Volume I 2019

mandiri prioritas

business optimism

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
private

layanan antar jemput eksklusif untuk Anda **di bandara changi singapura**

Nikmati layanan antar jemput eksklusif untuk Anda nasabah mandiri private dan nasabah mandiri prioritas* di bandara Changi Singapura, serta fasilitas bebas biaya untuk penggunaan ruang meeting di Singapura dan Hongkong.

Segera bergabung menjadi nasabah mandiri private dan nikmati berbagai kemudahan untuk Anda.

Saatnya kenyamanan perjalanan, saatnya mandiri.

*Syarat dan ketentuan berlaku

mandiri call 14000

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. adalah pelaku jasa keuangan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

editorial

Pembaca yang budiman,

Kini kita sudah menjejak tahun 2019. Banyak hal yang mewarnai perjalanan kita di sepanjang tahun 2018 lalu. Pencapaian-pencapaian yang berhasil kita raih bisa menjadi landasan dalam menetapkan target di tahun ini. Sementara catatan-catatan koreksi yang mungkin ada seyogianya merupakan bahan introspeksi agar kita mampu melangkah lebih optimis.

Masih seperti 2018, prediksi perekonomian di tahun 2019 juga diliputi dinamika ekonomi global dengan berbagai tantangannya. Namun begitu, beberapa indikator, seperti postur APBN 2019 yang menggambarkan rasa optimisme pemerintah, dukungan investasi yang tinggi, serta konsumsi masyarakat yang diperkirakan tetap meningkat dapat membangkitkan keyakinan para pelaku bisnis di tanah air.

Sebagai penguat optimisme, di edisi kali ini kami mengangkat kekuatan baru dari kawasan Asia dalam percaturan ekonomi global. Dari Indonesia sendiri, setelah sukses menyelenggarakan beberapa *event* kelas dunia, kita juga memiliki pebisnis-pebisnis *startup* yang kreatif dan inovatif sehingga turut memberi pengaruh kepada pasar dunia.

Dan di tahun yang baru ini, tak ada salahnya memasukkan destinasi wisata domestik sebagai resolusi liburan kita, misalnya mengeksplorasi eksotika alam Tana Toraja, Sulawesi Selatan. Hal ini sekaligus menambah laju ekonomi dalam negeri serta memperkuat nilai rupiah.

Selamat tahun baru 2019, semoga akan lebih baik lagi…

HERY GUNARDI
Direktur Bisnis Kecil & Jaringan

Life isn't about waiting for the storm to pass.
It's about learning to dance in the rain.

-Vivien Greene

redaksi

Dewan Redaksi
Elina Wirjakusuma
Arief Budiman

Redaktur Pelaksana
Dian Puspasari
Raditya Narita
Fahmi Abdul Aziz
Jatua HP. Sinaga

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) 300 28 139
F: (021) 230 3930
E: jatua.sinaga@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.wardi@gcmgroup.id, sariwardi.astuti@gmail.com
Dwi Susanto | T: 0878-8698-5577
E: dwi.susanto@gcmgroup.id; susantodwi77@gmail.com

Seluruh artikel di dalam majalah ini tidak diperbolehkan untuk direproduksi tanpa izin khusus dari penerbit. Mandiri Prioritas dan Femina 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.

CHOPARD
EYEWEAR
OPTIK MELAWAI +6221 532 1111

8

54

70

58

26

22

100

Cover : shutterstock

8 trend
Demure Glam

9 trend
Understated Opulence

10 inspiration
Kita Adalah Energi

12 priority event
Internship Wealth Management
Graduation Night

14 priority event
Mandiri Prioritas Raih
Service Quality Award 2018

16 priority event
Mandiri Golf Trip 2018
Playing while Traveling

19 priority event
Next Generation Workshop

20 priority event
Secangkir Kopi Menemani
Analisa Pasar Terkini

22 priority event
Mandiri Sweet Escape

26 priority event
Jejak Ulos Dalam Kehidupan
Orang Batak

30 priority event
Paling Dinanti
di Jakarta Fashion Week 2019

33 priority event
Next Generation Workshop
Managing Family Wealth

34 priority event
Dinner & Gathering
Menjalin Komunikasi, Merajut Relasi

36 fashion notes
New York Fashion Week SS 2019:
10 Next Big Trend

110

contents

Volume I 2019

40 beauty news
Asian Beauty: The Global Sensation

42 nutrition facts

44 highlights
Kaya-Raya Luar Biasa:
Energi Resiliensi Asia

48 today's business
Mengekspor Inovasi & Kreativitas

54 success story
Nadia Sofiandi:
Hadirkan Restoran Jepang
yang Autentik

58 success story
Dr. Nora Ariyati, MKes, SpKK:
Berbisnis sambil Edukasi

62 wealth management
Kami Kelola Aset Anda

66 financial Q&A
Menghadapi Goncangan Pasar Global

70 lifestyle
Solo Traveling, Yuk!

74 lifestyle
Kenyamanan Seharga Miliaran

78 healthy & fab
Serba-Serbi Kolagen untuk
Kesehatan dan Kecantikan

82 who's who
Para Pejuang Kain Nusantara

86 automotive
Mahakarya dari Masa Lalu
Menaklukkan Hati Selebriti

90 home
Menambah Makna dengan Elemen Antik

94 leisure
Pesona Tana Toraja

100 culinary
Gourmet Burger, Exceptionally Sensational

104 art
Merangkai Bunga, Merangkai Lifestyle

108 feng shui
Feng Shui & Kesehatan

110 techno
Akselerasi Inovasi

112 promo

114 airport services

Archive Bag

Louis Vuitton meramu kembali koleksi New Wave menjadi tas kulit tali rantai dengan detail *quilting* bergelombang. Nama New Wave sendiri bersinambung dengan genre musik yang mencerminkan tren mode distingtif serta sebuah sikap yang baru. Tersedia dalam warna merah muda, hijau, putih, merah, dan hitam.

Dior Couture Fall 2018

Kemewahan dan keindahan sebuah karya busana yang 'tenang', penuh detail, dan terkonstruksi dengan baik merupakan kesimpulan dari **Dior Couture** Fall 2018. Seluruh karya hingga motif bordir kain dikerjakan oleh tangan artisan. Hadir dalam palet warna *navy*, *blush*, hijau seledri, *rose*, cokelat teh, dan beragam turunan warna *nude*.

DEMURE GLAM

Pengejawantahan harmonisasi citra elegan dan mewah bersahaja

Adorn Eyes

Sebagai *official partner* Cannes Festival, **Chopard** menciptakan kacamata edisi terbatas untuk tahun 2018. Kacamata ini berbentuk bulat yang tampak modern tanpa terlalu trendi, dengan detail *spoiler* sisi samping motif renda, dilengkapi taburan kristal dan dilapisi emas 23 karat. Khusus di Indonesia, kacamata ini hanya tersedia 4 buah di Optik Melawai Gallery.

Luxury Cabin

Fendi bersama **Rimowa** memperpanjang kerjasamanya dengan menghadirkan koper kabin detail warna terbaru, merah dan biru. Masih dengan material aluminum terbaik, sistem *multi-wheel* yang inovatif, dua kunci *TSA-approved*, gantungan bentuk kapal kertas serta *name tag* pada *external belt* bahan kulit *Cuoio Romano* serta logo monogram "FF" khas Fendi di bagian *lining* dan eksterior koper.

Writing Luxury

Sebagai pembuat alat tulis dan pena premium sejak tahun 1906, **Montblanc** tetap konsisten pada akarnya dengan melansir koleksi terbarunya yang bernama Heritage Collection Rouge & Noir. Pada koleksi ini, terdapat bentuk laba-laba pada ujung pena serta tinta refill berwarna abu-abu yang merefleksikan warna jaring laba-laba.

UNDERSTATED OPULENCE

Aksesori mewah penuh detail untuk pribadi spesial

Contemporary Elegance

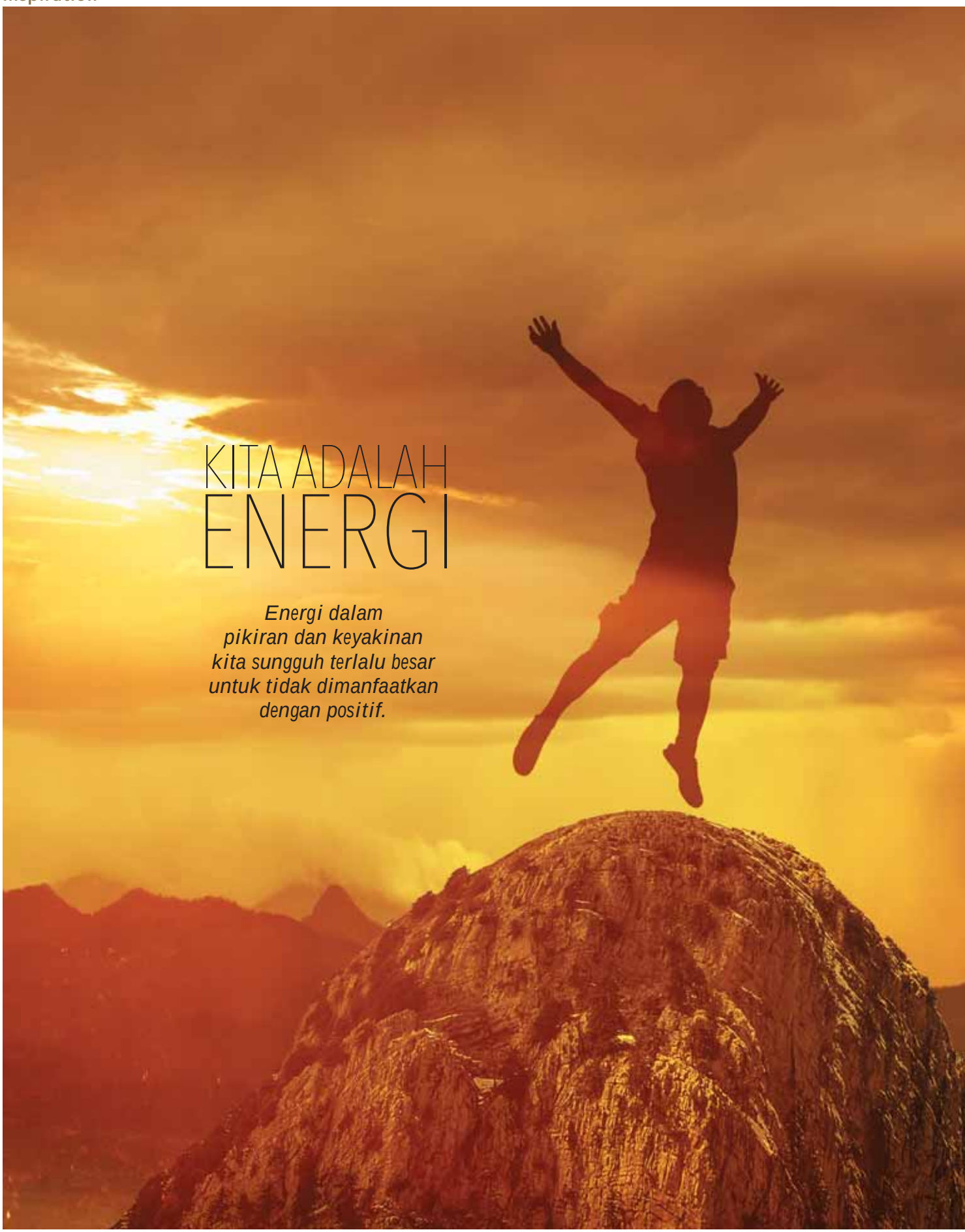
Bvlgari kembali dengan jam tangan Octo L'Originale Ultranero Chronograph yang menggabungkan kecanggihan teknologi dari Swiss dan Italia serta berdesain modern. *Case* berbahan *stainless steel* serta *sandblasted* titanium, *strap* silicon, dan warna hitam legam keseluruhan membuat jam ini tampil elegan kontemporer.

Perfect Watch

Fungsi, estetika serta teknik pembuatan jam tangan mewah terwujud dalam koleksi **Patek Philippe** terbaru. Setiap bagian dari mesin satu-persatu dipoles dengan tangan untuk mengurangi pergesekan serta rotor yang terbuat dari emas 21 karat mengukuhkan keistimewaan merek ini. Tersedia dalam *case* emas 18 karat warna kuning, *rose gold*, dan putih yang dilengkapi *strap* dari kulit buaya.

Lavish Eccentric

Cartier menciptakan sebuah kalung mewah yang digabungkan dengan jam *skeleton movement* pada bagian liontin. Kalung jam tersebut dilengkapi mesin mekanik caliber 9613 MC dengan bentuk kepala macan kumbang menjadi rangka emas putih pada bagian jam yang dibubuhi batu zamrud, berlian, dan onyx.



KITA ADALAH ENERGI

Energi dalam pikiran dan keyakinan kita sungguh terlalu besar untuk tidak dimanfaatkan dengan positif.

Suatu ketika, di masa lalu, saya menanam sebuah niat di dalam hati begini: "Kalau nanti aku punya pacar lagi, dialah pacar terakhirku, yang akan jadi istri dan ibu dari anak-anakku." Maklum, ketika itu hati saya sedang galau. Dua kali pacaran yang terakhir saya sudah yakin akan menikah, tapi ternyata hubungan kami kandas di tengah jalan.

Tentu niat saya tersebut disertai doa agar perempuan itu nanti merupakan pilihan terbaik dari Tuhan untuk saya. Saya pasrah. Saya serahkan nasib saya sepenuhnya kepada Yang Maha Penentu. Maka, hadirlah perempuan itu dalam hidup saya lewat sebuah skenario Tuhan yang sungguh indah.

Kami bekerja di sebuah grup perusahaan yang sama di Jakarta tapi berbeda gedung. Ia adalah karyawan yang baru sebulan pindah dari Surabaya, sementara saya lima bulan lebih dulu pindah dari kota yang sama. Saya hanya butuh tiga sesi pendek untuk akhirnya mengajaknya menikah. Bertemu, saling tertarik, lalu pacaran. Ketiga sesi itu hanya berlangsung tak kurang dari tiga bulan. Dan—ini poinnya—ternyata ia punya niat dan doa yang persis sama seperti saya!

Kebetulan? Tentu tidak. Alurnya sangat jelas, *kok*: Saya berdoa di Jakarta, ia berdoa di Surabaya. Tuhan menangkap doa kami, dan Dia mengirimkannya untuk saya. Atau sebaliknya, saya yang dihadirkan-Nya untuk dia.

Yang kita sebut sebagai 'kebetulan' itu sekarang sudah dapat dijelaskan oleh sains—dalam hal ini oleh Fisika Kuantum. Salah satu teorinya menyebutkan bahwa seluruh benda yang ada di semesta ini—terlihat maupun tidak—terbuat dari bahan yang sama, yaitu energi. Energi ini memiliki sifat *electrical magnetic*. Punya daya penarik.

Dengan begitu, pikiran dan sistem keyakinan kita juga memiliki energi dan medan magnet seperti yang telah ditemukan pada tahun 1896 oleh peraih Noble, Pieter Zeeman. Dan sebagaimana magnet, energi yang keluar dari keduanya mampu menarik energi lain yang sejenis. *HeartMath Institute* di California, AS, sudah lebih dari 25 tahun fokus meneliti kekuatan *magnetic field* pada jantung manusia. Hasilnya, kekuatan magnet energi dari jantung 5.000 kali lebih besar ketimbang kekuatan magnet otak.

Inilah yang menjelaskan mengapa kita diminta untuk selalu berpikir (dan berdoa) positif, agar yang tertarik kepada diri kita adalah hal yang sama positif juga. Ini pula yang menjelaskan saya dan istri saya bertemu—karena ditarik oleh energi (dari doa) yang sama.

Contoh lain yang terdekat adalah momen prestisius Indonesia tempo hari, Asian Games ke-18 di Jakarta dan Palembang. *Tagline Energy of Asia* yang didengungkan berkali-kali berhasil menarik dan menggetarkan energi seluruh komponen bangsa untuk bersatu. Energi itu memancar dari niat kuat pemerintah untuk menghelat ajang olahraga terbesar kedua setelah Olimpiade ini. Ditambah dengan energi dari kerja keras penyelenggara, dari tekad besar para atlet, serta dari doa tulus seluruh rakyat. Hasilnya bisa kita lihat sendiri: Indonesia berprestasi luar biasa, dan namanya harum di mata dunia.

Suatu sore, di masa kini, saya duduk di balkon lantai dua belakang rumah sambil memandangi perbukitan nan hijau jauh di depan. Seluruh otot tubuh saya rasakan begitu relaks. "Ah, andai saja situasi ini dilengkapi dengan secangkir kopi dan pisang rebus, tentulah makin selaras hidupku," kata saya dalam hati sambil melamun.

Tak sampai dua menit membayangkan hal itu, tiba-tiba istri saya muncul dari dalam membawa sebuah bungkusan. "Pak," katanya, "kemarin di Bali aku beli ini buatmu: kopi luwak. Stok kopi di rumah habis, kan?" Mata saya membelalak.

Tak cukup sampai di situ, setelah menawarkan diri meracik kopi buat saya, istri masuk ke dalam sambil setengah berteriak, "Bi, kalo sudah matang, bawa ke sini pisang rebusnya, ya!" Untuk kedua kalinya mata saya membelalak. Dan kali ini lebih lebar.

I love energy!

INTERNSHIP WEALTH MANAGEMENT GRADUATION NIGHT

Sejak dini Bank Mandiri membekali para second generation *dengan pengalaman* wealth management.

Masa liburan tengah tahun ini, Bank Mandiri kembali menggelar program *Internship Wealth Management*. Tentunya, agar para generasi penerus nasabah Mandiri Prioritas dapat memanfaatkan waktu senggangnya dengan kegiatan yang bermanfaat.

