalu, Scudamore mundur dari jabatan CEO dan kini digantikan oleh **David Pemsel** (ex-CEO Guardian Media Group) sebagai CEO terbaru, namanya tetap akan dikenang. Selama 19 tahun Scudamore menjabat sebagai CEO perusahaan pengelola liga sepak bola domestik papan atas di Inggris tersebut dan membesarkan PL sehingga menjadi liga dengan kompetisi paling ketat sekaligus paling menguntungkan di dunia. Richard Scudamore merupakan CEO kedua dan mulai menjabat pada tahun 1999 menggantikan **Rick Parry** sebagai CEO pertama (1992-1997).

Richard Scudamore, pria kelahiran Bristol, Inggris, 11 Agustus 1959, ini merupakan sarjana hukum dari University of Nottingham. Namun dia tidak pernah melakukan praktik hukum sehingga tidak meneruskan kariernya sebagai ahli hukum. Scudamore justru bergabung di Yellow Pages, salah satu divisi British Telecom. Ia lebih tertarik membangun karier di industri media yang kelak membantu pola pikir akan pentingnya bisnis. Scudamore kemudian melanjutkan kariernya di Amerika Serikat bersama Thompson Corporation yang bertanggung jawab dalam mengawasi operasional seluruh surat kabar yang berbasis di Amerika Serikat bagian selatan dan timur. Scudamore juga fokus mengembangkan iklan, penjualan, dan pemasaran.

Tahun 1997, Scudamore pulang kampung ke Inggris lalu menjadi CEO the Football League, fokus pada jalannya operasional dan bisnis, termasuk hak siar serta sponsor untuk Divisi 1, Divisi 2, dan Divisi 3. Baru pada tahun 1999, Scudamore ditunjuk sebagai CEO the Premier League. Di bawah kepemimpinannya, total pendapatan dari hak siar terus melonjak (dengan nilai lebih dari 5,5 miliar poundsterling (sekitar Rp105 triliun). Selain itu juga menjaga tercapainya nilai amal sebesar 230 juta poundsterling milik Football Foundation.

Di tahun terakhir, 2018, Scudamore berhasil membuat PL sebagai salah satu kompetisi terlaris di dunia. Tercatat 900 juta rumah yang terbagi dalam 229 wilayah di dunia menyaksikan tayangan PL secara rutin. Tercapainya pendapatan yang tinggi disebut Scudamore karena PL mampu menampilkan pertunjukan yang hebat melalui pemain bertalenta terbaik, manajer terbaik, dan stadion yang fantastis.

Kunci sukses Liga Utama Inggris, kata Scudamore, terletak pada kerja keras klub-klub sepakbolanya. Pengelola kompetisi (PL) menurutnya sebatas merancang petunjuk, aturan, dan kebijakan. Dikutip dari berbagai sumber, Scudamore pernah berujar bahwa klub-klub di the `Premiere League bersatu dengan sangat suportif dan bekerja sangat profesional. Mereka mengelola bisnis sendiri, mengatur penonton di stadion, dan cekatan mengatasi berbagai situasi.

Foto: 123RF, dok. istimewa

VALENTINO ROSSI

Karier Valentino Rossi (40) perlahan memang mulai meredup. Namun begitu, bukan berarti popularitas pembalap MotoGP kelahiran Urbino, Italia, 16 Februari 1979 ini tenggelam. Buktinya, setiap gelaran MotoGP, hampir seluruh tribun penuh dengan penggemar setianya. Tak sedikit dari penggemar rela mengeluarkan biaya lebih hanya untuk merasakan sensasi balap Rossi di lintasan pacuan kuda besi. Artinya, meskipun prestasi the Doctor—julukan Rossi—tidak bersinar seperti tahun 90-an, ia tetap menjadi idola di ajang MotoGP.

Rossi memulai debutnya di dunia balap motor pada tahun 1996, lalu naik ke kelas utama empat tahun kemudian. Tahun 2000 adalah debut pertama Rossi di kelas utama MotoGP. Saat itu usianya baru 21 tahun. Pada 2009 adalah tahun terakhir Rossi merengkuh gelar juara dunia, sebelum mengalami paceklik gelar seiring bertambahnya usia. Usia pengoleksi sembilan gelar juara dunia itu kini mulai menginjak 41 tahun yang menjadikannya pembalap tertua di MotoGP.

Dengan segala prestasi dan gaya membalapnya, Rossi dianggap sosok yang mampu mengangkat performa MotoGP menjadi salah satu olahraga paling populer di dunia. Rossi adalah *brand* terkuat di MotoGP hingga saat ini. Mulai dari anak-anak hingga orang lanjut usia, 'pemilik' nomor 46 ini sangat familiar. Bahkan sampai ada anggapan: MotoGP adalah Rossi, Rossi adalah MotoGP.

Berbicara tentang Rossi bukan sekadar menyaksikan profil pembalap motor. Di lintasan MotoGP, ia tak ubahnya seorang *entertainer* lewat gaya balap dan aksi selebrasinya. Dalam industri bisnis, nama Rossi memiliki *competitive advantage* dibanding pembalap lain. Tak hanya tiket nonton yang dikejar *fans*-nya, tapi juga perlengkapan berkendara roda dua, *apparel*, dan segala macam *merchandise* yang mengusung angka 46 selalu diburu banyak orang. Di Indonesia, tak terhitung UMKM yang memproduksi atribut dan *merchandise* bertemakan Rossi.

Berdasarkan info resmi, belum diketahui pasti kapan Rossi akan memutuskan pensiun. Tentu saja hal ini menjadi berkah tersendiri bagi Dorna (penyelenggara MotoGP) dan perusahaan motor tempat Rossi bernaung sebab jutaan mata masih akan terus 'tersedot' ke kejuaraan MotoGP demi melihat aksinya. Kabar terbaru menyebutkan bahwa Rossi akan menunda pensiunnya untuk bisa tampil di MotoGP 2021 di Mandalika, Lombok, Indonesia. *Welcome back in* Indonesia, Rossi…!

ERICK THOHIR

Sebelum berkecimpung di dunia olahraga, Erick Thohir (49) telah dikenal sebagai pengusaha papan atas. Lulusan Master Bisnis Administrasi dari Universitas Nasional California, Amerika Serikat ini memulai bisnis di Indonesia pada tahun 1993. Saat kembali ke tanah air, dia membantu usaha restoran milik keluarga (Hanamasa dan Pronto) hingga tahun 1998.

Setelah melewati masa krisis moneter, Erick mendirikan perusahaan *trading*, Mahaka. Di tahun berikutnya, lewat bendera Mahaka, Erick membeli Harian Republika, juga membuka harian berbahasa Mandarin, Sin Chew, dan Gold Digest Indonesia. Integrasi lain yang dilakukan Erick adalah dengan memiliki situs penjualan tiket Rajakarcis.com. Anak dari pengusaha **Teddy Thohir** ini kemudian melebarkan sayap di bisnis media dengan memiliki Jak TV, radio Gen FM, Jak FM, dan PT Radionet Cipta Karya (Prambors FM, Delta FM, dan FeMale Radio). Erick pun pernah menjabat sebagai Direktur Utama TVOne. Dan sejak 2014, ia dipercaya menjadi Direktur Utama Antv hingga sekarang.

Kini, selain menjabat sebagai Menteri BUMN RI, Erick tercatat sebagai Central Board Member di FIBA (Federasi Basket Internasional). Sementara di dunia sepakbola, Erick adalah Dewan Klub Oxford United (Klub Divisi III Liga Inggris) dan sebelumnya menjabat sebagai Presiden Inter Milan, salah satu klub sepakbola raksasa di kompetisi Seri A Italia. Rekam jejak Erick di dunia olahraga bukan hanya bergaung di Indonesia, tapi juga di dunia. Atas kiprahnya itu, Erick ditunjuk sebagai Ketua Komite Olimpiade Indonesia dan Ketua Pelaksana Asian Games 2018.