Ilmu pengetahuan mengenai produk investasi, *treasury*, sekuritas, dan bisnis *startup* yang belakangan *booming* tersaji di sini. Dan karena sifatnya magang, para peserta pun berkesempatan terjun langsung pada bidang kerja tersebut, dengan bimbingan para staff profesional Bank Mandiri.

Setelah 2 minggu menjalani program *Internship Wealth Management*, saatnya generasi penerus dari nasabah Mandiri Prioritas 'diwisuda' pada *Graduation Night - Internship Wealth Management*, Jumat, 27 Juli 2018, di Mandiri Private Banking Office, Gedung Menara Mandiri II.

Ketika menyambut para peserta yang didampingi oleh orang tuanya, **Ibu Elina Wirjakusuma**, Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri, berharap akan kesuksesan mereka di masa depan. "Semoga kita bisa berjalan beriringan melihat kesuksesan dari *2nd gen* ini kelak. Terima kasih untuk semangat para peserta," tuturnya.

Program edukasi ini diselenggarakan oleh Bank Mandiri untuk mempersiapkan para *second generation* melanjutkan pengelolaan, bahkan mengembangkan aset orang tua mereka kelak.

Bapak Hardanto, orang tua dari salah seorang peserta, **Andi**, mengungkapkan, "Saya mewakili orang tua sangat senang putra-putri kami dapat mengikuti program ini. Di usia dini, anak-anak kami sudah diberi bekal *wealth management* yang terbilang lengkap, pengalaman mengikuti pekerjaan di *capital market* dan sebagainya. Terima kasih kepada Bank Mandiri, terutama divisi Wealth Management, serta anak perusahaan Bank Mandiri."

MANDIRI PRIORITAS RAIH
SERVICE QUALITY AWARD 2018

Komitmen Bank Mandiri dalam memberikan layanan terbaik bagi nasabahnya diganjar penghargaan Service Quality dengan kategori tertinggi.

Bank Mandiri kembali meraih Service Quality Award 2018 dalam kategori Priority Banking atas pelayanan terbaik terhadap para nasabah setianya. Kali ini, Bank Mandiri berhasil menyabet SQ Award Diamond, yang merupakan kategori tertinggi. Penghargaan tahunan ini dinilai prestisius karena didasarkan pada riset nasional kepuasan pelanggan, Service Quality Index (SQI), yang dilakukan oleh lembaga *service quality monitoring* ternama di Indonesia, Carre-Center for Customer Satisfaction and Loyalty (Carre-CCSL).

Malam penghargaan SQ Award 2018 digelar pada 2 Agustus 2018, bertempat di Hotel Mulia, Jakarta. Pada kesempatan itu, Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri **Ibu Elina Wirjakusuma** menerima penghargaan SQ Award 2018 yang diserahkan oleh **Yuliana Agung**, CEO Carre-CCSL.

Riset nasional SQI yang diadakan di 4 kota besar Indonesia yaitu Jakarta, Surabaya, Medan, dan Semarang ini coba mengukur persepsi pelanggan yang menikmati pelayanan dalam waktu maksimal 6 bulan terakhir. Sesi penilaian terbagi menjadi dua tahap, yakni kategori Random pada kurun waktu Januari-Maret 2018, serta kategori Booster dari April-Mei 2018. Pada penyelenggaraan tahun ini, riset nasional kepuasan pelanggan turut memasukan unsur layanan digital sebagai salah satu aspek yang dinilai.

SQ Award merupakan penghargaan yang diberikan kepada perusahaan yang mempunyai SQIndex yang memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan. Terdapat dua kategori penghargaan pada SQ Award, yaitu Diamond dan Gold. Penerima SQ Award Diamond adalah perusahaan yang mempunyai SQI di atas 4 ribu dan di atas rata-rata sektor industrinya. Sementara penerima SQ Award Golden ialah korporasi yang memiliki SQI di atas 4 ribu, tapi di bawah rata-rata industrinya.

"Tentu kami sangat senang memperoleh penghargaan SQ Award. Hal ini juga sekaligus menjadi cambuk bagi kami untuk lebih baik lagi. Penghargaan ini salah satu bagian dari pencapaian Bank Mandiri dari jalan panjang yang masih harus ditempuh. Kami harus mampu menangkap keinginan nasabah agar layanan yang kami berikan bisa lebih mudah, cepat, dan berkualitas," ungkap Ibu Elina usai menerima penghargaan.

MANDIRI GOLF TRIP 2018 PLAYING WHILE TRAVELING

Tak hanya mengayunkan stik golf, tapi juga menikmati keindahan kota Chiang Mai sambil bercengkerama dengan sesama nasabah.

Seperti diketahui, olahraga golf memang menjadi salah satu pilihan nasabah Bank Mandiri segmen Private & Prioritas. Untuk itu, Bank Mandiri senantiasa menyediakan fasilitas kepada nasabah terkait guna menyalurkan hobinya melalui penyelenggaraan beragam *event* golf. Hal ini tentu selaras dengan komitmen Bank Mandiri dalam memberikan pelayanan terbaik bagi nasabah setianya.

Mengulang kesuksesan tahun lalu, Bank Mandiri kembali mengajak nasabah Mandiri segmen Private & Prioritas untuk menjajal lapangan golf di Thailand. *Event* tur golf yang digelar dari tanggal 23-26 Agustus 2018 lalu ini berlangsung di Kota Bangkok, Thailand. Sebanyak 24 pegolf turut berpartisipasi dalam ajang bertajuk Mandiri Golf Trip ini.

EXCLUSIVE GOLF COURSE

Di samping bermain golf, Bank Mandiri juga mengajak para nasabah menikmati suasana Kota Bangkok lengkap dengan wisata kulinernya yang lezat. Lebih dari itu, ajang bermain golf sambil berlibur ini menjadi sarana yang hangat untuk bersilaturahmi, baik antarnasabah maupun dengan Bank Mandiri. Direktur Distributions bank Mandiri **Bapak Hery Gunardi** mewakili manajemen Bank Mandiri turut serta menemani nasabah dalam tur golf kali ini.

Sebagai negara tujuan wisata dunia, Thailand tentunya memiliki lapangan golf bertaraf internasional yang eksklusif. Hal ini menambah pengalaman tersendiri bagi para nasabah. Hari pertama pertandingan, seluruh peserta mencoba lapangan golf Amata Spring Country

PARA JUARA MANDIRI GOLF TRIP 2018

Juara 1:
Satomo Hadiwijoyo

Juara 2:
Hadi Tirtaputra

Juara 3:
Dino Dirgantoro

Juara 4 :
Saibun Sinaga

Juara 5:
Hery Gunardi

Longest Drive:
Dino Dirgantoro

Nearest to the Pin:
Hadi Tirtaputra

Club. Lapangan golf ini merupakan salah satu klub privat kelas dunia yang pernah menjadi lokasi kejuaraan Royal Trophy dan pernah terpilih sebagai lapangan terbaik dari the Asian Tour.

Keesokan harinya, giliran lapangan Suwan Golf & Country Club yang dicoba keunikannya oleh para peserta tur golf Bank Mandiri. Suwan Golf & Country Club memiliki desain lapangan yang berbukit dan menantang sehingga menjadi salah satu yang terbaik di Bangkok.

UNIQUE EXPERIENCE

Apresiasi mendalam disampaikan oleh Bapak Hery Gunardi kepada seluruh nasabah yang mendukung penuh *event* tur golf Bank Mandiri. Dalam dua kali penyelenggaraan tur golf, selalu berjalan sukses dan memperoleh respons positif dari nasabah.

Berlibur ke luar negeri, bermain golf, dan menjalin persahabatan sesama nasabah memang menghadirkan pengalaman yang unik. Dari situ, bisa saja berlanjut kepada hubungan kerja sama bisnis misalnya. Bank Mandiri berharap gelaran tur golf berikutnya akan lebih baik lagi sehingga memberikan kepuasan kepada peserta.

NEXT GENERATION WORKSHOP

Generasi penerus, pembawa tongkat estafet yang diharapkan mampu membuat bisnis keluarga tumbuh lebih besar lagi.

Eksistensi sebuah *family business* salah satunya dipengaruhi oleh kemampuan generasi penerusnya. Sebagai 'ahli waris', generasi penerus harus siap mengemban tanggung jawab yang diamanahkan oleh orang tua atau generasi sebelumnya. Jika generasi penerus cakap dalam mengelola perusahaan, bukan tidak mungkin perusahaan akan mampu bertahan dan berkembang dari generasi ke generasi.

Bank Mandiri memandang penting mengenai kesiapan para *next generation* dalam menerima tongkat estafet bisnis keluarga. Untuk itu, bekerja sama dengan Lombard Odier, Bank Mandiri segmen Private dan Prioritas menggelar *workshop* untuk para generasi penerus. Event yang dihadiri oleh Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri **Ibu Elina Wirjakusuma** beserta jajajaran manajemen Bank Mandiri lainnya ini dilaksanakan pada 29 Agustus 2018 di Mandiri Prioritas Lounge, Menara Mandiri, Jakarta.

Sebagai pembicara pertama, **Mr. Vincent Magnenat**, selaku CEO Asia Pacific Lombard Odier, menyampaikan informasi mengenai kesuksesan Lombard Odier, sejak dari pertama berdiri hingga kini mencapai usia 222 tahun. Sementara **Mrs. Lee Wong**, Head of Family Services Asia Pacific Lombard Odier memaparkan materi seputar tantangan yang dihadapi dalam bisnis keluarga.

"Pesan kami melalui penyelenggaraan *workshop* ini adalah ingin agar para generasi kedua, ketiga, dan seterusnya dapat membuat bisnis keluarga tumbuh dan berkembang lebih besar lagi di kemudian hari. Kita bisa belajar dari kiprah Lombard Odier yang sudah bertahan selama 222 tahun. Dan Bank Mandiri pun siap menjadi partner yang memberikan *value added*," ujar Ibu Elina dalam sambutannya.

SECANGKIR KOPI MENEMANI **ANALISA PASAR TERKINI**

Paduan pas untuk 'menghangatkan' optimisme akan fundamental ekonomi Indonesia.

Bersantai sejenak di sore hari, enaknya sambil menyeruput kopi. Selasa, 14 Agustus 2018, Bank Mandiri mengundang nasabah Mandiri Private dan Prioritas ke Mandiri Private Banking Office, tempat digelarnya acara bertajuk *Nusantara Coffee Journey – Experience the richness of Indonesian Coffee*. Nikmatnya kopi sore itu, menjadi teman yang pas selepas menyimak paparan mengenai kondisi pasar terhangat.

KARAKTER DAN CITA RASA KOPI

Evani Jesslyn, pendiri First Crack Coffee Academy, berbagi aneka pengetahuan seputar kopi. Mulai dari karakteristik kopi arabika dan robusta, hingga cara menyeduh kopi yang tepat.

Di akhir kelas kopi ini, para tamu dipersilakan menyeruput kopi yang baru saja Evani seduh, kopi Toraja dari verietas robusta. "Kopi ini ditanam dekat pohon cokelat," ungkapnya. "Itu turut memengaruhi rasa kopi, ada rasa cokelatnya." *Hmmm*… nikmat. Tambah nikmat karena kemudian kopinya juga disajikan berpasangan dengan aneka *canape*.

PERCAYA KEPADA FUNDAMENTAL EKONOMI INDONESIA

Tak kalah menarik dari kelas kopi, tamu undangan juga mendapat informasi *market update*, dengan menghadirkan **Adrian Maulana**, selebriti yang kini menjabat sebagai *SVP Intermediary Business* Schroders Indonesia. Sesi ini sangat menarik mengingat tahun 2018 ini terdapat situasi yang menantang bagi para pelaku bisnis maupun investor.

Meski diwarnai oleh tantangan yang cukup hebat, Adrian menyerukan kepada para tamu untuk tetap berinvestasi di Indonesia. "Percaya kepada fundamental ekonomi kita, dan tentunya saat ini harga sedang bagus-bagusnya."

Acara hari itu turut dihardiri oleh **Bapak Arief Budiman**, Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri beserta jajaran manajemen lainnya. Selain itu, *event* ini juga memperoleh dukungan dari McLaren Indonesia dan Simpson Marine Indonesia.

MANDIRI
mandiri
Sweet Escape
Finlandia, September 2018

MANDIRI **SWEET ESCAPE**

Menikmati sensasi keindahan Swedia dan Finlandia. Sungguh berkesan..!

Sebagai bentuk apresiasi terhadap nasabah utama Bank Mandiri, kali ini nasabah berkesempatan berkunjung ke Swedia dan Finlandia. Liburan bertajuk *Mandiri Sweet Escape* ini terbagi dalam dua *batch*. Rombongan peserta *batch* I melaksanakan *trip* pada tanggal 16-22 September 2018 dan *batch* II berangkat pada tanggal 20-26 September 2018. Yuk, simak keseruan perjalanan mereka!

HARI PERTAMA: *HEJ*, STOCKHOLM!

Setelah menempuh penerbangan panjang dari Jakarta—transit sekali di Dubai, peserta *luxury trip* Bank Mandiri pun tiba di Bandar Udara Internasional Stockholm Arlanda, Swedia. Tidak banyak yang bisa dilakukan oleh peserta pada hari pertama di Kota Stockholm. Dari bandara, nasabah menuju Formosa Restaurant—restoran yang menyajikan hidangan Tiongkok klasik—untuk santap siang, dilanjutkan dengan *check in* di hotel untuk beristirahat. Malamnya, peserta menikmati hidangan khas Thailand di Rayavadee Royal Thai Cuisine sambil berbincang-bincang hangat.

HARI KEDUA: 'BERTAMU' KE KEDIAMAN RAJA

Usai sarapan, seluruh peserta bersiap keliling Kota Stockholm. Berkunjung ke Royal Palace menjadi momen yang ditunggu-tunggu karena merupakan kediaman

resmi Raja Swedia sekaligus tempat untuk aktivitas kenegaraan. Puas menyaksikan keindahan Royal Palace yang bak istana di negeri dongeng, para nasabah melanjutkan perjalanan ke Fjallgatan. Di Fjallgatan inilah peserta dapat menyaksikan keindahan Kota Stockholm dari ketinggian. Sore hari, peserta meninggalkan Kota Stockholm, terbang menuju Kota Helsinki di Finlandia.

HARI KETIGA: SINGGAH DI KOTA TUA

Menjejakkan kaki di salah satu kota terindah di dunia memang sangat membahagiakan. Di Helsinki—kota teraman di dunia, peserta dimanjakan dengan bangunan-bangunan yang artistik serta tata kota yang menakjubkan. Dari Helsinki, para nasabah kemudian diajak menyusuri Porvoo, kota tertua kedua di Finlandia. Porvoo Cathedral, Town Hall, dan Riverside Red Warehouse merupakan *spot-spot* yang tidak boleh dilewatkan selama berada di Porvoo. Setelah bersantap siang, saatnya wisata belanja di Old Station Warehouse (Wanhan Aseman). Di toko yang besar ini banyak ditemui barang kerajinan dan produk organik. Menjelang sore, kembali ke Helsinki dan melanjutkan wisata belanja. Kali ini peserta dimanjakan oleh produk-produk yang tersedia di Kampii/Galleria Esplanade. Wah, asyiknya…!

HARI KEEMPAT: HELSINKI CITY TOUR

Masih di Helsinki, kali ini seluruh peserta Mandiri Sweet Escape menikmati *city tour*. Selain pemandangan kota yang indah, Helsinki juga menyajikan museum yang menambah wawasan sejarah, seperti Museum Kota Helsinki dan Museum Nasional Finlandia. Acara keliling kota diselingi dengan mampir ke Marimekko Factory Outlet dan Pohjoisesplanadi/Aleksanterinkatu untuk membeli oleh-oleh atau sekadar 'cuci mata'.

HARI KELIMA: SORE HARI DI STOCKHOLM

Bangun pagi, para peserta bergegas menuju Bandara Helsinki Vantaa untuk kembali ke Kota Stockholm. 'Ritual' yang sayang dilewatkan saat berada di

ibukota Swedia ini adalah minum teh di sore hari (*afternoon tea*). Nah, di sela-sela acara menikmati aroma dan menyesap sajian teh, Direktur Bisnis Kecil dan Jaringan Bank Mandiri **Bapak Hery Gunardi** memberikan sambutan dan apresiasi kepada seluruh nasabah yang hadir. Obrolan hangat pun tercipta hingga malam menjelang yang kemudian berlanjut ke acara santap malam bersama.

HARI KEENAM: *HEJ* DÅ, STOCKHOLM!

Tak terasa, liburan pun usai. Selepas sarapan pagi di hotel, seluruh peserta berangkat ke Bandara Stockholm Arlanda. Perjalanan kembali ke tanah air diselingi transit terlebih dulu di Dubai selama kurang lebih 5 jam. Selamat tinggal, Stockholm…!

Sampai jumpa pada *luxury trip* bersama Bank Mandiri berikutnya. Anda pun memiliki kesempatan untuk mengikuti jalan-jalan mewah ini!

JEJAK ULOS

DALAM KEHIDUPAN ORANG BATAK

Kain batik, songket, tenun, dan ikat sudah sangat dikenal masyarakat Indonesia. Namun, kain ulos dari Sumatera Utara belum meraih popularitas yang setara. Saat ini ulos hanya dipakai oleh orang Batak dalam acara adat, bandingkan dengan kain-kain Nusantara lainnya yang sudah umum dipakai oleh orang muda -khususnya generasi Milenial- sebagai busana Nusantara.

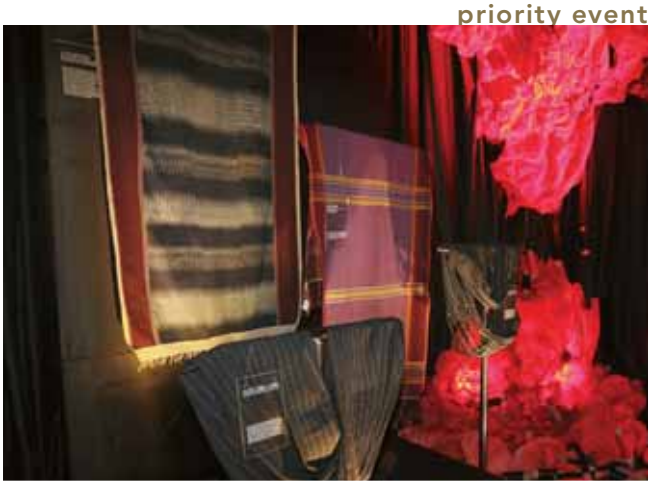
Tergugah dengan kondisi tersebut, **Yayasan DEL**, organinasi *non-profit* di bidang sosial, budaya dan pendidikan, bersama dengan **Tobatenun** menggagas pameran bertajuk **Ulos, Hangoluan & Tondi** di Museum Tekstil Jakarta. Pameran yang didukung penuh oleh **Bank Mandiri** dan dibuka untuk umum ini berlangsung dari tanggal 20 September hingga 7 Oktober 2018.

KAIN LAWAS DALAM BALUTAN KEKINIAN

Penggagas Pameran, **Ibu Devi Pandjaitan**, dalam acara *press conference* mengungkapkan bahwa pamerannya menampilkan 50 kain ulos bersejarah. "25 hingga 30 dari jumlah tersebut merupakan ulos langka yang bahkan orang Batak dan penenun ulos berpengalaman sekalipun dapat mengenali jenis motifnya," ujar Ibu Devi di hadapan seluruh undangan yang hadir termasuk **Bapak Jenderal TNI (HOR) (Purn.) Luhut Binsar Pandjaitan** (Menteri Koordinator Bidang Kemaritiman), **Dr. Ir. Arief Yahya, M.Sc.** (Menteri Pariwisata), dan **Bapak Triawan Munaf** (Kepala Badan Ekonomi Kreatif).

Pameran ini dikemas dengan bentuk yang berbeda dan lebih segar. Di sini diceritakan peranan penting kain ulos dalam kehidupan setiap orang Batak, mulai dari fase lahir, pernikahan atau hidup berumahtangga, hingga kematian.

Tak hanya itu, **Ibu Kerri Na Basaria** dari **Tobatenun** yang juga ikut menggagas pameran ini mengungkapkan bahwa mereka bekerjasama dengan desainer interior muda untuk menghasilkan instalasi pameran yang modern, kreatif, *kekinian*, dan juga *instagramable* sehingga pengunjung tertarik untuk berfoto atau melakukan *selfie*



"WHO AM I"

ULOS,
HANGOLUAN,
& TONDI

di depan instalasi dan kain-kain yang dipamerkan, lalu mengunggahnya di media-media sosial mereka. "Kita ingin ulos jadi kain tenun Nusantara yang sama populernya dengan batik," harap Kerri.

DUKUNGAN PENUH BANK MANDIRI

Turut hadir dalam acara *press conference* yang dimeriahkan penampilan alat musik *gondang* khas Sumatera Utara, tari-tarian khas Batak, dan juga pembacaan puisi berbahasa Batak oleh sastrawan **Saut Poltak Tambunan** ini adalah **Bapak Ali Usman** (Bank Mandiri *Regional CEO Region* V Jakarta 3), **Bapak Muhammad Gumilang** (Bank Mandiri *Group Head Consumer Deposits*), dan **Ibu Mutiara Gayatri** (Bank Mandiri *Wealth Business* Head *Region* V Jakarta 3).

"Acara Ulos, Hangoluan & Tondi ini merupakan ide dari Ibu Devi, salah satu nasabah Mandiri Prioritas baru kami, yang langsung kami sambut dengan positif," ungkap Bapak Ali. "Sesuai dengan konteks bangsa kita sekarang, acara ini merupakan bagian dari *spirit* memakmurkan negeri. Saya berharap Pameran ini dapat membawa berkah untuk semua, untuk bangsa dan juga untuk Bank Mandiri," ungkapnya lagi.

Ungkapan senada juga disampaikan oleh Bapak Muhammad Gumilang. Acara ini merupakan perwujudan komitmen Bank Mandiri yang kuat terhadap nasabah-nasabah prioritasnya. "Kami mengerti bahwa Ibu Devi sangat *concern* dengan budaya Batak, terutama kain ulos yang merupakan pusaka budaya Indonesia yang sayangnya selama ini belum pernah 'disentuh'," jelas Bapak Gumilang. Hal tersebut, menurutnya, sejalan dengan prinsip Bank Mandiri yang secara institusi sangat *concern* dengan budaya Indonesia.

Sebagai undangan yang bukan berasal dari suku Batak, Ibu Mutiara Gayatri mengungkapkan kesan positifnya pada seluruh konsep acara ini. "Datang ke acara ini, saya jadi lebih mengerti tentang budaya Batak," ujarnya. Menurutnya, saat ini Nasabah Prioritas Bank Mandiri dari suku Batak jumlahnya hampir 700 orang dengan total dana 3,3 trilyun. "Mereka jumlahnya kecil tapi jumlah total aset mereka yang kami kelola besar banget, jadi kami ingin memberikan perhatian lebih melalui acara ini," pungkasnya.

TALK SHOW & FASHION SHOW DI PENGHUJUNG HARI

Kemeriahan acara Pameran Ulos, Hangoluan & Tondi ini berlangsung sepanjang hari. Selang beberapa jam dari acara *press conference*, diadakan acara *talk show* mengenai kain ulos bersama Ibu Kerri Na Basaria, Bapak **Torang MT Sitorus** dari Sumatera Loom Gallery, dengan MC **Sophie Navita Simanjuntak**.

Dan sebagai acara pamungkas, diadakan *fashion show* yang menampilkan busana-busana dengan kain ulos cantik rancangan desainer **Merdi Sihombing**. Pada acara yang turut dihadiri oleh **Ibu Sri Mulyani Indrawati, S.E., M. Sc., Ph.D.** (Menteri Keuangan Indonesia) ini, Merdi menyemarakkan suasana dengan menyanyikan lagu Batak berjudul *Mauliate Ma Inang* untuk mengiringi para model yang berlenggok di atas panggung.

HANGOLUAN,
& TONDI

PALING DINANTI
DI JAKARTA FASHION WEEK 2019

Puluhan *show*, 180 desainer, dan sekitar 2.500 koleksi berseliweran di atas panggung *Jakarta Fashion Week* 2019 yang digelar 20-26 Oktober lalu. Pagelaran akbar tersebut menjadi kiblat serta inspirasi *fashion* Indonesia. Inilah *highlight* dari peragaan busana paling dinanti di JFW 2019.

THE "IT" SHOW: BADAI PASTI BERLALU BY ANNE AVANTIE

Dunia *fashion* tak melulu gemerlapan. *Fashion* justru merupakan refleksi dari apa yang terjadi di tengah masyarakat, seperti bencana yang dialami saudara kita di Lombok, Palu, dan Donggala. Duka, rasa kemanusiaan, serta optimisme untuk bangkit bersama dituangkan **Anne Avantie** dalam *show Badai Pasti Berlalu*.

Lima puluh rancangan dengan materi kain tenun Lombok yang indah dan dibuat tanpa mesin diperagakan di atas panggung. Koleksi tersebut makin cantik dan feminin dengan permainan brokat, manik-manik, bordir, serta sulam. Selain menghadirkan rancangan kebaya sebagai ciri khasnya, kali ini Anne Avantie membuat kejutan dengan menampilkan koleksi *outerwear, poncho*, celana, hingga *dress* untuk menunjukkan bahwa kain tenun bisa tampil beda dan modern, namun tetap mengangkat ciri khas budaya nusantara.

Bertabur supermodel dan selebritis seperti **Maia Estianti**, **Indra Bekti, Indy Barends, Rayi "RAN"**, **Patricia Gouw,** dan masih banyak lagi**,** *runway* pagelaran Anne Avantie semakin meriah tatkala Menteri Kelautan dan Perikanan **Susi Pudjiastuti** turun berlenggak-lenggok. "Saya sedang galang bantuan untuk Palu dan Donggala, kalau Bu Anne mau kasih 10 kapal, saya mau jalan (di *catwalk*)," Susi menceritakan keterlibatannya sebagai model.

ANNE AVANTIE

ANNE AVANTIE

ANNE AVANTIE

ANNE AVANTIE

BIN HOUSE

COTTONINK

NEVADA

IKAT INDONESIA

BIN HOUSE, COTTONINK, HINGGA KOLABORASI DISNEY YANG MENCURI PERHATIAN

Di JFW 2019, pagelaran busana **BIN House** selalu ditunggu-tunggu dari tahun ke tahun dan selalu menjadi pembicaraan. Tahun ini, **Obin** mempersembahkan koleksi Sutra Donggala, kain indah untuk kebaya dan *dress*. Walau menghadirkan kebaya dan kain sutra, namun koleksi BIN House tetap terkesan modern dan muda, bahkan bisa dipadu-padankan dengan *sneakers*. Melengkapi koleksinya yang cantik dan unik, show ini juga dibawakan dengan aksi *catwalk* yang *playful* dan *fun*.

Pagelaran lain yang dinantikan adalah *#COTTONINK10THAnniversary*, *fashion show* sekaligus perayaan 10 tahun label yang menjadi salah satu pioner *ready to wear fashion* di Indonesia. Berkolaborasi dengan empat *muse*, **Dian Sastrowardoyo**, **Raisa**, **Isyana Sarasvati**, serta **Vanesha Prescilla**, **COTTONINK** menghadirkan 60 koleksi untuk berbagai karakter perempuan dengan semangat *Celebrating Women*, *Celebrating You*. Rancangan yang *ready to wear, modern, young*, dan simpel khas COTTONINK diperagakan di *runway*. Dian Sastrowardoyo, **Andra Alodita** dan beberapa penggiat media sosial turut menyemarakkan *show*.

Kolaborasi lain yang tak kalah menyedot perhatian adalah *show Disney's Mickey Mouse: The True Original*. Memperingati perayaan 90 tahun karakter Mickey Mouse, label dan desainer mengangkat ikon Disney ini dalam

SUQMA

rancangan mereka. Hasilnya, perpaduan batik dan Mickey Mouse dalam **IKAT Indonesia**, rancangan baju *sporty* dan kasual **Nevada** dari Matahari, koleksi perhiasan bertema Mickey Mouse dari **UBS Gold**, rancangan *bold* dengan warna cerah kreasi **Pop U**, hingga desain Mickey Mouse versi busana muslim dan *modest* a la **Suqma**.

NEXT GENERATION WORKSHOP
MANAGING FAMILY WEALTH

Agar aset kekayaan yang dimiliki tetap dapat berkembang, generasi penerus perlu memahami strategi jitu dalam mengelolanya.

Ungkapan "mempertahankan lebih sulit dibanding mencari" nampaknya juga berlaku terhadap aset kekayaan yang dimiliki. Ya, harta yang selama ini sudah berhasil dikumpulkan/ditabung, bisa saja habis jika tidak dikelola secara cermat. Hal ini tentu menjadi tantangan tersendiri bagi para generasi penerus, apalagi di tengah kondisi perekonomian yang serba tidak pasti.

Di samping harus memiliki kecakapan dalam meneruskan bisnis keluarga, para generasi penerus juga perlu membekali diri dengan kemampuan mengelola harta, terlebih lagi jika diberi tanggung jawab menjaga aset kekayaan keluarga. Untuk itu, Bank Mandiri segmen Private dan Prioritas dan Lombard Odier kembali menggelar *workshop* untuk para generasi penerus dengan tema "Managing Wealth Family" pada 26 September 2018 lalu di Mandiri Private Office Jakarta. Dari manajemen Bank Mandiri yang turut hadir pada kesempatan event itu, antara lain Senior Vice President Wealth Management Group Bank Mandiri **Ibu Elina Wirjakusuma** dan Director of Sales & Product Mandiri Investasi **Ibu Endang Astharanti.**

Lombard Odier, sebagai bank yang telah berusia 222 tahun dan sukses melewati 40 krisis finansial, memberi gambaran bagaimana bertahan di tengah kondisi dunia yang terus berubah melalui pembicaranya, yakni Mr. Emmanuel Roulin selaku Head of Partnership Asia Lombard Odier. Sementara pembicara lainnya, Mr. Homin Lee, Asia Macro Strategist Lombar Odier membagikan pengetahuan dan pengalamannya dalam menerapkan strategi mengelola aset kekayaan.

DINNER & GATHERING
MENJALIN KOMUNIKASI, MERAJUT RELASI

Menembus kemacetan di selatan Jakarta pada sore hari memang bukan hal yang menyenangkan. Tapi hal itu tidak menyurutkan niat sejumlah nasabah Bank Mandiri segmen *private* dan prioritas untuk menghadiri undangan *dinner* dan *gathering* di hotel the Gunawarman pada Rabu, 17 Oktober 2018 lalu. Dalam *event* bertajuk "Members & Friends" ini, Bank Mandiri bekerja sama dengan the Gunawarman dan beberapa relasi lainnya.

Seperti diketahui, the Gunawarman merupakan hotel mewah yang menyajikan fasad bergaya Eropa klasik. Dengan nuansa yang elegan, the Gunawarman mencoba menawarkan pengalaman gaya hidup modern bagi para tamunya. Pada kesempatan itu, para undangan diajak 'menjelajah' tiap ruangan hotel berikut kamar dan berbagai fasilitasnya.

Acara yang turut dihadiri beberapa perwakilan dari manajemen Bank Mandiri ini berlangsung di Csaba, sebuah *living room* yang eksklusif di the Gunawarman. Dalam sambutan mewakili Bank Mandiri, Senior Vice President Wealth Managemen Group Bank Mandiri **Ibu Elina Wirjakusuma** mengapresiasi kehadiran para nasabah dan jalinan kerja sama dengan the Gunawarman.

Usai melakukan tur keliling hotel, seluruh nasabah kembali beramah-tamah diiringi *live music* yang menampilkan **Tantry**. Komunikasi yang akrab terlihat mewarnai jalinan silaturahmi seluruh undangan yang hadir pada malam itu.

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

percayakan investasi di tangan **yang handal**

reksa dana

mandiri investasi

BATAVIA PROSPERINDO ASET MANAJEMEN

BAHANA

Danareksa Investment Management

BNP PARIBAS INVESTMENT PARTNERS

Schroders

Manulife Asset Management

Ashmore

KRESNA

Dengan komitmen untuk memaksimalkan investasi Anda, mandiri prioritas menghadirkan Reksa Dana terpilih dengan berbagai keistimewaan:

- Lebih dari 50 produk dari 9 manajer investasi berpengalaman di Indonesia
- Agen penjual tersertifikasi di lebih dari 700 cabang Bank Mandiri

Segera wujudkan sukses di masa depan bersama mandiri prioritas.

Saatnya berinvestasi, saatnya mandiri.

DISCLAIMER :
REKSA DANA ADALAH PRODUK PASAR MODAL, DAN BUKAN MERUPAKAN PRODUK BANK SEHINGGA TIDAK DJAMIN OLEH BANK SERTA TIDAK TERMASUK DALAM CAKUPAN OBYEK PROGRAM PENJAMINAN SIMPANAN OLEH LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN (LPS). PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. SEBAGAI AGEN PENJUAL EFEK REKSA DANA TERDAFTAR DAN DIAWASI OLEH OTORITAS JASA KEUANGAN (OJK). KINERJA MASA LALU BUKAN MERUPAKAN INDIKASI KINERJA DIMASA YANG AKAN DATANG. INVESTASI REKSADANA MENGANDUNG RISIKO. SEBELUM MELAKUKAN INVESTASI CALON PEMODAL DIHARUSKAN UNTUK MEMBACA DAN MEMAHAMI PROSPEKTUS PENAWARAN UNIT PENYERTAAN REKSA DANA TERLEBIH DAHULU. KONFIRMASI, RIAL INVESTASI NASABAH AKAN DITERBITKAN OLEH BANK KUSTODIAN.

mandiri call 14000

NEW YORK FASHION WEEK SS 2019: 10 NEXT BIG TREND

Sepanjang 6-14 September 2018, mata pelaku industri serta penggemar *fashion* dunia tertuju ke *Big Apple*. Ya, perhelatan akbar selama sepekan, **New York Fashion Week Spring/Summer 2019**, berlangsung meriah di kota New York, Amerika Serikat. Dari panggung NYFW SS 2019, kami merangkum 10 tren yang dapat menjadi inspirasi Anda.

BRANDON MAXWELL

PRABAL GURUG

#10 MAKEUP: SAMAR DAN NATURAL

Secara keseluruhan, tampilan dengan kesan polos mendominasi *fashion week*. Pilihannya antara lain *no makeup makeup* pada *show* **Pamella Roland**, super *glossy* dan *glowing skin* seperti pada *show* **Noon By Noor** dan **Prabal Gurung**, serta tampilan segar dan natural a la musim panas di banyak *show*. Satu kunci penting mengaplikasikan tata rias ini adalah kulit yang sehat. Cukup pilih salah satu bagian yang ingin ditonjolkan apakah pulasan *eyeshadow*, *eyeliner*, gaya *smokey eyes*, atau pilihan lipstik semi metalik, sementara area wajah lainnya dibiarkan natural.

#9 YELLOW-ORANGE HINGGA ALL WHITE

Salah satu yang paling menarik perhatian adalah koleksi dalam berbagai warna kuning-oranye, dari koleksi warna *marigold* seperti pada rancangan **Oscar de la Renta**, **Carolina Herrera**, *tangerine* seperti koleksi **Tory Burch** dan **Escada**, hingga kuning cerah a la **Marc Jacobs**.

Apabila Anda menyukai gaya yang lebih kalem, rancangan berwarna monokrom putih hadir dalam berbagai gaya. Dari setelan *coat* dan celana, *shirt dress*, hingga gaun manis dengan aksen kerut.