Seperti diketahui, pelaksanaan Asian Games 2018 lalu berlangsung gemilang. Masyarakat Indonesia merasakan kesan mendalam atas pagelaran pesta olahraga terbesar se-Asia tersebut. Di samping prestasi atlet-atlet Indonesia yang moncer, seremoni pembukaan dan penutupan serta kegiatan selama berlangsungnya *event* Asian Games sangat mengagumkan. Hal ini mengundang decak kagum masyarakat. Setiap hari, masyarakat berbondong-bondong mendatangi *venue* pertandingan. Bukan sekadar menyaksikan laga para atlet, tapi juga berwisata kuliner, membeli *merchandise*, dan melakukan sederet aktivitas lainnya.

Sukses besar yang dicapai dalam gelaran Asian Games 2018 tentunya tidak terlepas dari 'sentuhan' Erick. Dengan pengalamannya mengelola bisnis media dan *entertainment* serta penguasaan di bidang olahraga, ia 'menyulap' Asian Games 2018 lebih dari sekadar perhelatan olahraga. Nama Erick pun akhirnya tersemat sebagai IOC Members setelah lebih dari satu dekade Indonesia tidak memiliki perwakilan secara perorangan di IOC (International Olympic Committee). Jurus jitu yang dipraktikkan pemilik klub bola basket Satria Muda ini dalam menjalani hidup dan mengelola bisnisnya adalah selalu ingin berinovasi agar menjadi *trendsetter*, bukan *follower*.

Tak perlu keluar rumah, bangun gym dan mini golf sendiri di rumah Anda.

DESAIN RUANG OLAHRAGA PRIBADI DI RUMAH

Begitu bangun tidur di pagi hari, muncul keinginan untuk berolahraga, sayangnya tempat *gym* terlalu jauh dari rumah Anda. Belum lagi, saat harus menembus kemacetan untuk menuju ke tempat *gym*. Mungkin Anda harus mencoba cara baru, yaitu dengan membangun ruang *gym* pribadi.

Ruang olah raga pribadi di rumah tidak memerlukan lahan yang luas. Besar kecilnya ruangan bisa disesuaikan dengan ketersediaan ruang dan juga dana yang dimiliki. Kami hadirkan beberapa *tips* membangun ruang olah raga pribadi di rumah berikut ini:

PISAHKAN DENGAN PARTISI

Jika tak memiliki ruang kosong atau ruang yang bisa digunakan terbatas, Anda dapat menyulap ruangan yang ada menjadi tempat berolahraga. Caranya sederhana, Anda dapat membagi dua ruang yang ada dengan partisi. Cukup sisakan ruang sekitar 2×3 meter untuk ruang olahraga.

Gunakan partisi, seperti rak buku, panel kayu, atau kaca untuk memisahkan. Partisi dari kaca akan membuat tata letak rumah tetap terasa lapang. Dengan menambahkan partisi atau penyekat ruang, praktis Anda telah memiliki satu ruang kosong yang dapat Anda garap.

TAMBAHKAN ELEMEN CERMIN

Jika ruangan yang tersedia berukuran kecil, Anda bisa menambahkan elemen cermin di dalam ruangan. Cermin akan memberikan kesan ruangan terasa lebih luas. Letakkan cermin panjang di salah satu dinding atau gunakan lemari dengan pintu cermin. Manfaat lain dari penggunaan cermin ini adalah untuk bisa melihat gerakan Anda sehingga mudah mengoreksi gerakan yang salah.

LAPISI DENGAN *RUBBER MAT*

Rubber mat diperlukan untuk meredam suara mesin, getaran, atau gerak benda-benda. Selain itu, *rubber mat* membuat lantai lebih empuk dan tidak licin sehingga dapat mengurangi risiko cedera saat berolahraga.

MEMILIKI SIRKULASI UDARA

Pastikan ruang olahraga memiliki sirkulasi udara yang baik agar tidak terasa pengap dan panas. Akan lebih baik jika ventilasi langsung menghadap ke area taman yang dipenuhi tumbuhan hijau sehingga udara akan semakin sejuk, terutama di pagi hari.

Bila memiliki kolam renang di rumah, bangunlah ruang *gym* berdekatan dengan kolam renang. Beri pembatas ruang dari kaca agar Anda dapat memiliki pemandangan menarik saat berolahraga. Begitu juga jika Anda memiliki halaman/taman pribadi di rumah. Anda bisa tempatkan ruang olahraga yang berhadapan langsung dengan halaman/taman. Kuncinya adalah gunakan kaca yang besar yang bisa dibuka-tutup agar Anda dapat berlari di *treadmill* sambil menikmati pemandangan luar yang indah dan udara yang segar.

TAMBAHKAN RAK

Setelah ruang terbentuk, Anda dapat menambahkan rak minimalis. Rak ini bisa ditempatkan di sisi ruang, atau jika Anda ingin menghemat ruang, tempatkan pada dinding ruang. Rak ini dapat berfungsi sebagai tempat menyimpan peralatan, sepatu, dan juga tempat menaruh handuk atau botol minum saat kita berolahraga sehingga ruang tetap terlihat rapi.

PERCANTIK RUANG OLAHRAGA

Meski berada di dalam rumah, Anda bisa mendesain ruang olahraga seperti *fitness club* besar. Anda bisa mendesain ruangan dengan gaya industrial, atau beri sentuhan pada dinding ruangan. Agar tampilannya atraktif, dinding dengan motif garis-garis abstak cukup menarik perhatian. Lalu, inspirasi lainnya hadir dari permainan motif pada karpet lantai serta adanya 'tenda' pada langit-langit.

Agar semakin termotivasi untuk berolahraga, ciptakan atmosfer yang dapat memacu semangat untuk berolahraga. Anda bisa menambahkan poster, foto, atau moto olahraga pada dinding ruang. Buat papan jadwal dan progres olahraga Anda, letakkan *speaker bluetooth* untuk menyetel musik, atau televisi pada dinding ruang.

LAPANGAN MINI GOLF DI RUMAH

Tak hanya *gym*, Anda juga bisa membangun arena mini golf pribadi di rumah. Selain untuk melatih pukulan sebelum bermain langsung di lapangan golf, mini golf bisa menjadi tempat bermain sekaligus mengenalkan olahraga golf pada anak-anak.

Banyak yang akhirnya mengurungkan niat untuk membangun mini golf di rumah karena khawatir akan kesulitan merawat rumput yang merepotkan. Padahal ini dapat disiasati dengan penggunaan rumput buatan, jenis rumput yang biasa digunakan untuk lapangan futsal.

Sebelum membuat arena mini golf, ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan:

MEMILIH LOKASI

Hal pertama yang harus ditentukan adalah lokasi yang tepat untuk meletakkan rumput sintetis tersebut pada lahan yang tersedia. Apabila halaman belakang Anda cukup luas, maka gunakanlah tempat tersebut untuk membuat lapangan mini itu. Pastikan juga bentuk tanahnya tidak terlalu bergelombang atau tidak rata karena hal tersebut bisa menyulitkan pemasangan rumput. Pastikan juga lokasi yang Anda pilih memiliki dinding penghalang yang tinggi sehingga bola tidak melambung terlalu jauh pada saat Anda memukulnya.