MARC-JACOBS

TIBI

TIBI

#8 OVERSIZED BLAZER AND SUITS

Dengan koleksi setelan *blazer* atau *oversized blazer*, Anda akan terlihat *fashionable* sekaligus *edgy* secara instan, namun tetap *chic* dan rapi. Pilihannya, setelan *blazer* polos, bermotif garis dan kotak, denim, hingga efek mengilap. Untuk *oversized* blazer bisa dipadukan dengan celana atau *dress*. Gaya ini sangat pas dikenakan saat Anda ada *meeting* yang dilanjutkan dengan agenda sosial. Cek gaya *suits* dan *oversized blazer* di koleksi berbagai perancang seperti **Tibi**, **Calvin Klein**, **Sies Marjan,** hingga *street style* pengunjung yang hadir.

TOM-FORD

TOM-FORD

#7 NUDE COLOR FOR MEN

Koleksi dalam gradasi warna *nude* menjadi pilihan tepat bagi pria yang ingin terlihat elegan, namun tidak terlalu serius. Nuansa *nude* pun cocok untuk model *outfit* yang santai seperti jaket hingga yang formal seperti setelah jas.

Tom Ford adalah salah satu desainer yang mengangkat warna *nude* untuk rancangan pakaian pria. Di tangan desainer kebanggaan Amerika tersebut, koleksi dengan warna kalem tersebut terlihat gagah.

PYER-MOSS

ADEAM

#6 PERGELANGAN KAKI CANTIK

Alas kaki model *ankle strap heels* hadir dengan berbagai model cantik. Tak hanya berupa tali, sepatu tersebut menghias pergelangan kaki dengan lilitan pita, rantai, bebatuan, serta berbagai variasi lainnya. Anda bisa jatuh hati dengan koleksi *ankle strap heels* **Adeam**, **Ulla Johnson**, **Monse**, dan lainya.

TORY BURCH

JONATHAN COHEN

ADEAM

#4. AKSEN PLEATS

Salah satu tampilan yang bisa menjadi favorit Anda, adalah aksen *pleats* yang diaplikasikan pada berbagai model pakaian. Tak seperti tren *pleats* terdahulu, aksen lipatan tampil dalam berbagai bentuk, di antaranya lipatan yang "malu-malu" alias tidak menyeluruh. Pemilihan bahan dan variasi ukuran serta bentuk lipatan juga menjadikan rok dan *outfit* model *pleats* lebih kekinian. **Adeam**, **Pyer Moss**, dan **Jonathan Cohen** termasuk yang mengangkat *pleats* dalam koleksi *Spring/Summer*.

MATTHEW ADAMS DOLAN

CLAUDIA LI

MATTHEW ADAMS DOLAN

#5. RAJUTAN

Saatnya membongkar koleksi pakaian rajutan dan *crochet* Anda. *Knitwear* menjadi tren yang diangkat **Tory Burch**, **Pyer Moss**, **Phillip Lim**, **Oscar de la Renta** dan sederet rumah mode serta desainer. Warna cerah seperti oranye dan hijau limau serta warna pucat bisa menjadi pilihan.

#3 KANTONG SUPER BESAR

Salah satu tren yang seru dan *playful* adalah kantong super besar, baik pada pakaian model terusan (*shirtdress*) yang kasual, rok, hingga hingga *blazer*. Ada yang berbentuk seperti kantong biasa adapula yang tertutup lengkap dengan kancing. Saking besarnya kantong tersebut, Anda tidak perlu membawa tas lagi. Praktis!

Dengan kantong berukuran ekstra, *blazer* model klasik seperti rancangan **Carolina Herrera** tampil berbeda. Sementara desainer **Claudia Li** menghadirkan desain kantong yang dikombinasi motif floral. Selain besar, kantong tersbut dilangkapi kancing, sehingga lebih aman untuk menaruh barang. **Matthew Adams Dolan** tak hanya menampilkan kantong-kantong besar pada rancangannya, tetapi juga *belt bag* model kantong.

MARC JACOBS

MARC JACOBS

MARC JACOBS

(sumber gambar: harpersbazaar.com, vogue.com, livingly.com, shuttestock, manrepeller.com, IG maccosmetic IG diane kendal, IFG/VOA, IG suedsonofficial, Vivi Zubedi)

#2. LEBIH LEBAR, LEBIH BESAR, LEBIH BERVOLUME

Tampil dengan koleksi yang serba besar, lebar, dan bervolume, karya **Marc Jacobs** terlihat *bold* sekaligus *fashionable*. Gaun "kebesaran", dalam arti sesungguhnya tersebut, sangat *powerful* dan berat sehingga si pemakai tampak tenggelam di dalamnya.

Jangan khawatir, adapula pilihan desain yang lebih "ringan" dengan ukuran dan volume yang relatif normal. Koleksi ini bermain pada satu detail yang dibuat *oversized* dan bervolume seperti bunga super besar yang diikatkan pada bagian pinggang dan leher.

#1 BATIK

Kita harus bangga dengan tampilnya batik di ajang bergengsi *fashion* dunia lewat koleksi tiga desainer tanah air, **Vivi Zubedi**, **Coreta Louise** dan **Kimberly Tandra**. Coreta mengangkat batik Minahasa yang diterjemahkan dalam rancangan yang modern. Seperti kain yang dipadukan dengan *blazer*, serta potongan *peplum*.

Kemudian sedikit lebih futuristik, Kimberly menghadirkan batik dalam rancangan yang dibuat dengan teknik *laser cut*. Ia juga mengombinasikan batik Jawa dengan motif aksara Jawa. Perpaduan antara nuansa timur tengah dengan seni wayang dari Indonesia diwujudkan dalam koleksi Marrakech Vivi Zubedi. Ya, Vivi menghadirkan *gamis* bermotif batik yang terinspirasi dari keindahan wayang dan kota Marrakech, Maroko. Memesona!

VIVI ZUBEDI

KIMBERLY TANDR

VIVI ZUBEDI

ASIAN BEAUTY: THE GLOBAL SENSATION

Kekuatan Asia di pasar kecantikan global melalui pemanfaatan tradisi dan bahan-bahan alami.

Geliat beragam merek kosmetika asal Asia beberapa tahun belakangan ini terasa semakin dinamis. Berawal dari produk *BB cream* alias *Blemish Balm* yang sukses dipasarkan dengan kekuatan *endorsement* para *beauty blogger* dan bintang-bintang Korea yang selalu tampil dengan wajah super mulus dan segar, aneka produk ciptaan merek Asia lainnya pun mengalir dengan cepat. Hal ini seakan menggiring pasar untuk berpindah ke zona Asian Beauty layaknya sebuah revolusi. Apa Anda juga penggemar Asian Beauty? Berikut ini adalah beberapa merek Asia yang kini menempati posisi jawara dan menjadi *go-to-brand* para pencinta kosmetika di seluruh dunia.

SULWHASOO

Merek ini sebenarnya sudah mulai berkembang sejak 50 tahun lalu, dengan produk unggulan berupa krim berbahan ginseng. Saat ini, Sulwhasoo menjadi merek papan atas di peringkat 7 dunia, dengan rangkaian produk kosmetika premium favorit para selebriti dan sosialita. Salah satu produk Sulwhasoo yang paling diminati adalah First Care Activating Serum yang diformulasi dengan aneka tanaman obat khas Asia yang diklaim efektif untuk menunda tanda-tanda penuaan. Meski satu botol serum ini dipatok hingga angka jutaan rupiah, produk ini tetap saja diburu dan laku. Produk lainnya yang menjadi unggulan Sulwhasoo adalah Ginseng Renewing Cream EX, dan Snowise Brightening Serum.

Foto: 123RF

SHISEIDO

Pencinta kosmetik Asia tentu sudah tidak asing dengan merek asal Jepang yang satu ini. Siapa yang mengira bahwa perusahaan yang awalnya pada tahun 1872 merupakan perusahaan farmasi ini sekarang bertransformasi total menjadi perusahaan kosmetika peringkat atas dunia? Berbekal warisan budaya turun temurun dan formula unik berbahan bunga-bungaan dan tanaman obat tradisional, Shiseido saat ini kukuh di pasar kosmetika global. Salah satu produk unggulannya adalah Ultimate Power Infusing Concentrate, yaitu krim konsentrat anti aging dengan kandungan air bunga mawar Bulgaria, serta ekstrak daun gingko biloba. Selain *skincare*, Shiseido yang kini digawangi oleh **Jessica Jung** sebagai *brand ambassador* regional Asia, semakin dicinta karena produk *makeup*-nya pun berkualitas unggul.

CLÉ DE PEAU

Merek yang satu ini sebenarnya masih berada dalam Shiseido Group, namun belakangan semakin merajai pasar premium kosmetika dengan melibatkan nama-nama besar seperti **Chrissy Teigen, January Jones**, dan **Kate Hudson**. Merek ini diluncurkan pada tahun 1982 di Jepang, dengan produk-produk unggulan seperti *concealer*-nya yang *ultra-blendable* dan *long lasting*. Produk ikonik dari Cle de Peau adalah *foundation* yang merupakan *hybrid* dari *skincare* dan *makeup* yang memberi tampilan *dewy* dan *filter-effect*, serta merawat tekstur kulit agar bebas tanda penuaan dan tampak lebih halus. Saat ini, bintang Asia **Zhang Zi Yi** bergabung dengan merek ini sebagai *brand ambassador* untuk merepresentasikan La Crème alias The Cream, yaitu krim perawatan wajah *extraordinary* yang memanfaatkan *cutting-edge science* dan bahan Japanese Pearl, Theanine, dan Platinum Golden Silk Essence untuk merawat kulit dari tanda penuaan.

nutrition facts

Ketahui faktanya sebelum menyantap manfaatnya.

Safron

- Safron mengandung banyak zat anti-karsinogenik (untuk mencegah kanker) , immunomodulasi (menjaga sistem kekebalan tubuh), dan antioksidan (menangkal radikal bebas).
- Meningkatkan daya ingat, meredakan iritasi dan memperbaiki sirkulasi darah.
- Terbukti meredakan insomnia dan gejala depresi.
- Mengandung zat afrodisiak (untuk meningkatkan gairah seksual).

Asian Spices

Selain menambah cita rasa masakan Asia, rempah-rempah ini juga memiliki banyak manfaat bagi tubuh.

Ketumbar

- Mengandung senyawa antibakteri yang mampu melawan Salmonella, penyebab penyakit yang disebabkan oleh makanan.
- Bersifat anti-inflamasi yang bisa meringankan gejala radang sendi.
- Merangsang sekresi insulin dan juga menurunkan gula darah, hal ini sangat cocok dalam meminimalisir potensi gangguan diabetes.
- Mampu menurunkan kolesterol jahat dan meningkatkan kolesterol baik.

Asam Jawa (Tamarind)

- Kaya kalsium, fosfor, zat besi, dan elemen lainnya.
- Di dalam tradisi di India, buah asam digunakan untuk pengobatan disentri, dan memperlancar buang air besar.
- Membantu meningkatkan fungsi hati dan ginjal.

SPICE UP YOUR HEALTH

Sebagian besar rempah kaya akan anti oksidan, seperti *phenolic* dan *flavonoids* yang membantu penyerapan nutrisi dari makanan di dalam tubuh. Jintan dan jahe adalah rempah yang paling tinggi kandungan anti oksidannya. Anti oksidan dalam rempah juga berperan sebagai zat pengawet alami, karena itu nutrisi pada makanan yang diawetkan dapat terjaga dengan baik.

KEEP IT FRESH!

Begini cara menyimpan rempah agar tak mudah busuk:

- Rempah berbentuk biji-bijian harus disimpan dalam wadah tertutup rapat, seperti toples, agar jauh dari jamur.
- Rempah berbentuk umbi seperti jahe, lengkuas dan lain-lain harus dijauhkan dari sinar matahari.
- Rempah daun-dauan sebaiknya dibersihkan dengan air, tiriskan lalu disimpan di dalam kulkas.

Foto: 123RF

ASYA

Beautiful Life, Beautiful Living

THE ONLY LAKE TOWNSHIP
IN EAST JAKARTA

CALL NOW!

021-8080 8888

- 15 HECTARES OF LAKE WITH LAKESIDE GARDEN
- NEXT TO AEON MALL JAKARTA GARDEN CITY
- 5 KM TO KELAPA GADING
- SURROUNDED BY INTERNATIONAL SCHOOLS & HOSPITALS
- FREE SHUTTLE TO THE NEAREST LRT
- EASY ACCESS VIA JAKARTA OUTER RING ROAD (JORR)
- SMART DIGITAL DOOR LOCK (CARD & FINGERPRINT)
- 4.3M HEIGHT OF LIVING ROOM
- 3.9M HEIGHT OF MASTER BEDROOM
- REJUVENATE AT 2 CLUBHOUSES

VISIT OUR BOOTH AT

AEON MALL
JAKARTA GARDEN CITY
(Ground Floor)

VISIT OUR MARKETING GALLERY
Jl. Asya Boulevard, Jakarta Garden City, East Jakarta

MONDAY-FRIDAY 09:00-19:00
SATURDAY-SUNDAY 09:00-20:00

DISCLAIMER:

Neither the Developer nor its agents will be held responsible for any inaccuracies or omissions in the information contained in this advertisement. The Developer does not accept responsibility for any errors or omissions or for any losses suffered by any person or legal entity resulting from the use of the information contained in this advertisement, however caused. The statements, visual representations, models, show units, displays and illustrations, photographs, art renderings and other graphic representations and references are intended to portray only artistic impressions of the development and décor and cannot be regarded as accurate or representations of fact. All information, specifications, renderings, visual representations, measurements and plans are subject to change as may be required by us and/or the relevant authorities. Other terms and conditions apply.

WWW.ASYA.CO.ID

ASTRA Property

Hongkong Land

Developed by
MODERNLAND
PT MODERNLAND REALTY Tbk

KAYA-RAYA LUAR BIASA: ENERGI RESILIENSI ASIA

Kekuatan ekonomi baru di Asia siap mengguncang dunia

Sebagai orang Asia usia produktif, mungkin kita bertumbuh dengan memandang Eropa dan Amerika sebagai sosok yang superior dalam ekonomi. Namun beberapa tahun belakangan, jarum kompas seakan telah berputar balik, dan tahu-tahu saja kita melihat Asia sebagai kekuatan ekonomi baru yang resilien menghadapi krisis-krisis ekonomi. Fenomena buku dan film *Crazy Rich Asians* hanyalah sepercik simbol dari kekuatan sesungguhnya yang disimpan oleh benua ini. Ketika raksasa lama bertumbangan dan kita mendapati diri berada di tengah pusaran kekuatan ekonomi baru, apa yang harus kita lakukan?

ENERGI ASIA DAN INDONESIA

"There are the Chinese from Mainland China, who made their fortunes in the past decade like all the Russians, but then there are the Overseas Chinese. These are the ones who left China long before the Communists came in, in many cases hundreds of years ago, and spread throughout the rest of Asia, quietly amassing great fortunes over time."
– ***Kevin Kwan, Crazy Rich Asians***

"IMF memprediksi pertumbuhan ekonomi Asia sebesar 5,6 % di tahun 2018 dan 2019," ujar **Iswin Hudiarto, MM, RFA**. Obrolan mengenai geliat perekonomian Asia di dunia internasional selalui menjadi topik yang seru—apalagi mengingat kita baru saja menyaksikan gemilangnya budaya olahraga Asia dalam perhelatan Asian Games. Rasanya Asia seperti energi yang begitu meletup-letup, mewarnai arena—tak hanya dalam pertandingan olahraga, tetapi juga persaingan ekonomi global. Demikiankah? "Potensi perkembangan ekonomi di

Asia tetap kuat, seiring dengan memulihnya kondisi ekonomi global," sambung Iswin.

Tentunya, kondisi global ini juga berdampak nyata pada Indonesia, sebagai bagian dari Asia. Setelah euforia Asian Games berlalu, Indonesia kini bersiap menjadi tuan rumah untuk penyelenggaraan *event* Annual Meeting IMF WBG (International Monetary Fund – World Bank Group). Pertemuan tahunan yang pada 2017 lalu diadakan di Washington DC itu kini beralih ke Bali. Sejumlah data menarik dirilis oleh World Bank menjelang perhelatan ini—menunjukkan kekuatan ekonomi Asia dan Indonesia yang terus bertumbuh.

ISWIN HUDIARTO, MM, RFA
Principal Advisor and Director of Cikaldana

Secara spesifik, Indonesia dibahas dalam rilis bertajuk Indonesia Economic Quarterly—dimana perekonomian negara ini disebut terdongkrak naik oleh investasi yang kuat di bidang mesin dan kendaraan (pada 2017, investasi asing telah meningkat 2x lipat dibanding sebelumnya). Dampaknya, berbagai pertumbuhan terjadi, termasuk kenaikan impor yang bertumbuh dengan kecepatan dua kali lipat dibanding ekspor. GDP Indonesia pun diproyeksikan untuk terus meningkat dengan kuatnya permintaan domestik dari 5,1% di 2017 menjadi 5,2% di 2018. Hasilnya dibandingkan negara-negara Asia lain? Indonesia naik ke peringkat 72 negara layak investasi (dari sebelumnya 120), bahkan di atas ranking Tiongkok, Rusia, dan India.

ASIA'S NEXT BIG CHALLENGE

"I'm telling you, this so-called 'prosperity' is going to be the downfall of Asia. Each new generation becomes lazier than the next. They think they can make overnight fortunes just by flipping properties and getting hot tips in the stock market. Ha! Nothing lasts forever, and when this boom ends, these youngsters won't know what hit them"
– ***Kevin Kwan, Crazy Rich Asians***

Nyatanya, tetap ada tantangan yang menghadang di depan sana, dan tak bisa dipandang sebelah mata. "Pada saat yang sama, IMF juga telah mengidentifikasi tantangan yang akan dihadapi oleh perekonomian Asia yang dapat menyebabkan penurunan ekonomi," kata Iswin. Sejumlah tantangan itu adalah: kondisi keuangan global yang mengetat, kebijakan yang cenderung semakin proteksionis, dan ketegangan geopolitik. "Tantangan-tantangan tersebut jika tidak ditangani dengan benar akan berpotensi menurunkan aliran investasi dan mengganggu perdagangan internasional serta pasar keuangan," simpulnya.