MENYEWA AHLI

Membangun arena mini golf memang tidak mudah karena itu Anda perlu bantuan tenaga profesional yang biasa merancang dan membuat lapangan mini golf. Arsitek atau tenaga ahli akan mengukur serta merancang kemiringan dan luas lapangan secara rinci sehingga bola mudah bergerak di atas rumput buatan.

PENGGUNAAN RUMPUT SINTETIS

Salah satu kelebihan menggunakan tenaga profesional dalam membangun mini golf adalah mereka lebih tahu cara memasang rumput pada lapangan golf mini. Rumput sintetis juga ada dua jenis, ada yang terbuat dari rumput asli dan ada pula yang terbuat dari bahan plastik. Usahakan untuk memilih rumput sintetis yang asli sehingga pergerakan bola lebih nyaman dan teratur karena rumput palsu biasanya lebih licin sehingga kurang nyaman untuk digunakan sebagai lapangan. Pilih rumput yang berkualitas tinggi karena teksturnya lebih halus, nyaman untuk diinjak dengan kaki telanjang, dan juga lebih awet.

MERAWAT RUMPUT SINTETIS

Penggunaan rumput artifisial akan membuat arena mini golf lebih mudah dirawat karena tidak perlu pemangkasan atau penyiraman. Selain itu, taman pun menjadi lebih bersih, tidak becek, terutama setelah hujan turun. Membersihkannya mudah, hanya dengan dicuci secara teratur. Untuk perawatan rutin, cukup disapu dengan sapu lidi atau sapu biasa. Sayangnya, hamparan rumput ini tidak bisa bertahan lama. Rumput artifisial, bisa bertahan hanya kurang lebih dua tahun. Setelah itu, perlu dilakukan penggantian.

Foto: 123RF

TOKYO: THE UNFORGETTABLE CITY

Selalu ada hal menarik yang sulit untuk dilupakan dari Tokyo sehingga Anda selalu ingin kembali lagi mengunjungi ibukota Negeri Sakura ini. Apalagi di tahun 2020, Tokyo menjadi lokasi diselenggarakannya pesta olahraga terbesar dunia, yaitu Olympic Games. Nah, jika Anda berniat menonton the Tokyo 2020 Olympics, sempatkan juga mengunjungi beberapa tempat wisata berikut ini.

UENO PARK: NATURE, ART, AND CULTURE IN ONE PLACE

Di salah satu taman terbesar dan terkenal di Tokyo ini Anda bisa menjelajahi tempat wisata alam, seni, dan budaya sekaligus. Ueno Park dikenal sebagai spot favorit untuk menikmati sakura di musim semi karena ada sekitar 1.200 pohon sakura di taman ini. Kegiatan lain yang bisa dilakukan di Taman Ueno adalah:

WISATA ALAM

- **Kolam Shinobazu**. Di musim panas, kolam ini dipenuhi oleh bunga teratai yang indah. Sedangkan menjelang musim dingin, Anda bisa melihat bebek dan berbagai jenis burung liar bermain-main di kolam Shinobazu.
- **Ueno Zoo**. Kebun binatang tertua di Jepang ini memiliki 400 spesies hewan. Termasuk Giant Panda yang dipinjamkan oleh Pemerintah Tiongkok hingga akhir tahun 2020.

WISATA SENI DAN BUDAYA

- **Museum**. Taman Ueno juga jadi lokasi beberapa museum ternama Jepang. Di antaranya ada Tokyo National Museum, museum tertua dan terbesar di Jepang yang punya ribuan koleksi arkeologi. National Museum of Western Art, satu-satunya museum di Jepang yang menampilkan seni barat pun ada di taman ini. Lalu, ada National Museum of Nature and Science yang sangat diminati anak-anak karena terdapat kerangka dinosaurus dan percobaan sains.
- **Kuil**. Berbagai kuil khas Jepang juga bisa Anda temui di Taman Ueno. Seperti Kaneji Temple, tempat enam tokoh Shogun Tokugawa dimakamkan, Tõshõ-gû Shrine yang didirikan untuk menghormati *shogun* pertama Jepang, Leyasu Tokugawa, dan Kiyomizu Kannon Temple, salah satu kuil tertua di Tokyo.

ODAIBA'S AMAZING VIEWS

Odaiba adalah pulau buatan di Tokyo Bay yang memiliki berbagai pilihan pusat perbelanjaan, restoran, dan tempat wisata ternama. Hal menarik dari Odaiba adalah atraksi dan tempat wisatanya yang sangat indah serta *instagrammable*. Ini dia beberapa di antaranya:

- **Rainbow Bridge**. Jembatan sepanjang 798 meter ini menghubungkan dua daerah penting di Tokyo Bay, yaitu Shibaura Pier dan Odaiba. Fungsi utama jembatan ini

ON LEFT PAGE: SPOT SAKURA SAAT MUSIM SEMI; KUIL TOSHOGU DI UENO PARK; *FERRIS WHEEL* TERTINGGI KE 12 DI DUNIA DI ODAIBA. *ON RIGHT PAGE:* FOUNTAIN PLAZA, AIR MANCUR BERHIASKAN 6 PATUNG DEWI DI ODAIBA; BELAJAR TENTANG UPACARA MINUM TEH.

adalah sebagai jalur transportasi. Namun, di malam hari, pemandangan Rainbow Bridge sangat fenomenal karena lampu warna warni akan menghiasi seluruh jembatan ini. Cara paling bagus untuk menikmati keindahan Rainbow Bridge adalah dengan tur Tokyo Bay Cruise. Selama 2,5 jam, Anda akan berlayar sepanjang perairan Tokyo Bay, melewati Rainbow Bridge hingga mencapai Tokyo SkyTree sambil menikmati makan malam. Harga *dinner cruise* mulai dari 2.000 yen sampai 10.000 yen.

- **TeamLab Borderless di MORI Digital Art Museum**. Di MORI Digital Art Museum terdapat pameran seni digital teamLab Borderless yang menampilkan karya gabungan para animator, *programmer*, arsitek, ahli matematika, dan desainer. Dengan menggunakan 500 komputer dan 470 proyektor, Anda akan dibuat kagum oleh kecanggihan audio visual dari 50 karya digital yang dipamerkan. Tiket masuk 3.200 yen untuk dewasa dan 1.000 yen untuk anak-anak.
- **Giant Sky Wheel di Palette Town**. Ikon lainnya dari Odaiba yang terkenal adalah *ferris wheel* raksasa setinggi 115 meter yang ada di kompleks hiburan, Pallete Town. Dari atas *ferris wheel* tertinggi ke-12 di dunia ini, Anda bisa melihat Tokyo Tower, Rainbow Bridge, Haneda Airport, dan pusat Kota Tokyo. Bahkan kalau cuaca sedang cerah, Anda bisa melihat keindahan Gunung Fuji, *lho*! Di malam hari, 120.000 lampu neon kecil beraneka warna akan menyala di *ferris wheel* ini. Harga tiket 1.000 yen (dewasa) dan 500 yen (anak-anak) untuk 16 menit putaran.
- **Venus Fort**. Masih di Palette Town, ada sebuah *mall* yang unik, yaitu Venus Port. Desain *mall* tiga lantai ini bertema Eropa abad pertengahan, baik interior hingga eksteriornya. Lantai dua *mall* yang disebut Venus Grand memiliki desain yang paling memukau. Di lantai ini juga terdapat Fountain Plaza, air mancur dengan hiasan patung enam dewi; Olive Plaza dikelilingi pohon *olive* asli; dan Church Plaza yang terdapat replika raksasa kuil khas Romawi.

TOKYO CULTURAL EXPERIENCE

Jepang adalah negara yang kaya akan budaya dan tradisi. Jadi, saat berada di Tokyo, jangan lewatkan kesempatan untuk merasakan langsung menjadi bagian dari budaya Jepang. Ada beberapa kegiatan bertema budaya yang bisa Anda lakukan, yaitu:

- **Upacara Minum Teh**. Upacara minum teh adalah bagian penting bagi kebudayaan Jepang karena merupakan tradisi turun menurun sejak zaman edo. Nah, Anda bisa mempelajari tata krama dalam upacara minum teh ini di *tea house* Masuda-ya yang terletak di daerah Shinjuku, Tokyo. Dengan biaya 2.500-10.000 yen, Anda bisa mengikuti dan belajar tentang upacara minum teh selama 1,5 jam di toko yang sudah 90 tahun berdiri ini.
- **Belajar Membuat Sushi**. Ada paket tur Tokyo yang menawarkan belajar membuat sushi langsung dengan *chef* Jepang. Seperti tur yang disediakan oleh restoran sushi di daerah Kamimeguro, Sushi Mafia. Di tur ini, Anda akan diajak belanja ke dua pasar *seafood* ternama, yaitu Toyosu Fish Market dan Tsukiji Fish Market untuk memilih bahan masakan. Setelah belanja, Anda akan belajar membuat sushi di *food lab* restoran yang meraih 3-*star* dari Michelin ini. Paket tur ini seharga 30.000-40.000 yen.

- ***Onsen***. Anda tidak perlu ke pegunungan untuk mencoba tradisi orang Jepang berendam di pemandian air panas yang dikenal dengan *onsen*. Anda bisa bersantai di *onsen* mewah yang terletak di sekitar Tokyo, seperti:
  - **ODAIBA TOKYO OEDO-ONSEN MONOGATARI**. Ini adalah *onsen* paling ternama di Tokyo. Tidak heran karena fasilitas *onsen* yang terletak di Odaiba ini sangat lengkap, bahkan bisa disebut Onsen Theme Park. Terdapat 13 pemandian, baik *indoor* atau *outdoor* yang bisa Anda nikmati. Jenisnya pun beragam, mulai dari *food bath* untuk yang ingin sekadar main air, pemandian terbuka dengan sumber air panas alami, dan *bath of silk*, yaitu pemandian yang dipenuhi gelembung mini *(micro nano bubbles)*. Untuk melengkapinya, ada fasilitas spa dengan *body massage*, *fish therapy*, dan *rock salt sauna*. Anda juga bisa mencoba permainan di sekitar *onsen*, seperti *ninja games*, *carnival games*, dan *fortune teller*. Harga masuk *onsen* ini adalah 2.720 yen (dewasa) dan 1.058 (anak-anak).
  - **THERMAE YU ONSEN**. *Onsen* yang terletak di daerah sibuk Shinjuku tentu saja sangat berguna bagi Anda untuk rileks sejenak sehabis jalan-jalan. Thermae Yu Onsen, kompleks pemandian dalam gedung 6 lantai ini menyediakan pemandian air panas, sauna, dan spa. Tipe pemandiannya bisa Anda pilih sesuai keinginan, ada *silk bath* dengan gelembung halus, *jet bath* dengan semburan air, dan *lounge bath*, dimana Anda bisa berendam sambil minum dan *ngobrol*. Air panas di Thermae Yu Onsen dikirim langsung dari daerah Shizuoka yang sumber air panasnya kaya mineral. Harga masuk *onsen* 2.364 yen.

ROPPONGI NIGHTLIFE

Bagi yang suka *clubbing*, daerah Roppongi cocok jadi tempat *hang out* Anda dan teman-teman. Sebagai kawasan di Tokyo yang terkenal akan *nightlife*-nya, *club-club* sudah kelas internasional. Ini dia *club-club* yang harus ada di *list hangout* Anda:

- **1 OAK Tokyo**. *Club* asal Amerika Serikat ini buka pertama kali di Tokyo tahun 2017 dan langsung menjadi favorit para turis. Sebagai cabang dari *club* ternama di Los Angeles dan New York sudah pasti banyak sekali turis asing yang datang ke sini, termasuk para selebriti Amerika. 1 OAK sering mendatangkan DJ internasional untuk menghibur para tamunya, sehingga jenis musik yang ditampilkan beraneka ragam genrenya. Selain itu, hampir setiap minggu, 1 OAK Tokyo juga menghadirkan *hip hop* artis untuk tampil. Desain interior *club* ini juga unik dengan perpaduan *dance floor* yang monokrom serta hiasan dinding yang bernuansa hitam dan emas.
- **V2 Tokyo**. V2 Tokyo *club* di Roppongi yang populer di antara anak-anak muda Jepang ini selalu ramai pengunjung. Bahkan saat *weekend*, sering kali pengunjung harus mengantre untuk bisa masuk ke dalam. Tidak heran karena *club* ini memiliki interior yang menarik. Terletak di Tower of Vabel yang dikelilingi jendela kaca sehingga menampilkan 360° pemandangan langit malam Kota Tokyo. Suasana *hip* akan makin terasa dengan adanya lampu LED mengikuti irama musik, peralatan DJ, dan *sound* yang berkualitas untuk menghasilkan suara musik terbaik.

SHOPPING AT GINZA

Bagi Anda yang hobi belanja, pasti tidak asing dengan daerah Ginza yang merupakan pusat perbelanjaan kelas atas di Tokyo. Jika Anda berniat wisata belanja ke Ginza, beberapa spot ini perlu Ada kunjungi:

- **Chuo-Dori Street.** Di sepanjang jalan utama Ginza ini terdapat berbagai butik dan toko *brand* mewah internasional, di antaranya Chanel, Louis Vuitton, Gucci, serta Bvlgari. Ada

Maharani Legita. Foto: Shutterstock, www.tokyodisneyresort.jp, v2tokyo.com, www.e-alife.net, 1oaktokyo.com, www.gotokyo.org, japantravel.com

ON LEFT PAGE: TEMPAT PEMANDIAN AIR PANAS DI JEPANG; V2 TOKYO TEMPAT *HANGOUT* POPULER DI ROPPONGI. *ON THIS PAGE:* PUSAT PERBELANJAAN TERBESAR DI GINZA.

juga *department store* lokal Jepang, seperti Matsuzakaya, Mitsukoshi, Muji, dan Bic Camera. Supaya turis lebih leluasa untuk belanja, Chuo-Dori Street ditutup untuk kendaraan saat *weekend*.

- **Ginza Six**. Salah satu gedung perbelanjaan terbesar di Ginza ini baru resmi dibuka tahun 2017. Ada 241 toko yang tersebar di 6 lantai gedung mal ini. Di antaranya ada *brand* ternama Fendi, Kenzo, Vivienne Westwood, Alexander McQueen, Yves Saint Laurent, dan Van Cleef & Arpels. Karena konsep gedung Ginza Six adalah *"living with art"*, maka terdapat berbagai karya seni yang dipajang di sekeliling mal ini, terutama di Tsutaya Book Shop yang terletak di lantai 6.
- **Tokyu Ginza Plaza**. Pusat perbelanjaan yang juga termasuk terbesar di Ginza ini baru buka tahun 2016. Jika Anda ingin mencari koleksi produk khas Jepang, di Tokyu Ginza ada banyak toko yang menyediakannya. Selain itu, di lantai 8 dan 9 terdapat Lotte Duty Free Ginza, dimana Anda bisa belanja dengan bebas pajak.