Pertumbuhan dan risiko penurunan ekonomi Asia akan berdampak langsung kepada ekonomi Indonesia. Sebagai contoh dari aspek perdagangan, empat besar negara tujuan ekspor Indonesia adalah Tiongkok, Jepang, Amerika Serikat, dan India; Indonesia mengimpor produk kebanyakan dari Tiongkok, Jepang, Thailand, dan Singapura. Kita dapat melihat, mayoritasnya adalah negara-negara Asia; efek domino jelas akan terasa, seperti sebuah gempa yang guncangannya merambat ke berbagai arah.

Sederhananya yang paling kita rasakan kini, fluktuasi pada nilai tukar mata uang rupiah terhadap dolar Amerika, sebuah fenomena kekinian yang disebut-sebut sebagai dampak dari menegangnya hubungan antara Amerika Serikat dengan Tiongkok. Biasanya dengan melemahnya nilai tukar mata uang Rupiah terhadap dolar Amerika, maka tingkat harga barang-barang konsumen akan meningkat. "Hendaknya masyarakat menyikapi hal ini dengan bersikap lebih selektif dalam pengeluaran," ujar Iswin. "Saat kondisi ekonomi seperti ini biasanya adalah saat yang tepat digunakan untuk mengerem pengeluaran dan mengevaluasi kembali pola pengeluaran beberapa bulan atau tahun belakangan. Pun begitu, pengeluaran untuk investasi dan menabung disarankan tetap dilakukan," lanjutnya.

EKONOMI DIGITAL: MASA DEPAN ASIA

"I've had enough of being around all these crazy rich Asians," – ***Kevin Kwan, Crazy Rich Asians***

Fenomena ini tentu jangan menjadi alasan kita pesimis memandang perekonomian Indonesia maupun Asia secara umum, karena perahu ini tampaknya

Foto: Shutterstock

ENAM JURUS ATUR KEUANGAN UNTUK WARGA ASIA

Yosephine P. Tyas, S.Kom, MM, CFP, perencana keuangan sekaligus penulis buku *Kenapa Perempuan Harus Cerdas Ngatur Keuangan?* memberikan kiat-kiat dalam mengelola keuangan di tengah situasi ekonomi Asia saat ini.

1. Melakukan Pengecekan Kesehatan Keuangan (Financial Check Up/FCU). Serupa dengan melakukan *medical check up* (MCU), dimana kita bisa mengetahui kondisi kesehatan badan, maka dengan melakukan FCU kita bisa mengetahui kondisi keuangan kita saat ini, karena ada rasio-rasio keuangan yang akan mengukur aset & utang, pendapatan & pengeluaran kita.

2. Melunasi Utang Konsumtif. Ada dua jenis utang, yaitu: utang produktif dan utang konsumtif. Utang produktif untuk membeli aset yang menghasilkan *income* atau aset yang nilainya naik dan bisa dijual, sedangkan utang konsumtif untuk membeli barang yang nilainya turun/ depresiasi dan berbunga tinggi. Utang konsumtif yang berlebihan akan menggerogoti pendapatan dan aset kita.

3. Memiliki Dana Darurat (*Emergency Fund*). Dana darurat adalah dana dalam bentuk likuid yang siap sewaktu-waktu jika kita membutuhkan saat terjadi keadaan darurat, seperti sakit yang tidak ditanggung asuransi, pemutusan hubungan kerja/PHK, kecelakaan, musibah keluarga, dan lain-lain sehingga kita tidak harus berutang.

4. Memiliki Proteksi/Asuransi. Jika kita mengumpulkan aset/harta tanpa proteksi, maka kita bisa kehilangan dan menanggung kerusakan aset yang sudah diakumulasi, contohnya: properti, kendaraan, bisnis, dan lain-lain. Selain itu, aset yang paling penting adalah diri kita/sumber *income*, karena jika terjadi risiko (meninggal dunia, sakit, disabilitas, dan lain sebagainya) maka tanggungan (keluarga, istri, dan anak) akan tidak siap dan mengalami kesulitan.

5. Menabung & Berinvestasi. Menabung itu bertujuan untuk memiliki aset lancar (*liquid asset*) dan berinvestasi adalah untuk mengakumulasi aset investasi (*investment asset*). Aset likuid untuk dana darurat, tujuan keuangan jangka pendek, dan dana yang siap untuk diinvestasikan jika ada kesempatan yang bagus dan legal, sedangkan aset investasi adalah agar kita memiliki aset yang bisa menghasilkan *income* (contoh: sewa properti, bisnis, dividen dari saham, dan lain-lain) agar pada saat ingin pensiun/tidak produktif lagi, kita sudah memiliki pengganti penghasilan.

6. Melakukan *Review* Keuangan Berkala. Kita tidak bisa melakukan perencanaan keuangan, lalu didiamkan saja tanpa dipantau dan di-*review* karena kondisi kehidupan kita berubah-ubah. Selain itu, ada kondisi mikro dan makro ekonomi yang juga bersifat dinamis. Karenanya, lakukanlah *review* keuangan secara berkala, baik dengan melakukan FCU, *review performance* investasi-investasi yang ada, dan jika dibutuhkan berkonsultasilah dengan konsultan keuangan yang bisa dipercaya, kompeten/memiliki sertifikasi, mengerti kondisi dan kebutuhan/tujuan keuangan Anda.

masih terlalu 'besar' dan solid untuk karam. Iswin memprediksikan sejumlah industri yang akan menjadi pendongkrak ekonomi Asia ke depannya, termasuk di Indonesia.

"Ekonomi digital dan infrastruktur industrinya (seperti industri semikonduktor) akan masih tetap menjadi kendaraan untuk meningkatkan perekonomian Asia," tandasnya. "Teknologi *Artificial Intelligence* (AI) diperkirakan akan menjadi *the next big thing* di Asia. Tiongkok dan Jepang diperkirakan akan memimpin dalam persaingan pemanfaatan teknologi AI ini."

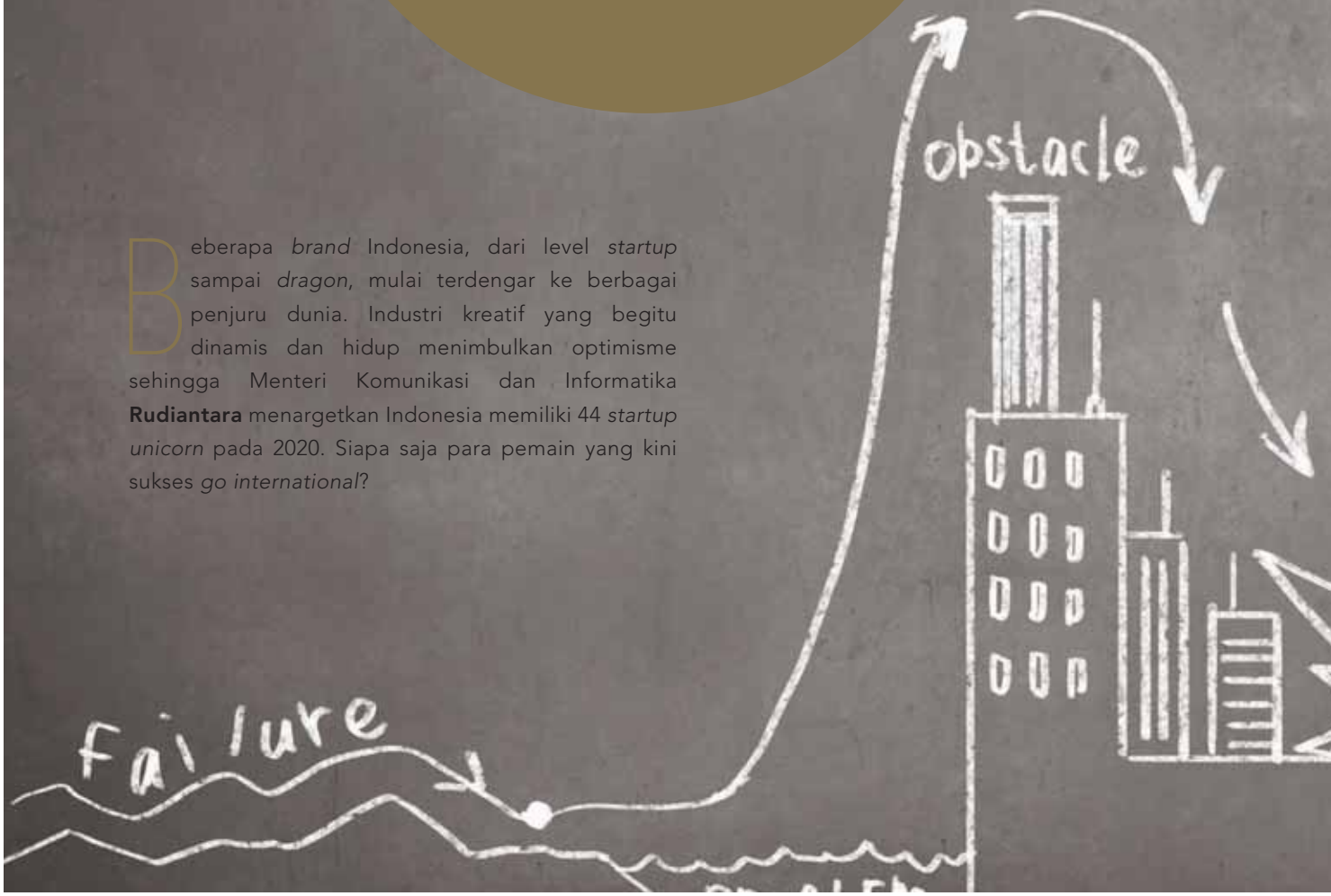
Masih menurut Iswin, Indonesia dalam 10 tahun ke depan juga masih akan menikmati pertumbuhan pesat ekonomi digital. "Ekonomi digital akan menjadi sumber ekonomi baru, yang mengubah dan bahkan mendisrupsi sektor riil dan sektor finansial yang sudah ada."

Tak sekadar membuntuti tren ekonomi Asia, Indonesia pun diproyeksikan memiliki *the next big thing*-nya sendiri: sektor pariwisata. "Indonesia dengan kondisi alam dan adat-budaya yang beragam, akan memanfaatkan industri pariwisata menjadi sumber pertumbuhan perekonomian baru, di samping produk komoditas (minyak, batubara, CPO, dan karet) yang sudah dalam tren pertumbuhan menurun," simpul Iswin.

MENGEKSPOR INOVASI & KREATIVITAS

Bisnis rintisan Indonesia mulai berani go internasional dan memberi pengaruh pada komunitas dunia

Beberapa *brand* Indonesia, dari level *startup* sampai *dragon*, mulai terdengar ke berbagai penjuru dunia. Industri kreatif yang begitu dinamis dan hidup menimbulkan optimisme sehingga Menteri Komunikasi dan Informatika **Rudiantara** menargetkan Indonesia memiliki 44 *startup unicorn* pada 2020. Siapa saja para pemain yang kini sukses *go international*?



SUCCESS
TROUBLE
difficulty
CRASH

• STARTUP: PARADISE YOUTH CLUB

Paradise Youth Club mendobrak pola klasik '*brand* lokal *go* internasional' yang biasanya berawal dari dalam negeri, meledak, lalu mulai berkiprah di luar Indonesia. *Brand streetwear* yang didirikan 2015 lalu ini justru langsung meraih sukses internasional melebihi Indonesia—tercatat 80% klien loyalnya berasal dari berbagai penjuru dunia, sementara hanya 20% dari Indonesia.

Berbagai *platform* media gaya hidup *hipster* internasional, seperti Hypebeast dan Highsnobiety bahkan memasukkan *brand* ini di radar mereka. Sementara Paradise Youth Club sendiri terus aktif berkolaborasi dengan berbagai pelaku industri internasional, mulai dari @alphaindustries, PRMTYKO, hingga satu kolaborasi dengan *brand* sepatu besar dari Inggris yang masih dirahasiakan. Paradise Youth Club juga turut menarik perhatian pada Agenda Show 28-30 Juni lalu, salah satu *event* gaya hidup *hipster* tahunan terbesar di Amerika Serikat. Melihat perkembangan *brand* ini, seiring dengan intensnya berbagai kolaborasi yang mereka lakukan di skala internasional, Paradise Youth Club jelas salah satu karya anak bangsa yang menjanjikan.

International, Soon? Brand Lokal yang Menjanjikan

• TULISAN
Brand buah pemikiran **Melissa Sunjaya** yang menghadirkan koleksi aksesoris, tas, hingga *stationery* dengan cita rasa desain yang autentik; tak heran jika Tulisan mulai meraih atensi pasar internasional. Inspirasinya sendiri diambil dari Kota Jakarta, dengan segala seluk-beluknya.

• BRIDESTORY
Siapa tak kenal Bridestory? Berasal dari satu *platform* majalah, kemudian daring, kini Bridestory menjadi salah satu nama paling 'berkuasa' dalam industri pernikahan kekinian. Layanan Bridestory kini telah menyebar dari Indonesia ke Australia, Malaysia, Filipina, dan Singapura!

• UNICORN STARTUP: TOKOPEDIA

Dalam daftar 20 Top-Funded Startups and Tech Companies in Indonesia yang dirilis Tech in Asia beberapa waktu lalu, Tokopedia menduduki peringkat kedua (tentu saja setelah ini kita akan membahas *brand* yang berada di ranking #1-nya!) dengan keberhasilan meraup dana investor USD1,1 M. "Di Indonesia, saya lihat perusahaan modal ventura dari Jepang dan Tiongkok juga mulai investasi besar-besaran pada perusahaan rintisan berbasis *e-commerce* dan finansial; salah satunya Tokopedia," ujar **Mike Rini Sutikno**, *founder* dari lembaga konsultasi ekonomi Mitra Rencana Edukasi. "Melihat meningkatnya minat investasi perusahaan modal ventura ke dalam perusahaan rintisan berbasis teknologi di Asia, tren ini kemungkinan besar juga akan terjadi di Indonesia."

"Dulu, kalau bicara *trend 'what is the next big thing'* maka rerefensi orang pasti mengacu kepada Silicon Valley di Amerika atau rintisan dari negara-negara barat. Padahal tren mulai bergeser, sekarang ini banyak perusahaan modal ventura melakukan investasi besar-besaran di perusahaan rintisan berbasis teknologi digital di Asia, termasuk Indonesia," tandasnya.

• DRAGON STARTUP: GOJEK

Ketika kita bicara mengenai perusahaan lokal yang punya kesempatan paling besar untuk memiliki dampak global, pikiran ini sulit untuk tidak melayang pada Gojek. Masih dari daftar 20 Top-Funded Startups and Tech Companies in Indonesia yang dirilis Tech in Asia, Gojek menduduki peringkat teratas dengan total dana investasi yang berhasil dikumpulkan senilai USD1,5 B; angka yang mencengangkan, mengingat perusahaan ini baru berdiri pada 2010.

"Fenomena Gojek adalah salah satu contoh bagaimana pemanfaatan teknologi digital dapat menciptakan sumber ekonomi baru, dan juga mendisrupsi perekonomian yang selama ini sudah mapan," komentar **Iswin Hudiarto**, **MM**, **RFA**. Ia memandang, potensi bisnis rintisan lokal untuk *go international* tetap besar, khususnya untuk produk-produk yang bersifat seni dan budaya, khususnya dengan meningkatkan daya saing dari segi kualitas.

Inspirasi apa yang bisa kita dapatkan dari prestasi para usaha rintisan ini? Kita melihat cara mereka mendefinisikan ulang konsep '*go international*'—ternyata, ketika sebuah perusahaan menjadi global, bukan berarti *brand*-nya harus dielu-elukan publik di luar negeri, melainkan kesuksesannya meraih dana investasi dari luar Indonesia. Langkah ini sangat masuk akal, mengingat besarnya potensi pasar Indonesia sebagai negara berpenduduk terbanyak ke-4 di dunia. Tak heran jika sejumlah pemain dalam industri memilih memaksimalkan penjualannya di dalam negeri saja. Maka impian baru para pelaku bisnis rintisan kini adalah membangun pasar yang loyal di Indonesia, baru kemudian memancing investor maupun *partner* bisnis dari luar negeri.

Di sisi lain, ada juga sejumlah pelaku industri kreatif yang menunjukkan bahwa *brand* buatan Indonesia bisa saja meledak di luar negeri dahulu, baru merembet ke Indonesia. Berkat perkembangan aneka *platform* teknologi informasi, hal ini sangat mungkin. Ingat kesuksesan *rapper* muda Rich Brian, yang namanya tidak bergaung di Indonesia, tetapi tahu-tahu saja menjadi *hits* di luar negeri? Pola serupa bisa terjadi pada *brand* rintisan.

Sungguh, kita hidup di era yang sangat dinamis dan menyenangkan untuk menjadi pelaku bisnis rintisan!

Foto: 123RF

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

diskon tur hingga	gift voucher	cicilan
Rp500 rb*	**Rp300 rb***	**0%*** s.d. 12 bulan

dengan mandiri kartu kredit visa signature

Periode program berlaku hingga 16 Juli 2019 di seluruh *outlet*.
Info: hotline Dwidayatour 1500383.

**Syarat dan ketentuan berlaku*

pesona indonesia

mandiri call 14000

NADIA SOFIANDI

HADIRKAN RESTORAN JEPANG YANG AUTENTIK

Nadia memadukan cita rasa menu yang asli dengan atmosfer interior yang mendukung.

Seperti Indonesia, Jepang juga dikenal memiliki kekayaan budaya yang khas, termasuk kulinernya. Di kota-kota besar di Indonesia, khususnya Jakarta, ada banyak restoran yang menyajikan *Japanese food,* yang tak pernah sepi dari pengunjung. Salah satu restoran Jepang yang tergolong baru adalah **Okuzono Japanese Dining**—mulai beroperasi November 2017. Restoran yang berlokasi di kawasan Senopati, Jakarta Selatan ini tidak hanya menyajikan beragam menu dengan cita rasa yang autentik, tapi juga memiliki desain interior yang kental dengan nuansa Negeri Samurai.

Dari masa ke masa, pengetahuan masyarakat tentang kuliner Jepang semakin meningkat dan rata-rata memberikan respons yang positif. 'Gejala' inilah yang dibaca oleh **Nadia Sofiandi** (30) sebagai sebuah peluang bisnis yang cukup menjanjikan. "Sudah banyak warga Indonesia yang terekspos dengan makanan asli Jepang. Menurut kami, *taste* makanan Jepang pas dengan lidah orang Indonesia sehingga bisa diterima," ujar Nadia.

GREAT ATMOSPHERE

Tidak sulit menemukan restoran Okuzono. Posisinya cukup mencolok karena persis di *hook* sebuah persimpangan jalan. Begitu tiba, identitas sebagai restoran Jepang sudah langsung terlihat dari bentuk luar bangunannya. Pintu utamanya menggunakan pintu geser, mengingatkan kita pada pintu tradisional Jepang yang disebut *shoji*.

Saat masuk, kita disambut dengan taman kecil yang dihias beberapa pohon bambu mungil. Ruangannya nampak luas karena plafon yang cukup tinggi. Di sebelah kanan, terlihat area bar khas Jepang. Sementara di sebelah kiri adalah area dapur yang terbuka penuh (*open kitchen).*

Di tengah area terdapat ruang makan berbentuk kotak-kotak dengan desain bertingkat (*mezzanine*). *Mezzanine* ini merupakan spot terbaik untuk melihat seluruh area dalam resto. Di bawah *mezzanine*, tersedia ruang makan semi *private* berbentuk *box seat*. Area sofa dan bar bisa menjadi pilihan para pelanggan yang senang dengan suasana terbuka.

KOLEGA BISNIS DENGAN CHEMISTRY YANG COCOK

Nadia mulai merambah bisnis *food & beverage* (F&B) terhitung belum lama. Bersama dengan beberapa kolega bisnisnya, pada November 2017 lalu ia mendirikan Kanpeki Group, sebuah *holding company* yang memayungi tiga unit bisnis, yaitu Okuzono, ABC Cooking Studio, dan Bari-uma Ramen.

Sebelum berbisnis F&B, Nadia sudah lebih dulu berkecimpung di perusahaan keluarganya yang bergerak di bidang rental kendaraan, PT Bara Bentala Indonesia. Pebisnis muda lulusan University of Illinois at Urbana-Champaign, AS, ini sekarang menduduki posisi direktur di PT Bara Bentala Indonesia.

"F&B memang 'jauh' sekali dari bisnis rental kendaraan. Buat saya, bisnis F&B menjadi *learning opportunity*. Mau tidak mau saya harus banyak belajar. Di awal merintis, saya turut melayani pelanggan, terlibat dalam pengadaan barang, dan hal teknis lainnya. Buat saya ini bermanfaat sekali sehingga ketika membuat keputusan, sudah menguasai dasarnya," ujar Nadia.

Diakui Nadia, keputusannya ikut terlibat di bisnis F&B tidak terlepas dari peran *partners* bisnis. "Kebetulan ketemu dengan *partners* bisnis yang *chemistry*-nya cocok. Terkadang kita berteman baik dengan seseorang, tapi belum tentu cocok untuk bisnis bareng," ucapnya.

Sejauh ini, Okuzono terbilang sukses dalam memberikan alternatif makanan Jepang yang autentik dan menjadi rekomendasi bagi para pencinta *Japanese concept*. Namun begitu, ke depannya Nadia tidak berniat membuka cabang Okuzono di tempat lain. Dia dan *partners* bisnisnya lebih memilih mendirikan unit bisnis F&B lain.

"Jika selama ini di Okuzono kami memanfaatkan fasilitas mesin EDC dari Bank Mandiri, ke depan mungkin bisa dilakukan kerja sama yang lebih spesifik lagi. Rencananya kami akan membuka unit bisnis lain, dan semoga Bank Mandiri bisa men-*support*," pungkas Nadia.

Bentuk kotak-kotak, kata Nadia, terinspirasi dari tempat minum sake. "Ide dasar Okuzono berasal dari *Izakaya* yang dikenal sebagai tempat minum sake di Jepang. Orang Jepang kan kalau minum sake menggunakan *masu*, wadah berbentuk kotak. Nah, bentuk *masu* kami terjemahkan menjadi bentuk ruang makan," jelas Nadia.

Lebih ke dalam lagi, ciri khas Jepang kian terasa lagi berkat Zen Garden yang menjadi ikon dari Okuzono. Taman yang berisi bebatuan kecil dan besar, pohon bambu, dan lampion kotak khas Jepang ini menjadi pengantar sebelum masuk ke Tatami VIP *room*. Para tamu yang datang biasanya menyempatkan diri untuk berfoto di sepanjang koridor VIP *room* dengan *background* Zen Garden.

Tatami VIP *room* juga menjadi satu keunikan dari Okuzono. Dinamakan Tatami VIP *room* karena ruang makan *private* ini menggunakan *tatami* sebagai alas ruangan. *Tatami* adalah semacam tikar berbahan jerami asal Jepang yang dibuat secara tradisional.

"Untuk memperoleh *tatami* yang autentik, kami menghubungi kedutaan Jepang. Bertanya ke mereka, apakah di Indonesia ada yang membuat *tatami* asli. Ternyata di sini hanya tinggal satu orang yang bisa bikin *custom size*. Jadi, kami benar-benar mencari *craftsmanship* yang memang bisa mendukung ide desain dari kami," ungkap wanita yang hobi *traveling* dan kuliner ini.

"Buat saya, bisnis F&B menjadi learning opportunity."

KITCHEN = CENTER OF LIFE

Plafon ruangan yang tinggi dan desain *mezzanine* yang diterapkan Okuzono merupakan upaya untuk mendukung konsep *full open kitchen*. Karena sifatnya terbuka, *customer* yang datang bisa menyaksikan kegiatan yang dilakukan di dapur. Mulai dari persiapan, mengolah, memasak, hingga penyajiannya, semua bisa dilihat.

"*Center of life* dari Okuzono adalah area *kitchen*. Itu pesan yang ingin kami sampaikan ke *customer*. Sekarang kan orang *nggak* mau kalau cuma tinggal makan. Mereka ingin ada cerita dari makanan yang tersaji. Banyak tamu yang duduk di bar supaya bisa melihat lebih jelas bagaimana *chef* memotong *sashimi*. Bahkan ada pelanggan yang sengaja memesan makanan tertentu hanya karena mau lihat cara masak dan penyajiannya," cerita Nadia.

Sejak merancang Okuzono, Nadia ingin restorannya benar-benar hidup, bukan sekadar tempat makan yang sunyi. Dengan konsep *full open kitchen*, menurut Nadia, sekaligus bisa menjadi *entertainment* bagi para pelanggan yang datang.

DEEP PARADISE

Okuzono memiliki arti *deep paradise* atau surga terdalam. Dikatakan Nadia, hal itu terinspirasi dari bahan makanan yang berasal dari hasil laut yang dalam. "Kalau pun menunya berbahan utama daging, tetap kami tambahkan dengan unsur hasil laut," jelasnya.

Okuzono menyajikan lebih dari 200 menu yang lezat dan unik, diracik langsung oleh *chef* asal Jepang. Dan yang pasti bukan interior restonya saja yang terasa 'Jepang *banget*', makanannya pun autentik.

Zen Masu Sushi misalnya, merupakan menu yang berisi nasi *sushi* dengan *topping*, tersaji dalam tiga kotak kecil. Ada lagi menu *Chaba Beef Marinated*. Potongan-potongan daging sapi yang diolah bersama daun teh, lalu disiram dengan saus asin-gurih. Yang membuat makin unik di Okuzono adalah penggunaan bahan dasar teh yang diaplikasikan ke hampir semua menu. "Teh juga menjadi sesuatu yang identik dengan Jepang, bagian dari budaya di sana," ujar Nadia.

Di Okuzono berlaku *set time* dalam melayani pelanggan, yaitu *lunch*, *tea time*, dan *dinner*. *Lunch time* berlaku mulai pukul 11.00-15.00. Dari pukul 15.00-17.30 restoran ditutup, dan dibuka lagi pada pukul 17.30 sebagai *dinner time*. Sementara *tea time* berlaku pada *weekend* saja.

"Saat resto tutup, selain sebagai waktu istirahat, juga dimanfaatkan untuk *preparation* sekaligus *training* karyawan. Setiap pekan kami mengadakan *training*, dan kami ambil waktunya di sela-sela *break*. Harapan kami agar karyawan bisa memiliki keterampilan yang meningkat. Tidak berada di posisi itu-itu saja," ulasnya.

Foto: Siti Adelli

NEAUVIA

DR. NORA ARIYATI, MKes, SpKK

BERBISNIS SAMBIL EDUKASI

Fokus menjadi kunci keberhasilan memulai bisnis dari nol.

Gempa yang terjadi di kota Yogyakarta pada tahun 2006 mengubah pendirian **dr. Nora Ariyati, Mkes, SpKK** untuk tetap tinggal di kota yang telah membesarkannya tersebut. Bersama suaminya, **dr. Jhony Budi Satrio**, dr. Nora memutuskan pindah ke kota Malang. Waktu itu, dr. Jhony sudah bekerja sebagai dokter anestasi di beberapa rumah sakit di Malang. Sementara dr. Nora belum berpikir untuk mendirikan klinik kecantikan sendiri karena menurutnya hal itu memerlukan modal yang besar.

Saat itu, dr. Nora hanya berusaha fokus melakukan pekerjaannya dengan baik sebagai dokter kecantikan di sebuah tempat yang dipinjamkan oleh seorang teman untuk praktik bersama. Dari sebuah kamar 3 x 4 meter, dr. Nora memberikan pelayanan yang terbaik untuk para pasien hingga semakin lama ia merasa pasiennya semakin banyak dan membutuhkan tempat yang lebih besar.

"Setelah saya memiliki sedikit modal, pada tahun 2008, saya memutuskan untuk membuka klinik kecantikan agar pasien merasa lebih nyaman. Semakin lama, pasien saya kian bertambah dan atas permintaan pasien juga, saya akhirnya membuka cabang. Klinik kecantikan ini saya persembahkan untuk para pasien, dan sampai sekarang sudah memiliki lima cabang," ujar dr. Nora saat ditemui Jotua Handika Sinaga, Marketing Communication Wealth Management Group Bank Mandiri di kliniknya, **Aurell Skin Clinic**.

MENDALAMI ILMU SAMPAI TINGKAT TERTINGGI

Menjadi dokter memang sudah menjadi cita-cita dr. Nora sejak kecil. "Dan *passion* saya memang di bidang kecantikan," ujar dr. Nora. Meski begitu, dr. Nora mengaku, pada saat kuliah kedokteran di Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, ia belum berpikir untuk menjadi seorang dokter spesialis kulit dan kelamin. "Karena dorongan orang tua dan memang sudah menjadi cita-cita sejak kecil, saya pun menjatuhkan pilihan pada bidang kulit dan kelamin. Saya ingin menjadi dokter tanpa meninggalkan *passion* saya di bidang kecantikan," kata dokter penggemar *travelling* ini.

Mengambil spesialis kulit dan kelamin, dr. Nora mendapat ilmu tentang kesehatan kulit. Untuk mengambil spesialis ini, menurutnya juga tidak mudah. "Saya harus bersaing dengan cukup banyak orang. Alhamdulillah, saya termasuk salah satu dari 20 orang yang diterima sebagai peserta pendidikan spesialis kulit dan kelamin di UGM," tuturnya. Tidak cukup dengan pendidikan spesialis, dr. Nora pun mengembangkan pengetahuannya tentang kecantikan dengan mengikuti *workshop* di beberapa negara.

Totalitas dr. Nora demi memberikan yang terbaik untuk para pasien memang tidak perlu diragukan lagi. Demi untuk mengetahui perkembangan dunia kedokteran estetik, dr. Nora kini sedang menempuh pendidikan

doktoral (S3) dalam bidang ilmu biomedik di Universitas Brawijaya, Malang. "Yang saya teliti adalah tentang *stem cell* dan *anti aging*. Saya ingin terus meng-*update* ilmu sampai tingkat tertinggi dan menemukan sesuatu yang baru, penelitian yang baru. Saya tidak puas hanya dengan kursus singkat," ujar dr. Nora.

MEMASTIKAN YANG TERBAIK UNTUK PASIEN

Menjalankan bisnis tentu banyak kendala dan tantangan. Apalagi bisnis klinik kecantikan melibatkan pasien dengan beragam karakter. Dari sisi pasien, ungkap dr. Nora, terkadang pasien merasa kurang puas dan terobsesi. "Misalnya, ada pasien yang ingin kulitnya putih, tapi obsesi mereka tidak sesuai dengan konteks kulit yang sehat. Di sinilah tantangannya, karena saya harus memberikan penjelasan kepada pasien, perawatan apa yang sebaiknya mereka lalukan sesuai dengan kulit mereka. Saya tidak ingin berorientasi bisnis. Saya tidak akan melakukan apa yang diminta pasien jika itu tidak baik untuk pasien. Saya lebih memilih untuk memberikan edukasi kepada pasien," jelas dr. Nora.

Untuk memberikan rasa aman kepada pasien, dr. Nora selalu memenuhi semua izin dari Dinas Kesehatan. "Jangan sampai mendirikan klinik yang ilegal. Sampai desain klinik juga harus menyesuaikan syarat, dari mulai desain hingga pembuangan limbah," ujarnya. Apalagi untuk produk-produk kecantikan yang digunakan, dr. Nora selalu menggunakan produk-produk yang telah teruji secara klinis dan penelitian. "Saya akan mencoba lebih dahulu semua produk dan perawatan sebelum saya terapkan kepada pasien sehingga saya bisa memberikan informasi selengkap mungkin, sampai bisa merasakan apa yang akan pasien rasakan," kata dr. Nora.

BANYAK MENDENGAR, BANYAK BERSYUKUR

Tidak ada strategi khusus bagi dr. Nora selama menjalankan bisnis kecantikan dari nol hingga bisa membuka lima cabang ini. "Banyak mendengar dan banyak bersyukur saja. Selebihnya Tuhan yang mengatur," ungkap dr. Nora. Untuk merebut hati pasien, dr. Nora punya jurus mendengar. "Pasien akan senang jika kita mau mendengar keluhannya. Karena itu, seorang dokter harus memiliki banyak waktu untuk pasiennya. Setelah itu kita akan berdiskusi dan setelah menemukan solusinya baru dikerjakan," ujarnya. Seorang dokter, menurut dr. Nora, bukan seorang diktator, "saya akan kembalikan kepada pasien, sebaiknya seperti apa."

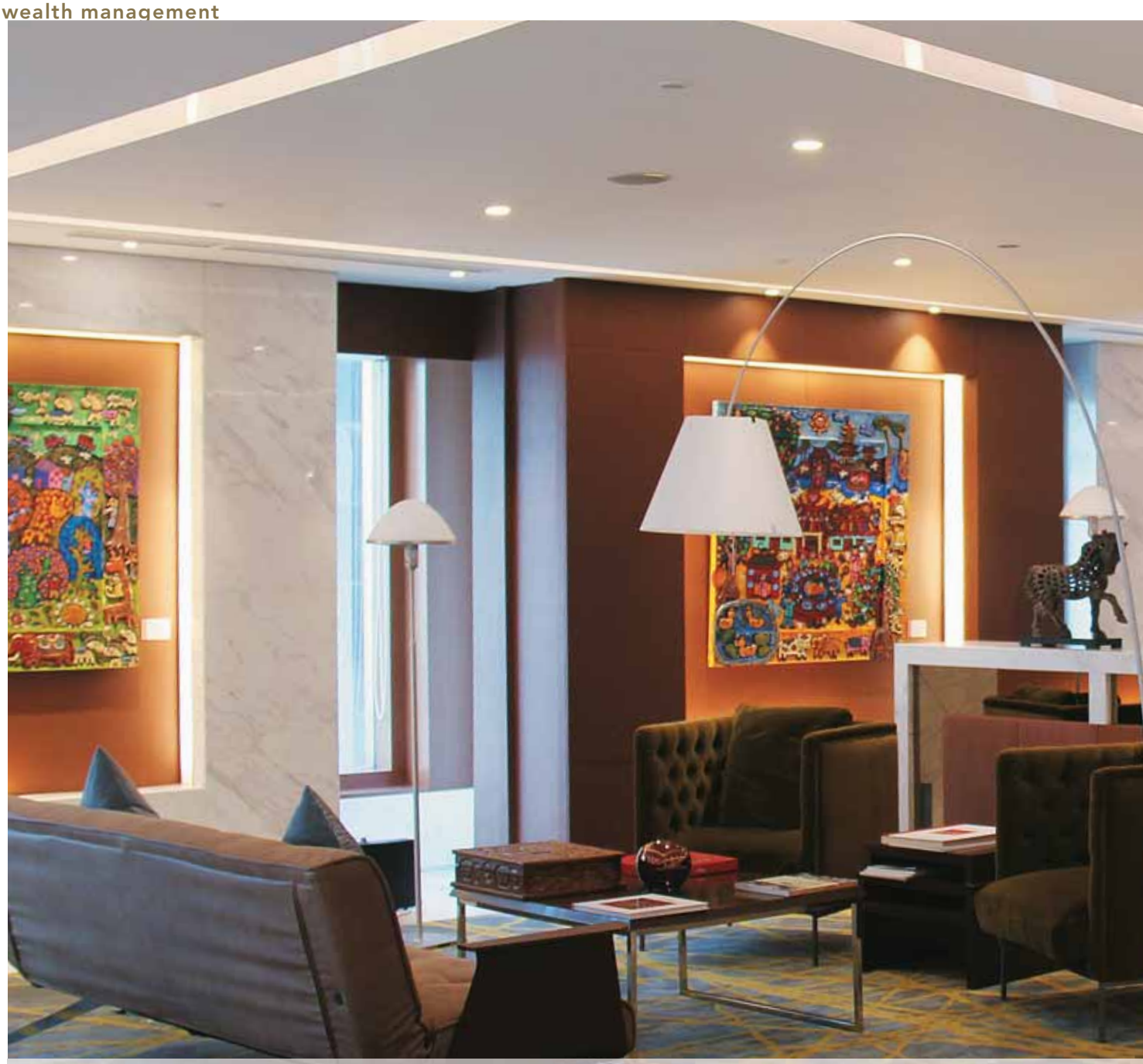
Hal itu juga berlaku untuk *budget* pasien. "Di Aurell Skin Clinic, kita harus bisa memilihkan terapi apa yang cocok untuk pasien sesuai kondisi kulit, kesehatan, dan kemampuan finansial mereka," katanya. Bahkan terkadang, lanjut dr. Nora, untuk pasien tertentu, Aurell Skin Clinic memberikan biaya gratis dengan tujuan menolong kesehatan kulit si pasien. "Kebahagiaan pasien itu tidak ternilai harganya. Misal, pasien datang dengan keluhan jerawat dan wajah kurang mulus. Begitu selesai perawatan, wajahnya jadi lebih bersih dan pasien mengucapkan terima kasih. Ini sudah menjadi kebahagiaan saya. Kebahagiaan saya yang lain adalah bekerja sama dengan Bank Mandiri. Sejak pertama buka klinik, saya sudah menggunakan Bank Mandiri. Saya terinspirasi dari Bank Mandiri yang selalu memberikan yang terbaik untuk para nasabahnya. Bank Mandiri banyak 'mendengar' kebutuhan saya," jelas dr. Nora.