RECOMMENDED HOTELS

- **The Prince Gallery Tokyo Kioicho Hotel**. Hotel bintang 5 ini menempati 7 lantai tertinggi di gedung Tokyo Garden Terrace, sehingga menawarkan pemandangan indah Kota Tokyo. Terletak di daerah kelas atas Akasaka yang sekitarnya banyak restoran mewah dan tempat wisata klasik seperti Akasaka Palace.
- **HOSHINOYA Tokyo Hotel**. Apabila ingin mendapat pengalaman tinggal di *ryokan* atau penginapan tradisional Jepang, Anda bisa ke hotel yang berlokasi di Chiyoda ini. Dengan kamar berlantaikan *tatami*, dekorasi bernuansa bambu, dan para staf yang memakai kimono atau yukata, suasana tradisional Jepang akan sangat terasa.
- **Tokyo Disneyland Hotel**. Bagi Anda yang liburan bersama anak-anak, menginap di hotel milik Disney Resort ini wajib ada dalam list perjalanan ke Tokyo. Hotel ini sangat dekat dengan berbagai taman bermain di Disney Resort, kamarnya berdesain tokoh-tokoh Disney, dan *privilege early entry* ke wahana Disneyland untuk para tamunya.

THE TOKYO 2020 OLYMPICS GUIDE

- Olimpiade Tokyo 2020 akan berlangsung mulai dari tanggal 24 Juli-9 Agustus 2020. Dan dilanjutkan dengan Paralimpiade Tokyo 2020 tanggal 25 Agustus-6 September 2020.
- Lokasi pertandingan akan berlangsung di 40 tempat di sekitar Tokyo. Mayoritas pertandingan akan diadakan di dua area Tokyo, yaitu The Heritage Zone dan Tokyo Bay Zone. National Olympic Stadium yang terletak di The Heritage Zone akan menjadi lokasi acara pembukaan dan penutupan Olimpiade 2020.
- Akan ada empat olahraga yang baru pertama kali dipertandingkan di *event* Olimpiade, yaitu *skateboarding*, karate, *sport climbing*, dan *surfing*. Serta dua olahraga yang kembali dipertandingkan setelah vakum sejak tahun 2008, yaitu *baseball* dan *softball*.
- Hanya 30% dari 7,8 juta tiket pertandingan Olimpiade 2020 yang bisa dibeli penonton dari luar Jepang. Anda bisa membeli tiket pertandingan dari Official Ticket Sales Channels yang ditentukan per negara. Info tiket dan jadwal pertandingan cek di *website* https://tokyo2020.org.
- Khusus untuk penonton luar Jepang, ada penawaran paket tiket lengkap dengan penginapan, transportasi ke *venue*, dan pilihan *tour* ditemani oleh *guide*. Jadi, akan mempermudah Anda menikmati Olimpiade Tokyo 2020.

SENI SERAT, SENI WARISAN BANGSA

Seni yang telah mentradisi ini kaya akan corak dan makna.

Pada perkembangannya, seni serat sudah mulai diakui sebagai bagian penting dari arus perkembangan seni rupa mutakhir. Lambat laun, mulai banyak seniman yang mengembangkan seni serat dalam arus perkembangan seni rupa di Indonesia. Di beberapa tahun terakhir, pameran seni serat sudah mulai sering diadakan di galeri-galeri kesenian. Yang terakhir adalah Pameran "SERAT JIWA": 40 Tahun Perjalanan karya **Biranul Anas Zaman** yang diadakan di Galeri Nasional pada Maret 2019 lalu. Hal ini patut diapresiasi karena seni serat memang belum banyak dikenal oleh orang dan belum sepopuler seni lukis yang eksistensi dan infrastrukturnya sudah mapan serta tergarap

APA ITU SENI SERAT?

Seni serat atau *fiber art* kerap diartikan sama dengan *textile art*. Kedua istilah ini mengandung makna tentang karya seni rupa yang menggunakan serat atau tekstil sebagai medium utama. Secara garis besar seni serat adalah karya seni yang dari segi teknik dan substansi mengeksplorasi media serat. Unsur-unsur teknik meliputi: pintal, anyam, rajut, songket, dan teknik lain semacam itu. Jadi, bukan pencapaian bentuk akhir yang menjadi acuannya. Bentuk akhir bisa menjadi sangat variatif: karya dua dimensi, karya tiga dimensi, serta pula karya instalasi.

Bagi sebagian pengamat, istilah seni serat dipahami sebagai bentuk ekspresi individual dengan penekanan pada konseptualnya dibandingkan pengertian yang bersifat umum termasuk karya-karya fungsional berpola kerja perancangan. Definisi seni serat adalah istilah yang menekankan material tekstil dengan serat sintetis maupun alamiah. Medium serat ini tidak hanya berfungsi sebagai bahan baku, namun memiliki karakteristik yang dapat mewakili perupa dalam menyampaikan gagasannya.

Apabila dirunut lebih jauh ke belakang, tentu seni serat bukanlah hal yang baru, karena bahan serat merupakan bahan yang disediakan oleh alam yang bisa dengan mudah didapatkan. Hampir seluruh masyarakat tradisional yang dekat dengan bahan serat tersebut telah memanfaatkannya untuk kebutuhan kehidupan mereka, baik yang bersifat praktis maupun nonpraktis.

Pada perkembangannya, seni serat kontemporer merupakan pengolahan dan penghayatan yang masih terkait dengan karya-karya serat tradisional, sehingga betapapun jauhnya eksplorasi yang telah dilakukan, kita masih bisa meneropong dengan kacamata tradisional itu.

SENI SERAT BATIK

Batik merupakan satu celah kreatif yang merespons serat tekstil dari sisi seni rupanya. Jika kita mengikuti khasanah batik tradisional, sebenarnya telah terjadi eksplorasi artistik yang luar biasa. Ribuan motif batik yang dimiliki oleh daerah-daerah, seperti Yogyakarta, Surakarta, Madura, Pekalongan, Cirebon, Pati, Lasem, dan lain-lain merupakan satu indikasi bahwa batik telah menempuh proses panjang dalam melakukan penyempurnaan ekspresi dan penjelajahan artistik sehingga dari situ kita bisa membaca adanya akulturasi dan pertumbuhan yang terjadi. Dalam hal ini kalangan kraton ikut andil memengaruhi perkembangan batik di Jawa, yang pada akhirnya melahirkan wacana tersendiri tentang batik tradisional. Betapapun juga, di luar pengaruh

kraton, masyarakat desa sebenarnya telah bergerak dinamis mengembangkan karya-karya batik mereka.

Dewasa ini karya batik tampil dengan wajah seni rupanya yang baru, yang kemudian menjadi khas karena proses pembuatannya representatif dengan teknik tradisional. Eksplorasi teknik yang berkembang mencerminkan suatu pengolahan media yang bisa menampung ekspresi pribadi senimannya secara lebih leluasa. Media batik lebih dihayati sebagai media yang dalam jangkauan tertentu juga bisa menampung gagasan yang ekspresif sebagaimana media seni rupa cat dan kanvas. Namun sebenarnya suatu nilai khas bukan semata karena unsur teknikalnya, melainkan juga karena kandungan dan transformasi nilai yang dipenetrasikan oleh kreatornya ke dalam karya mereka.

SENIMAN SENI SERAT DI INDONESIA

Seni serat kontemporer di Indonesia, sejatinya, muncul pertengahan awal tahun 1970-an dengan pelopornya adalah **Yusuf Affandi**, kemudian diikuti seniman serat lainnya seperti Biranul Anas Zaman. Biranul Anas menjadi sosok dan bagian penting dalam sejarah pendidikan desain tekstil di Indonesia. Perjalanan atas karya-karya yang dia ciptakan adalah sebuah gambaran unik, ibarat hasil jalinan serat-serat yang membentuk selembar kain kemudian memiliki makna dari simbol estetik yang penting. Perjalanan karya yang khas ini mengandung gambaran tentang kerangka berfikir yang mengandung sifat percabangan dan perpasangan.