Menghadapi persaingan bisnis, dr. Nora hanya punya strategi, "yang penting tetap memberikan yang terbaik untuk pasien." Kata dr. Nora, nantinya pasien juga yang akan menentukan mana yang cocok untuk dirinya. "Dengan melakukan yang terbaik, kita akan mendapatkan yang terbaik juga. Apa pun itu harus yang terbaik, mulai dari kebersihan, pelayanan, *beautican*, dan dokter. Jadi saya tidak perlu khawatir tentang persaingan bisnis karena semua sudah ada jalannya masing-masing. Rezeki dari Tuhan dan kita tidak perlu takut," pungkas dr. Nora.

TAMPIL SEHAT DAN AWET MUDA

Sebagai dokter kulit, memiliki kulit yang sehat dan awet muda sebagai contoh bagi para pasiennya adalah sebuah keharusan. "Saya juga melakukan perawatan di klinik. Mulai dari laser, tanam benang, *filler*, atau *botox*. Ini semua sudah saya lakukan, termasuk perawatan *facial* yang baru. Perawatan apa pun yang ada di Aurell Skin Clinic, sudah saya lakukan, dari ujung kaki hingga ujung rambut," kata dr. Nora.

Keberhasilan dr. Nora menjalankan bisnis tentu tidak lepas dari dukungan penuh keluarganya. "Saya dan suami sama-sama berprofesi sebagai dokter. Jadi sudah sama ritme kesibukan masing-masing. Yang penting komunikasi bisa jalan terus. Dan untuk anak-anak, saya selalu berusaha memberikan waktu yang lebih. Mulai dari membatasi jam praktik hingga melakukan *quality time* dengan mereka," ujar ibu dari **Mochammad Jousyah Andhira Satrio** dan **Putri Aurelli Nadhira Satrio** ini.



KAMI KELOLA ASET ANDA

Bank Mandiri menghadirkan layanan wealth management
untuk mengelola aset nasabah premium.

Beberapa lukisan karya perupa papan atas Indonesia tampak menghiasi ruangan yang sebagian dindingnya berupa kaca-kaca besar. Empat buah sofa berlapis kulit lembut secara elegan mengelilingi meja kayu bergaya minimalis yang berdiri di atas lantai kayu yang hangat. Pencahayaan ruangan yang ditata dengan baik dan harum aromatik menambah kenyamanan ruang yang bernama Mandiri Private Banking Office ini. Kehangatan ruangan ini semakin sempurna dengan keramahan para staf Bank Mandiri. Inilah salah satu bentuk fasilitas yang diberikan Bank Mandiri untuk para nasabah Mandiri Prioritas dan Private. Nasabah Mandiri Prioritas dan Private bebas memanfaatkan ruang tersebut, baik untuk melakukan transaksi perbankan, mengadakan pertemuan, maupun berkonsultasi soal produk pasar modal dan investasi. "Ini salah satu apresiasi kami terhadap para nasabah prioritas untuk layanan *wealth management*," jelas **Elina Wirjakusuma**, Senior Vice President Wealth Management Group PT Bank Mandiri (Persero), Tbk.

Terdapat dua layanan dalam *wealth management*, "Yakni Mandiri Prioritas bagi nasabah utama dengan total dana kelolaan (*fund under management* – FUM) minimal Rp 1 miliar dan Mandiri Private dengan FUM minimal Rp 20 miliar," ujar Elina. Layanan ini, lanjut Elina, menitikberatkan pada kebutuhan nasabah, terutama terkait perencanaan finansial, serta didukung kelengkapan produk-produk investasi yang ditawarkan. Layanan ini juga telah terbukti menjadi yang terbaik, antara lain dengan telah memenangkan berbagai penghargaan bidang *wealth management* seperti:

- Service Quality – Diamond Award dari Majalah Service Excellence
- Best Private Banking Services in Indonesia dari Euromoney
- Best Wealth Management dan Best Private Banking di Indonesia dari Alpha Southeast Asia Magazine
- Best Private Banking in Indonesia dari Finance Asia Magazine

"Saat ini, Bank Mandiri memiliki lebih dari 51.000 nasabah prioritas dan lebih dari 1.700 nasabah private yang tersebar di 63 outlet Mandiri Prioritas di 32 kota di Indonesia," sebut Elina.

LAYANAN ISTIMEWA UNTUK NASABAH

Bank Mandiri memberikan banyak keuntungan bagi nasabah prioritas dan private berupa pelayanan dan fasilitas terbaik. Selain akan mendapatkan berbagai macam *benefit* Mandiri Prioritas, nasabah yang bergabung dalam Layanan Mandiri Prioritas bisa mendapatkan Kartu Kredit Mandiri VISA Signature dan World Elite dengan gratis biaya keanggotaan selama menjadi nasabah Mandiri Prioritas. Selain itu nasabah yang memiliki *track record* yang baik juga akan mendapatkan limit indikatif terkait pinjaman perseorangan seperti Kredit Kendaraan Bermotor dan Kredit Kepemilikan Rumah (KPR). "Tentu proses persetujuan tetap tergantung dari hasil analisis bisnis terkait," kata Elina.

Selain itu, nasabah juga akan mendapatkan perhatian khusus dari Priority Banking Officer (PBO) dan Relationship Manager (RM) Mandiri Prioritas yang memanjakan dengan mengurusi keperluan para nasabah, baik di bidang investasi maupun keperluan bisnis yang lain. "Keberadaan PBO dan RM menjadi sangat penting untuk perkembangan bisnis *wealth management* karena mereka menjadi *first contact point* bagi nasabah, termasuk dalam melakukan pengelolaan *portofolio* nasabah sesuai karakteristik dan menjalankan fungsi *advisory* dengan lebih baik," jelas Elina.

Kualitas dan kompetensi para PBO dan RM ini juga menjadi perhatian Bank Mandiri. "Para PBO dan RM telah dibekali dengan training, sertifikasi kecakapan khusus di bidang *Financial Advisory* (*Registered Financial Planner, Certified Financial Planner, Associate Estate Planning Practitioner*), serta *update* pengetahuan yang berkaitan dengan pengelolaan investasi dan keuangan," ujar Elina.

Bahkan, untuk mendapatkan SDM yang lebih baik, khususnya RM, Bank Mandiri telah melakukan kerja sama dengan salah satu *private bank* terbaik di dunia, yaitu **Lombard Odier**. "Lombard Odier merupakan *private company* yang telah berjalan tujuh generasi. Harapan dari kerja sama ini dapat memberikan pesan yang sama, bahwa Bank Mandiri dapat membantu nasabah untuk mengelola dan memperbesar aset kekayaan mereka bukan hanya satu generasi, tetapi memastikan bisa bergulir dari generasi ke generasi, serta memberi masukan mengenai tata kelola perusahaan yang baik untuk kelangsungan bisnis keluarga," ungkap Elina.

PELUANG PASAR MASIH BESAR

Potensi bisnis *wealth management* di Indonesia masih sangat besar. Berdasarkan laporan Capgemini tahun 2017, pertumbuhan jumlah nasabah *High Nett Worth Individual* (HNWI) di Indonesia lebih tinggi dibandingkan negara lain di Asia Pasifik, yaitu mencapai kisaran 13,7%. Dalam laporan yang sama, pertumbuhan dana kelolaan nasabah HNWI di Indonesia juga tumbuh mencapai 14,3%. Kondisi tersebut sejalan dengan pertumbuhan nasabah HNWI di Bank Mandiri yang mencapai rerata 12,6% selama 5 tahun terakhir. "Sesuai data tersebut, maka kami optimis mengenai prospek layanan nasabah *segmen wealth*," jelas Elina. Meski, lanjut Elina, peningkatan jumlah orang kaya ini tentu akan membuat persaingan bisnis wealth management

ELINA WIRJAKUSUMA
Senior Vice President Wealth Management Group
PT Bank Mandiri (Persero), Tbk

kian ketat dengan semakin banyaknya bank nasional dan bank asing menggarap segmen ini. "Hal ini tentunya menjadi peluang dan tantangan bagi Bank Mandiri untuk terus berinovasi memenuhi kebutuhan nasabah dan memenangkan persaingan," tegas Elina.

Untuk menjawab tantangan itu, Bank Mandiri telah menyiapkan beberapa strategi bisnis, antara lain dengan melakukan aliansi strategis dengan mitra bisnis, baik bisnis antar unit bisnis, anak perusahaan, maupun mitra bisnis lainnya. "Mandiri group merupakan perusahaan finansial yang sangat lengkap. Selain bank, kami memiliki perusahaan asset management, sekuritas, dana pensiun, dan asuransi. Melalui aliansi bisnis, baik dengan unit bisnis lain dan perusahaan anak tentunya menjadi kekuatan finansial yang dapat mendukung perkembangan bisnis dan pemenuhan kebutuhan finansial nasabah. Bank Mandiri mampu menyediakan pinjaman konsumsi, memenuhi kebutuhan investasi dan proteksi, termasuk perencanaan pensiun," jelas Elina.

Strategi lainnya, menurut Elina, adalah dengan melakukan optimalisasi portofolio nasabah sehingga mereka mendapatkan *yield* yang lebih baik dan meningkatkan pengelolaan portofolio oleh RM, serta meningkatkan kapabilitas sistem pendukung dalam melakukan layanan terkait portofolio nasabah dan transaksi produk investasi. "Sistem informasi yang baik akan membantu nasabah melakukan *review* atas portofolio-nya secara individual," pungkas Elina.

MENGHADAPI GONCANGAN PASAR GLOBAL

Di tengah ketidakpastian dunia, opportunity pada instrumen investasi pasar modal tetap ada.

Penulis: **Diaz Adritya Putra**
Wealth Specialist/Advisory Bank Mandiri
Wealth Management Group

Kuartal ketiga tahun 2018 merupakan periode yang cenderung bercampur aduk karena dari sisi pertumbuhan ekonomi Indonesia pada kuartal kedua sangat baik, tumbuh 5.27% secara YoY—pada kuartal pertama hanya 5.06%. Namun dari sisi *Current Account Deficit* (CAD) atau defisit transaksi berjalan pada kuartal kedua melebar menjadi USD-8.0 bn atau -3.0% dari PDB kuartal kedua. Rupiah pun terdepresiasi 9.01% per tanggal 27 September pukul 11:23 sejak awal tahun 2018. Pelemahan rupiah memicu pelemahan pada instrumen pasar modal lainnya, seperti saham dan juga obligasi pemerintah. Namun Indonesia tidak sendiri dalam pelemahan mata uang, negara berkembang lainnya seperti India Rupee (INR) terdepresiasi 11.94% pada periode yang sama, peso Argentina (ARS) anjlok 51.67%, lira Turki (TRY) melemah 17.87% dan rand Afrika Selatan (ZAR) turun 12.54% terhadap USD.

GEJOLAK PERANG DAGANG

Pada awal kuartal kedua, gejolak dari ketidakpastian perang dagang masih menghantui pasar global. Hal tersebut mengerek indeks USD (DXY) naik 5% secara YTD di bulan Agustus. Terhitung per tanggal 26 September 2018, indeks Dow Jones Industrial Average sudah menguat 8.71%, ini merefleksikan bahwa *global investor* melakukan *wait and see* terhadap ketidakpastian perang dagang dan juga kebijakan yang akan diambil oleh Bank Sentral AS (The Fed).

Grafik di sebelah memperlihatkan pergerakan pasar saham di *developed market* (DM), *emerging market* (EM), dua indeks saham AS – Dow Jones dan S&P500 dan DXY sejak awal tahun dan dapat disimpulkan bahwa investor cenderung mencari *safe haven asset* seperti USD dan instrumen berbasis USD. Reli yang tinggi terjadi di kuartal tiga dimana per 26 September Dow Jones naik 8.71% dan indeks S&P500 menguat 6.90%. Peningkatan tersebut juga dipicu oleh meningkatnya perekonomian AS di kuartal kedua yang lebih baik dari

PERBANDINGAN KINERJA PASAR SAHAM SECARA YTD

ekspektasi, naik sebesar 4.2% QoQ dan merupakan level tertinggi sejak kuartal empat 2014. Hal lain yang memicu peningkatan dari indeks saham AS adalah efek dari pemangkasan pajak pendapatan dan pajak korporasi yang diberlakukan pada awal tahun ini.

KRIRIS DI TURKI DAN ARGENTINA

Menguatnya dolar AS membuat negara-negara yang memiliki defisit neraca berjalan tertekan pada kuartal dua dan awal kuartal tiga, hingga pada akhirnya beberapa mata uang negara berkembang pun tertekan hingga 50% secara YTD. Dua negara yang mengalami penekanan mata uang terhadap dolar AS terburuk adalah Turki dan Argentina, namun pelemahan terhadap kedua mata uang tersebut tidak berlarut, efeknya ke negara berkembang cenderung *short term*. Hal ini disebabkan kedua negara mengalami kesalahan dalam mengambil kebijakan moneter (*policy error*) dan kelalaian dalam mengelola kebijakan fiskal secara internal.

Turki merupakan negara yang mengalami kekeliruan pada kebijakan moneternya atau *policy error*. Ada dua hal yang memperburuk keadaan Turki, yang pertama

Foto: 123RF

adalah kekuatan Erdogan dalam memengaruhi Bank Sentral yang sewajarnya *independent* sehingga membuat investor ragu akan peningkatan suku bunga acuan ini tidak akan lama ataupun mempertimbangkan kondisi ekonomi karena Erdogan memiliki pandangan *Pro Growth Economic* sehingga menginginkan suku bunga rendah untuk mengerek pertumbuhan ekonomi Turki. Hal lain yang memengaruhinya adalah gejolak politik dengan AS, dimana pastor Andrew Brunson dari AS ditahan karena diduga membiayai organisasi yang gagal melakukan kudeta terhadap pemerintahan Erdogan, dan Presiden Trump mengancam akan mengerek tarif baja dari Turki sebanyak dua kali lipat dan barang-barang impor yang bebas akses akan ditinjau kembali oleh *Washington* yang secara nilai dapat mencapai USD1.66 Bn.

Setelah Turki, investor kembali dikejutkan oleh tertekannya mata uang peso Argentina di akhir bulan Agustus. Krisis yang terjadi di Argentina berbeda dengan Turki karena Argentina sudah melakukan hal-hal yang diperlukan untuk menurunkan inflasi dan juga mempertahankan mata uangnya, namun mata uang peso tetap tertekan. Luka awal dari terpuruknya perekonomian Argentina berawal dari pemerintahan Presiden Cristina Kirchner yang menjabat pada tahun 2007-2015, dimana beliau mencetak uang peso secara berlebihan untuk menutup defisit anggaran negara, dan hal tersebut tentunya mengerek inflasi ke level dua digit. Presiden baru Argentina, Mauricio Macri, telah mengurangai pencetakan uang secara berlebih. Beberapa aksi untuk mengendalikan mata uangnya, antara lain mengerek harga utilitas, menurunkan subsidi, dan menutup beberapa kementerian di pemerintahannya. Namun tindakan tersebut tidak dapat meredam peningkatan inflasi dan pelemahan mata uang Argentina.

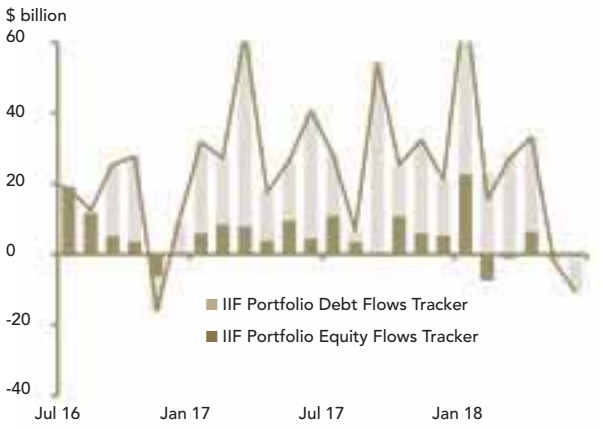
EFEK KE NEGARA BERKEMBANG

Dampak dari apa yang terjadi di Turki dan Argentina tentunya menggoyang pasar modal negara berkembang. Efeknya tentu merayap ke Indonesia juga karena tergolong ke dalam kategori negara berkembang. Hal tersebut dapat terjadi karena sifat investor yang reaktif terhadap suatu *event* sehingga setelah melihat apa yang terjadi pada kedua negara di atas, investor akan mencari negara-negara lain yang memiliki karakteristik ekonomi yang sama dengan Turki dan juga Argentina.