Melalui alur kajian di bidang seni rupa, khususnya dunia gagasan dan ekspresi medium serat, Biranul Anas bekerja keras menjawab berbagai tantangan zaman yang turut memengaruhi, mengubah, bahkan terkadang mengancam kelestarian nilai-nilai budaya lokal yang terpelihara melalui tradisi penciptaan kain di wilayah Nusantara.

Biranul Anas memahami, soal keberlangsungan dan daur hidup budaya-budaya lokal di Indonesia dihadapkan

Foto: Shutterstock, Dok. Istimewa

dengan modernisasi dunia. Dia pun berupaya mengubah 'ancaman' perubahan akibat dampak industri pariwisata itu menjadi tantangan dan dijadikan sebagai dorongan yang mendukung keberlangsungan dan kemajuan budaya-budaya lokal di Indonesia. Pada tahun 2006, Biranul Anas memilih melakukan riset dan kajian terhadap kain tenun Sumba sebagai contoh atau model kasus permasalahan untuk menguji prinsip dan pemikirannya. Biranul Anas mengatakan, Sumba daerah yang dikaguminya sejak lama.

Biranul Anas pernah mengadakan pameran tunggal pada 2001 di Edwin's Gallery Jakarta bertajuk "Tapestry by Biranul Anas". Lima tahun berselang melakukan pameran Ikatan Silang Budaya: "Seni Serat Biranul Anas" di Bentara Budaya Jakarta.

Tahun 2019 Biranul Anas juga mengadakan pameran tunggal yang di kuratori oleh **Rizki A. Zaelani** di Galeri Nasional, Jakarta. Dalam pameran atas karya-karyanya, Biranul Anas menceritakan rentang jejak yang mewakili alur perjalanan gagasan kreatif atas nama Biranul Anas Zaman selama 40 tahun. Biranul Anas telah menghasilkan berbagai karya seni serat, mulai dari yang berbentuk tiga dimensi, tapestri, seni instalasi, serta lainnya yang terbuat dari serat (tekstil). Dari beragam jenis karya yang telah dibuatnya sebagian besar berbentuk tapestri.

SUGAR & SPICE

IN LIVING COLOR:
HAVING BREAKFAST WITH STYLE

Paduan cita rasa dan warna untuk memulai hari yang penuh semangat.

Ada banyak cara untuk membangkitkan *mood* di pagi hari, terutama untuk Anda yang punya banyak kesibukan. Sebagian orang melakukannya dengan meminum secangkir kopi hangat, atau menyantap menu berprotein tinggi. Nah, Anda bisa juga, *lho*, memulai hari dengan sarapan yang kaya warna.

Selain memanjakan mata, warna-warna yang menarik dari santapan Anda menandakan kandungan fitonutrisi dalam beragam bahan makanan tersebut. Rekomendasi kami kali ini menawarkan beragam cita rasa menu makan pagi kaya warna, yang layak Anda coba.

SUGAR & SPICE, HOTEL INTERCONTINENTAL PONDOK INDAH, JAKARTA

Memasuki area yang terletak di lantai 1 ini, Anda seperti diajak untuk bersiap mengawali hari dengan bertualang rasa di tengah nuansa yang ramah dan menggugah selera. Konsep *everyday brunch* yang ditawarkan tempat ini menyajikan beragam pilihan kuliner spesial dengan berbagai budaya, mulai dari yang terbilang *light breakfast*, antara lain **Smoked Salmon Sandwich**, **Omelette**, **Egg Benedict**, **Budha Bowl Salad**, juga **Lobster Thermidor**, **Fruit & Cereal Bowl**, hingga hidangan 'berat', seperti **Nasi Kuning Lengkap** atau **Oxtail Omelette** yang spesial memanjakan lidah.

Salah satu *highlight* dari tempat ini yang menjadi apresiasi atas kekayaan kuliner Indonesia adalah **BLT Soup**—bukan Bacon, Lettuce, and Tomato—yaitu sup bening hangat berisi Bakso, Lidah, dan Tunjang. Seluruh menu diolah dan dikembangkan oleh Executive Chef **Christoph Pouls** dan Executive Sous Chef **Sudiyono**, menjamin pengalaman bersantap yang mengesankan.

Bukan hanya itu, di akhir pekan Anda akan semakin dimanjakan dengan menu-menu, seperti **Australian Short Ribs** yang empuk, **Crepe Suzette** yang lembut dan segar di lidah, juga aneka *pastries*, *cakes*, *dougnuts*, dan *macaroons* yang manis. Semua dipersiapkan secara detail dan profesional untuk memastikan semua pengunjung mendapatkan kualitas dan rasa yang seragam.

LEWIS & CARROLL, KEBAYORAN BARU, JAKARTA SELATAN

Mengedepankan campuran rahasia antara buah, bunga, rempah, dan daun teh berkualitas dengan *craftmanship* yang unggul, menghasilkan racikan teh artisan yang setiap jenisnya disejajarkan sebagai sebuah *masterpiece* aromatik. Pilih teh artisan yang sesuai dengan selera Anda: *black, black blend*, *white*, *white blend*, *herbal*, *green*, *green blend*, *oolong*, *oolong blend*, hingga *spice*, *fruit*, dan lain sebagainya. Semua bisa dinikmati sebagai minuman teh klasik maupun *artisanal drinks* yang lebih *fancy*.

Mulailah santapan pagi Anda dengan semangkuk **Crunchy Cheesy Scrambled Eggs**, yaitu telur orak-arik yang dicampur dengan keju, *hashbrown* yang garing renyah dan *beef bacon*, atau **Breakfast Platter**, berupa Australian Tenderloin Steak yang disajikan dengan telur yang bisa diolah sesuai selera, *chicken* and *beef sausage*, *light brioche*, *sauteed mushroom*, *baked beans*, lengkap dengan irisan tomat panggang dan *hashbrown*. Tempat ini juga punya menu pagi unggulan berupa **Bakmi Ayam Kampung** yang cita rasanya sangat khas negeri sendiri. Semua merupakan olahan *homemade* untuk menjamin keunggulan rasanya.

Sambil menikmati tegukan teh hangat, tersedia juga menu organik, seperti **Organic Salad Bowl** berupa Superfood Salad, Creamy Sesame, Vietnamese, Caesar, maupun Japanese, juga **Avocado Toast** bagi mereka yang ingin menikmati santapan yang lebih sehat.

MISTER SUNDAY, JAKARTA SELATAN

Bila suasana santap yang lebih kasual yang Anda inginkan bersama rekan-rekan terdekat, tempat ini menawarkan kenyamanan yang lebih santai khas anak muda kekinian, namun dengan sajian hidangan khas yang tak kalah menariknya.

Sebagai rekomendasi di tempat ini, nikmati **Smoked Salmon Egg Benedict**, berupa irisan salmon asap dan *english muffin* yang disajikan dengan *baby spinach* dan *bearnaise sauce*. Untuk menu santap pagi manis, Anda bisa mencicipi lembutnya **Sweet Pancake** yang disajikan dengan irisan pisang dan stroberi, lengkap dengan es krim vanila, kepingan *almond* dan *granola*.

Untuk melengkapi santap Anda, cicipi **Talang Ice Tea with Lemongrass**, alias teh dingin dari bunga telang dan sereh, dicampur dengan air lemon dan soda. Saat dituangi perasan lemon, warna minuman pun berubah dari warna biru menjadi keunguan yang menarik. Butuh *pick-me-up* yang lebih kuat? **Trio Citrus**, yaitu minuman dari campuran lemon, *lime*, dan *sunkist* ditambah dengan daun *mint*, bisa menyegarkan hari Anda.

Bon appetit!

Foto: Denny Herliyanso

DINAMIKA DI TAHUN TIKUS LOGAM

Jenie Kumala Dewi
Feng Shui Modern Expert Consultant
Tel: +62 811 1567 988 | Twitter: @jeniefengshui
Website: www.jeniefengshuionline.com

Memasuki tahun persaingan, persiapkan mental dan fisik agar Anda bisa melalui semua tantangan dan meraih keberhasilan.

Selamat datang di tahun yang baru! Tahun 2020 adalah tahun Tikus Logam atau Tikus Emas yang seperti digambarkan oleh faunanya, sifatnya sangat dinamis, pergerakannya cepat, dan penuh energi, juga didukung oleh sifat cerdas. Meski begitu, tahun yang baru ini juga memiliki peluang sulit berekspresi, sensitif, juga diliputi hal-hal yang sifatnya emosional dan keras kepala. Sudah siapkah Anda?

TAHUN PENUH WARNA

Tahun Tikus akan banyak diwarnai oleh terbinanya hubungan relasi lama dan baru, namun membawa banyak peluang terjadinya masalah komunikasi. Hal itu tentu dapat membawa tekanan baru dalam kehidupan Anda, yang memungkinkan terjadinya stres, perasaan takut, serta masalah-masalah psikologis lainnya. Untuk menghadapinya, sudah tentu Anda perlu semakin mengatur langkah secara lebih strategis, mencari waktu yang tepat saat akan bertindak, serta tidak terburu-buru.

STRATEGI KEUANGAN SEMAKIN PENTING

Menilik prospek di bidang keuangan, tahun Tikus Logam adalah tahun "Strategi Keuangan", yang artinya kita perlu semakin jeli dan berhati-hati dalam mengelola keuangan. Perlu Anda ingat, sebagian besar masalah yang ada dalam hidup dipengaruhi oleh kondisi keuangan. Keuangan, bisnis, dan karir di tahun 2020 perlu dipertimbangkan masak-masak dalam pengelolaan dan pengembangannya, terutama dalam hal investasi. Di tahun ini, semua orang disarankan untuk lebih cermat dalam mengelola keuangannya, tidak serba boros, karena tahun ini adalah tahunnya berhemat.

Waspadai bahwa tahun 2020 ini adalah tahun yang kurang rapi, penuh risiko, meski pergerakannya dinamis dan bergairah. Akan semakin banyak hal yang perlu dicapai melalui kerja keras dan kesabaran. Peluang terjadinya hal baik dan buruk akan muncul berdekatan, sehingga Anda perlu makin awas dan bersikap tenang akan segala kemungkinan. Jangan sampai Anda salah langkah, karena hal ini dapat memengaruhi *mood* Anda di sepanjang tahun.

MASALAH ALAM & KESEHATAN

Sejak tahun lalu, kondisi alam semakin cepat berubah dan terasa makin ekstrem. Di tahun Tikus Logam, kondisi *over energy* akan makin terasa, misalnya saat hujan terjadi banjir maupun badai; sementara di saat kemarau, cuaca panas dan kering makin parah. Keduanya bisa terjadi bergantian dengan cepat, oleh karena itu, fisik dan kesehatan Anda pun perlu dipersiapkan.

Tahun Tikus Logam yang bergerak cepat diperkirakan menimbulkan banyak masalah kesehatan yang terjadi tiba-tiba; yang terlihat sehat bisa tiba-tiba terserang penyakit berat, maupun sebaliknya. Anda perlu mewaspadai beberapa organ tubuh yang tahun ini mudah terserang penyakit di antaranya paru-paru (batuk), kulit (alergi), juga organ hati dan ginjal. Ada peluang juga terjadi masalah peredaran darah. Banyaknya stres dan kondisi alam yang tidak seimbang bisa memunculkan kelelahan fisik dan pikiran, sehingga Anda perlu menyediakan waktu untuk melakukan relaksasi dan penyegaran diri.

BIDANG KERJA YANG BAIK SECARA FENG SHUI DI 2020:

- **Elemen Kayu:** Kreasi, Seni, Ide, Konsultan, Keuangan.
- **Elemen Logam:** *E-Commerce*, Telekomunikasi, Otomotif.
- **Elemen Tanah:** Properti, Asuransi, Konsultan SDM.
- **Elemen Api:** *Marketing*, *Food & Beverage*, Saham.

Sementara itu, bidang usaha yang diperkirakan menghadapi banyak tantangan adalah dari **Elemen Air**, seperti usaha distribusi, *event*, transportasi, perbankan, juga oil & gas.

Foto: 123RF

START STEALER

Kian cepat saja teknologi bergeliat. Tanpa menunggu pergantian tahun, aneka kreasi yang meluncur di ujung tahun lalu ini seperti mengeset tren bagi tahun ke depan.

KOMPUTER MINI UNTUK RUANG KERJA MINIMALIS

Komputer *desktop* masih berevolusi. Dengan tren ruang kerja yang kian minimalis, Lenovo meluncurkan ThinkCentre M90n-1 Nano yang diklaim sebagai komputer *desktop* terkecil di dunia. Lebarnya hanya 8 cm dan panjang 18 cm, dengan berat 505 gram. Meski mini, perangkat ini memiliki tenaga untuk melakoni pekerjaan korporasi maupun di sekolah dan rumah sakit.

UThinkCenter M90n-1 Nano mendukung prosesor Intel Core i3, i5, dan i7, RAM hingga 16 GB DDR4, serta dua slot ruang simpan SSD M.2. Komputer ini dapat mengakomodasi penggunaan dua layar monitor, dan memiliki fitur *Smart USB Protection* guna melindungi diri dari infeksi virus yang dibawa oleh *flashdisk*.

Untuk menghidupkannya tak mesti menekan tombol *on/off*, karena ada fitur *smart power on* yang akan menyalakan komputer jika kita menekan kombinasi tombol Alt+P pada kibor. Lenovo pun mengklaim ThinkCenter M90n-1 Nano dapat menekan biaya energi tahunan hingga 30 persen.

PERINGATAN BERBASIS ARTIFICIAL INTELLIGENCE

Demi meningkatkan sistem keamanan rumah pintar berbasis teknologi AI *(artificial intelligence)*, YI Technology (YI) menghadirkan Dome Camera X. Dilengkapi Smart Alerts berbasis AI dan sensor deteksi gerakan pintar, YI Dome Camera X sanggup membedakan antara manusia dan hewan peliharaan dengan objek bergerak lainnya, sehingga menghasilkan sinyal peringatan yang lebih akurat bagi penggunanya.

Pendeteksi suara abnormal pada kamera ini akan memperingatkan pengguna akan suara-suara seperti tangisan bayi, pintu terdobrak, atau kaca jendela yang pecah. Aktivitas yang terjadi di dalam rumah pun dapat dimonitor kapan saja dan dari mana saja melalui *smartphone*.

Tak ketinggalan, Dome Camera X memiliki cakupan 360 derajat untuk menjangkau setiap sudut rumah, dengan resolusi 1080p Full HD. YI juga mengungkapkan bahwa kameranya ini dirancang agar mudah proses instalasinya, bahkan dapat dilakukan sendiri oleh penggunanya.

Foto: anandtech, yitechnology, cnet, google

SANG LEGENDA LAHIR KEMBALI

Ponsel dengan layar lipat sebenarnya bukan barang yang sama sekali baru. Samsung, misalnya, sempat membuatnya namun ketidaksempurnaan hasil akhir berbuntut pada pembatalan rilis sebelum akhirnya benar-benar diluncurkan, meski dengan *review-review* kurang menyenangkan.

Maka dunia terhentak saat Motorola memperkenalkan Razr dengan layar lipat, seraya menegaskan ketangguhan layarnya yang akan mampu bertahan sebagaimana *smarpthone* pada umumnya. Ponsel berdesain *clamshell* ini hadir dengan layar Flex View p-OLED 6,2 inci dengan aspek rasio 21:9. Saat ditutup, akan aktif layar sentuh berukuran 2,7 inci di bagian luarnya. Untuk spesifikasi, Motorola Razr dibekali prosesor Snapdragon 710, RAM 6 GB, memori internal 128GB, dan baterai 2,510mAh berkemampuan TurboPower 15W via USB-C. Sementara, Android Pie menjadi OS *smartphone* yang memiliki kamera 16MP f/1.7 dan 5MP f/2.0a ini.

Hal lain yang mencuri perhatian publik tak lain adalah sisi nostalgia. Ya, Razr ini merupakan versi *reborn* dari ponsel legendaris Motorola Razr yang pernah populer pada dekade 2000-an. Gosipnya, Samsung dan Huawei akan kembali membuat ponsel lipat dengan berkiblat pada Razr *reborn*.

VIDEO GAME TANPA KONSOL

Pada Game Developers Conference (GDC) yang dihelat tahun lalu di San Francisco, Google memperkenalkan *cloud gaming* bernama Stadia. Akhir 2019, Stadia mulai hadir di AS dan beberapa negara Eropa. Lewat layanan ini, pengguna dapat bermain *video game* tanpa parangkat khusus seperti konsol (Playstation dan Xbox) atau menginstal *game*-nya di perangkat *mobile* seperti *smartphone* dan *tablet*. Sebab, *game* yang kita mainkan berjalan di *cloud* alias server yang Google sediakan.

Untuk bermain *game*, Google menyediakan *joystick* Stadia dan perangkat Chromecast. Resolusi yang dihadirkan Stadia mencapai 4K dan *frame rate* 60fps, lengkap dengan HDR dan 5.1 *surround sound*. Kabarnya bakal ada pula layanan gratis tahun ini, namun dengan resolusi maksimal 1080p dan *frame rate* 60fps plus *stereo sound*.

Para penikmat *game* dapat memainkannya pada TV, laptop, PC, *tablet*, maupun *smartphone*. *Assassin's Creed: Odysey, Destiny 2, hingga Red Dead Redemption 2* masuk daftar *game* yang hadir dalam Stadia, dan tentunya akan semakin bertambah. Patut ditunggu kehadiran Stadia di Indoneia.

promo

Food & Beverages

10%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Desember 2020

Hotel & Leisure

25%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Agustus 2020

UP TO 30%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 30 Juni 2020

Lifestyle

10%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Juli 2020

10%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Juli 2020

10%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Juli 2020

5%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Juli 2020

15%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Juli 2020

10%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Juli 2020

Hospital & Wellness

OMNI Hospitals

UP TO **10%**

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 30 September 2020

polaris
The Science of Youth & Rejuvenation

50%

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020

id BEAUTY CLINIC
Indonesia

SPECIAL PROMO

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020

Parkway Hospitals
SINGAPORE

UP TO **10%**

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Desember 2020

RAMSAY SIME DARBY HEALTH CARE
RS Premier Bintaro

UP TO **20%**

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 31 Oktober 2020

LABORATORIUM KLINIK
Prodia

UP TO **20%**

Syarat dan ketentuan berlaku.

Berlaku sampai dengan 11 Oktober 2020

airport services

aceh
Bandara Sultan Iskandar Muda
- Gayo Lounge

medan
Bandara Kualanamu
- Excelso Coffee

padang
Bandara Minangkabau
- Minangkabau Lounge

pekanbaru
Bandara Sultan Syarif Kasim II
- Lembayung Lounge
- Maxx Coffee

batam
Bandara Hang Nadim
- El John Lounge

palembang
Bandara SM Badaruddin II
- Syailendra Lounge

belitung
Bandara Has Hanandjoedin
- Eljohn Lounge

jakarta
Bandara Soekarno Hatta III Ultimate
- Saphire Blue Sky Lounge (Intl)
- Warung Koffie Batavia (Domestik)
- Hongtang (Domestik)
- Happy Chappy (Domestik)
- Anomali Coffee (Domestik)
- Waroeng Kita (Domestik)

Bandara Soekarno Hatta Terminal 2F
- Maxx Coffee

yogyakarta
Bandara Adisucipto Terminal A
- Concordia Executive Lounge

semarang
Bandara Ahmad Yani
- Concordia Executive Lounge

solo
Bandara Adi Sumarmo
- Concordia Executive Lounge

surabaya
Bandara Juanda T1
- Bangi Kopi (Gate 3-4)
- Gloria Jeans Cofee (Gate 8-9)

Bandara Juanda T2 Internasional
- Concordia Executive Lounge

Bandara Juanda T2 Domestik
- Concordia Executive Lounge

denpasar
Bandara Ngurah Rai
- Concordia Executive Lounge
- TG Lounge (Intl)
- Waroeng Koffie Batavia (Domestik)
- Made's Warung (Domestik)
- Three Coffee (Domestik)
- House of Beans (Domestik)

mataram
Bandara Internasional Lombok
- Concordia Executive Lounge

pontianak
Bandara Supadio
- Gapura Lounge

bandung
Bandara Husein Sastranegara
- Sapphire Lounge

balikpapan
Bandara Sepinggan
- Blue Sky Lounge
- TG Lounge

banjarmasin
Bandara Syamsudin Noor
- Concordia Executive Lounge

tarakan
Bandara Juwata
- Blue Sky Lounge

manado
Bandara Sam Ratulangi
- Concordia Executive Lounge

makassar
Bandara Sultan Hasanuddin
- TG Lounge

jayapura
Bandar Udara Sentani
- Sentani Lounge

malang
Bandara Abdul Rachman Saleh
- East Java Executive Lounge

kupang
Bandara El Tari
- Maxx Coffee

kendari
Bandara Wolter Monginsidi
- Haluoleo Lounge

Pelayanan ini meliputi:
- Membantu *check-in* tiket dan pengurusan bagasi untuk penerbangan domestik & internasional.

Saat ini terdapat 2 lokasi fasilitas *Airport Handling:*
- Jakarta (Internasional Terminal 2D & Terminal 3 Ultimate)
- Surabaya (Domestik Terminal 1)

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

Lokasi yang menyediakan fasilitas *Baggage Wrapping:*
- Bandara Soekarno Hatta Jakarta Terminal 1A dan 1B
- Bandara Soekarno Hatta Jakarta Terminal 2D, 2E dan 2F
- Bandara Ngurah Rai Bali
- Bandara Kualanamu Medan
- Bandara Juanda Surabaya
- Bandara Sultan Hasanuddin Makassar
- Bandara Internasional Sam Ratulangi Manado

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan diskon spesial*

dengan mandiri debit prioritas atau debit private

Nikmati berbagai penawaran seperti:

diskon 10%* paket MCU	diskon 10%* biaya kamar	diskon 5%* biaya penunjang pemeriksaan	diskon 5%* biaya obat

Berlaku hingga 30 September 2020.

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

Saatnya prioritaskan kesehatan, saatnya mandiri.

*info: bmri.id/rsomni

mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

mandiri priority credit card

up to 6x fiestapoin | unlimited complimentary wifi access & airlines mileage redemption | golf privileges in 8 countries

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

Time for priority experience, time for mandiri.

info: bmri.id/prioritas

mandiri call 14000

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi Oleh Otoritas Jasa Keuangan OJK