Indonesia memang memiliki defisit pada neraca berjalannya, dan neraca perdaganganya pun mengalami net-impor sehingga memperburuk *confidence* investor. Namun, keadaan Indonesia sangat berbeda dengan Turki dan Argentina karena *Current Account Deficit* (CAD) Indonesia hanya 3% dari PDB sedangkan Argentina di level 4.8% pada tahun 2017 dan Turkey mencapai 5.5% pada tahun 2017. Pemerintah pun sudah membuat kebijakan untuk mempertahankan mata uang garuda dan menekan CAD berada di bawah level toleransi pemerintah 3%.

Tidak hanya Indonesia, *emerging market* secara keseluruhan terkena dampak dari krisis *currency* yang terjadi di Turki dan Argentina. *Chart* di samping menggambarkan pergerakan portofolio pada negara berkembang, dan terlihat memasuki kuartal kedua telah mengalami *outflow* yang cukup banyak dari sisi pasar saham maupun pasar obligasi. Hal itu menyebabkan fenomena penurunan pada pasar modal dan mata uang terjadi secara global dan tidak terisolasi pada satu negara saja seperti Indonesia.

IIF Tracker: Total Portfolio Flows into Emerging Markets



Sources: IIF

UPAYA PEMERINTAH INDONESIA

Bagaimana dengan Indonesia? Menimbang banyaknya gejolak di pasar global dan mata uang garuda terhadap dolar AS, apakah Indonesia mampu untuk menopang pertumbuhan ekonominya? Meski neraca perdagangan mengalami defisit di bulan Agustus lalu sebesar USD-1.0 bn, hal tersebut masih lebih baik dibandingkan bulan sebelumnya yang defisitnya melebar hingga USD-2.0 bn. Ditambah CAD Indonesia yang sudah berada di ambang batas toleransi pemerintah 3% dari PDB, tentunya hal tersebut membuat investor bertanya.

Tentunya pemerintah tidak tinggal diam dengan banyaknya gejolak dari pasar global dan tertekannya rupiah. Salah satu kebijakan yang sudah diambil oleh Bank Sentral adalah mengerek suku bunga acuan ke level 5.75% atau sebanyak 150 bps di tahun 2018 untuk menstabilkan mata uang garuda. Hal tersebut merupakan hal yang paling rasional dilakukan untuk menjaga nilai mata uang Indonesia dan juga *rate* suku bunga tetap kompetitif di mata investor asing. Lebarnya CAD pada kuartal kedua disebabkan oleh meningkatnya impor dibandingkan ekspor Indonesia pada bulan Juli dimana ekspor tumbuh 19.3% YoY dan impor sebesar 31.6% YoY, dan terulang di bulan Agustus—ekspor hanya tumbuh 4% secara YoY namun impor tumbuh 24.7%.

Untuk mengendalikan CAD yang melebar, pemerintah melakukan pembatasan terhadap 1.147 barang impor yang sebagian besar merupakan barang modal dan konsumsi yang dapat diganti (*substitutable*) dimana konstribusi terhadap total impor masing-masing 16% dan 9%. Hal tersebut diharapkan dapat memperlambatkan jumlah barang impor yang masuk ke Indonesia dan mendorong masyarakat untuk menggunakan produk dalam negeri dan meningkatkan ekspor. Hal lain yang dilakukan oleh pemerintah adalah melanjutkan untuk mendorong sektor pariwisata Indonesia untuk menjaga devisa Indonesia dan kebijakan B20 atau kewajiban penggunaan 20% CPO untuk biodiesel untuk mengkerek harga CPO.

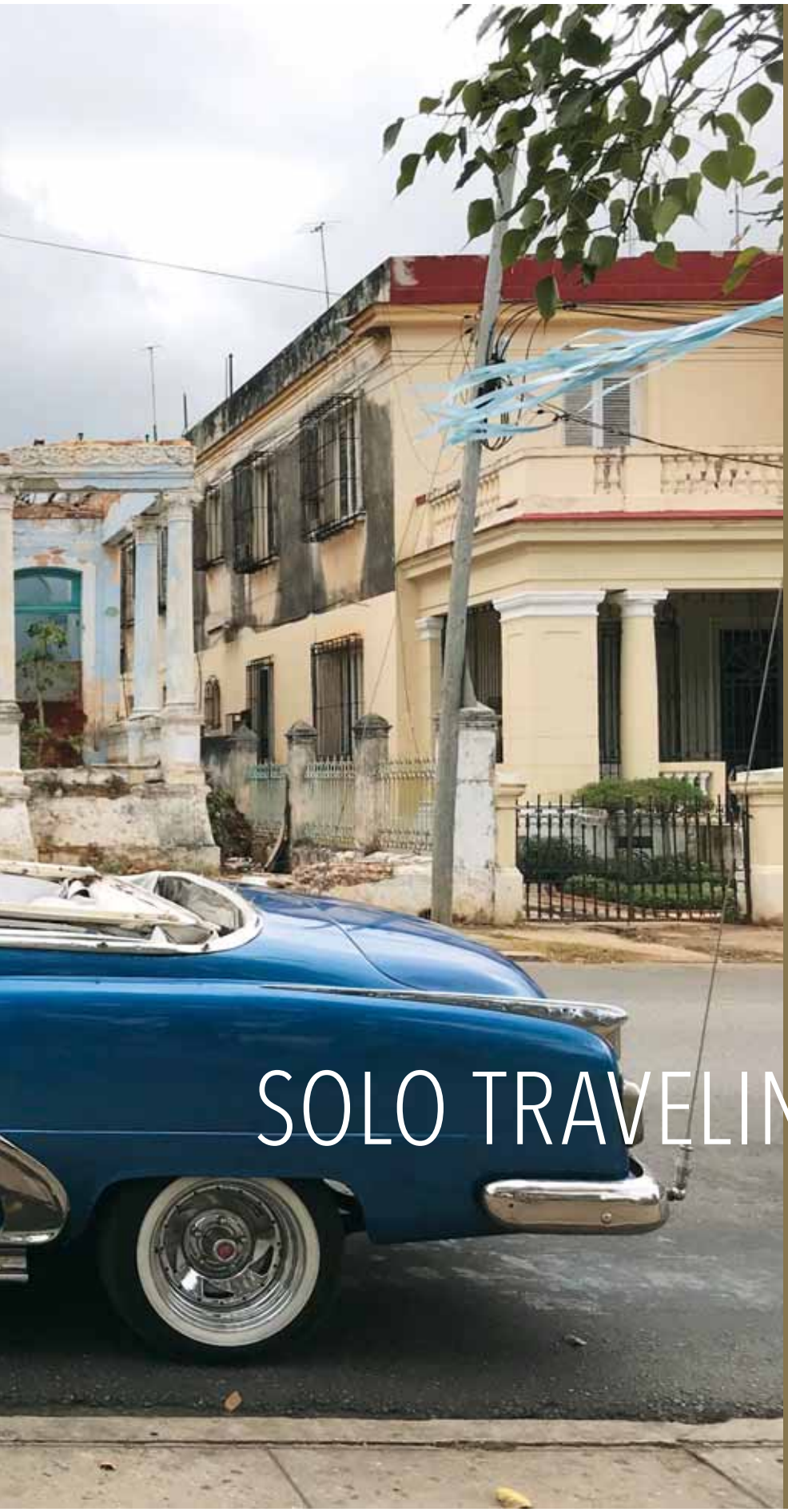
Pasar modal Indonesia tentunya masih akan dipengaruhi oleh faktor global, namun beberapa ketidakpastian global dapat dicoret dari daftar untuk tahun ini. Salah satu ketidakpastian yang dapat dicoret adalah kebijakan tarif 10% yang dikenakan oleh Trump

untuk barang-barang dari Tiongkok dengan total nilai USD200 bn yang sudah berjalan sejak 24 September 2018. Selain itu, the Fed juga diekspektasikan mengerek suku bunga acuan yang ketiga kalinya sebesar 25 bps pada hari Rabu, 26 September 2018.

Yang diperlukan Indonesia untuk dapat menyambut investor asing kembali ke pasar saham dan obligasi Indonesia adalah kestabilan rupiah. Korelasi IHSG dan *Bloomberg Indonesia Sovereign Bond Index* (BINDO) terhadap pergerakan USD/IDR masing-masing 0.56 dan 0.61. Korelasi yang positif dari keduanya berarti jika rupiah menguat atau stabil terhadap dolar AS, maka hal tersebut juga akan meningkatkan *confidence* dari investor asing dan akan mengundang mereka untuk memasuki pasar saham ataupun obligasi Indonesia.

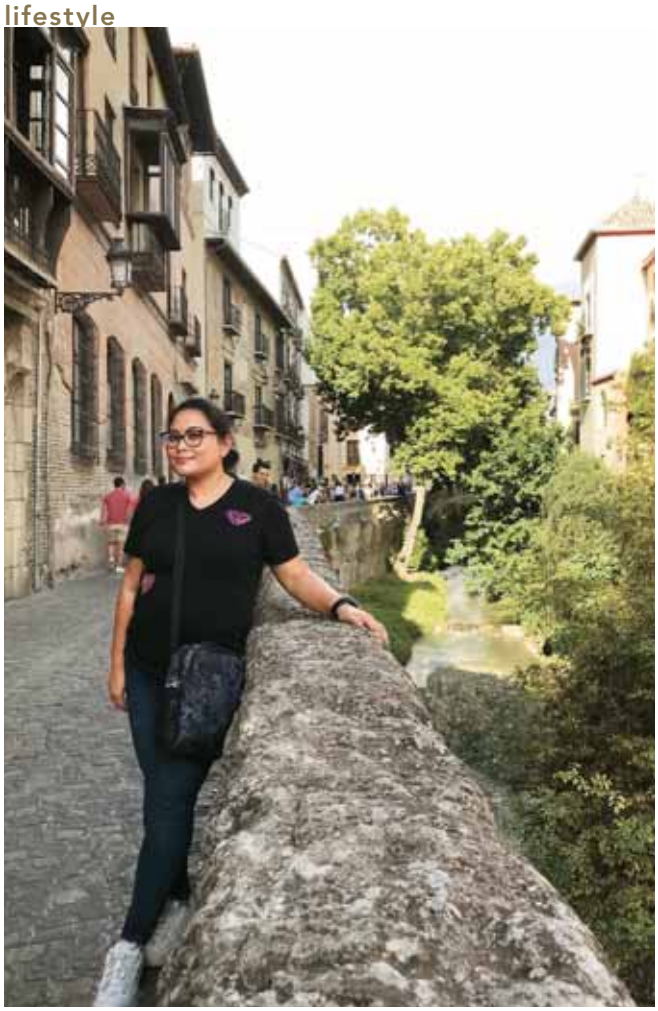
Dari pasar obligasi, sentimen cenderung rendah karena the Fed maupun Bank Indonesia masih diprediksi akan meningkatkan suku bunga acuan sehingga pergerakan instrumen obligasi diprediksi akan cenderung *flat*, namun *opportunity* tetap ada. Salah satu keuntungan berinvestasi pada obligasi adalah inflasi Indonesia yang masih terkendali di level 3.20% pada bulan Agustus dan imbal hasil obligasi pemerintah 10 tahun mencapai 8.20% sehingga imbal hasil efektif yang didapat oleh investor sebesar 5%. Pasar saham dan obligasi akan tetap dihantui oleh ketidakpastian meskipun beberapa dari hal tersebut sudah dilalui, akan tetapi peluang selalu ada di masing-masing instrumen yang sesuai dengan profil risiko Anda.

NO ECHAR BASURA



Bepergian seorang diri boleh jadi menawarkan pengalaman yang lebih istimewa

SOLO TRAVELING, YUK!



Kegiatan jalan-jalan seorang diri tidaklah populer di kalangan *traveler* perempuan di Indonesia. Padahal, menurut **Claudia Kaunang**, *independent traveler* yang telah menulis 16 buku *travel* sekaligus pemilik jasa tur #TripBarengCK, perempuan perlu melakukan *solo traveling* paling tidak sekali setahun. Karena, bagi pemilik perusahaan konsultan PT Manajemen Cinta Kasih yang telah bepergian ke 75 negara ini, ada berbagai manfaat yang datang dari melakukannya.

PERJALANAN MENEMUKAN DIRI SENDIRI

Bagi Claudia, ada dua manfaat besar dari *solo traveling*. Yang pertama adalah dari sisi emosional diri. Pasalnya, saat bepergian sendirian, seorang wanita dapat lebih mengetahui reaksi dirinya saat menghadapi berbagai situasi, misalnya saat harus membuat suatu keputusan ataupun saat sedang menghadapi suatu bahaya. "Kita jadi tahu reaksi kita seperti apa," ujarnya.

Sedangkan manfaat kedua adalah dari sisi pengembangan kreasi. Menurut Claudia, banyak ide dan inspirasi yang muncul di waktu-waktu ia pergi sendirian. Ide-ide dan inspirasi itu biasanya kerap muncul ketika seseorang sedang berada di dalam pesawat ataupun di dalam kereta. Di tempat-tempat dan pada kondisi-kondisi itulah biasanya seorang pejalan dapat banyak berpikir. Bila pergi bersama orang lain, apalagi anak, biasanya waktu senggang akan terisi dengan percakapan atau interaksi dengan orang lain.

Claudia sendiri pertama kali melakukan *solo traveling* saat berusia awal 20-an, yaitu pada awal tahun 2000. Ia pergi ke Singapura selama tiga hari karena merasa harus pergi ke suatu tempat untuk berpikir lebih jernih karena harus menentukan langkah hidup selanjutnya. "Saya merasa saat itu kalau saya ada di Jakarta, saya tidak akan bisa punya *clear vision*, jadi saya pergi *traveling* sendirian," ungkapnya. Karena di sana sendiri, ia merasa lebih bisa leluasa berpikir.

LIKA-LIKU MEMANTAPKAN HATI

Meskipun *solo traveling* merupakan kegiatan yang memiliki sisi-sisi postif, tak bisa dipungkiri, masih banyak

Sumber foto: Shutterstock & Dok. Pribadi Claudia Kaunang

perempuan Indonesia yang urung melakukannya. Menurut pengamatan Claudia, tiga penyebab yang utama adalah rasa takut, rasa ragu, dan ketidakpercayaan diri.

Rasa takut timbul bila saat bepergian terjadi kejadian yang tidak diinginkan, misalnya kehabisan uang, tersesat, dan sebagainya. Saat *solo traveling*, tentunya tidak ada orang yang bisa langsung menolong saat situasi yang tak diinginkan itu terjadi. Sedangkan faktor ketidakpercayaan diri kerap muncul karena yang bersangkutan merasa tidak memiliki ketidakmampuan berbahasa Inggris yang cukup sehingga tidak berani untuk jalan-jalan, terutama ke luar negeri, sendirian.

Faktor lain adalah rasa ragu. Dalam budaya Timur, saat seorang perempuan Indonesia ingin *traveling* sendirian, biasanya ia harus meminta ijin atau restu kepada orang tua atau suami. Saat ijin atau restu tidak 'turun', otomatis timbul rasa ragu di dalam hati. Tak hanya itu, walaupun ijin dan restu sudah ada, kerap kali muncul pula rasa bersalah di dalam hati karena merasa egois pergi bersenang-senang sendiri sementara orangtua, pasangan, atau anak-anaknya tinggal di rumah.

TIPS AMAN & NYAMAN

Bila Anda sudah mantap ingin melakukan *solo traveling,* ada beberapa tips dari Claudia, yaitu:

1. **Cari destinasi yang aman.** "Seberani-beraninya saya, saya selalu memilih destinasi yang bersahabat untuk perempuan," ungkap Claudia.
2. **Ikuti suara hati.** Jangan pernah memaksa diri untuk pergi ke suatu tempat atau lokasi bila seandainya hati masih ragu atau kaki terasa berat untuk melangkah.
3. **Jangan terlalu terlihat seperti turis.** Hindari membuka peta dengan gerakan yang terlalu mencolok. Kalaupun harus membuka aplikasi Google Maps, pastikan suara audio tidak terlalu kencang sehingga terdengar orang di sekitar.
4. **Miliki jadwal yang 'rapi'.** Ketahui dengan jelas tujuan perjalanan, lokasi akomodasi, atau transportasi yang harus dinaiki. " Saya selalu berbekal rencana yang detil, seperti penginapan, rute, biaya, tempat wisata, bahkan sampai nomor telepon Kedutaan Indonesia," ujar Claudia.
5. **Bertanya pada orang yang tepat.** Biasakan bertanya pada resepsionis atau petugas lembaga turisme lokasi mengenai tempat-tempat yang tidak aman atau sebaiknya dihindari oleh perempuan.
6. **Hindari pulang ke hotel setelah gelap.** Claudia selalu membiasakan diri pulang saat *sunset* atau matahari mulai terbenam. "Memang waktu untuk jalan-jalan jadi lebih singkat, tetapi lebih baik *safe* daripada *maksa* pergi malam-malam," ungkapnya.
7. **Selalu *update* informasi ke keluarga atau teman.** Baik mengenai nomor dan jam penerbangan, kereta yang ditumpangi, hingga nama, lokasi, dan nomor kamar hotel. Selain itu, informasikan juga mengenai jadwal kegiatan dan tempat wisata setiap hari.
8. **Fokus, fokus, dan fokus.** Kejahatan terjadi biasanya saat seseorang tidak fokus dengan lingkungan di sekitarnya.

KENYAMANAN SEHARGA MILIARAN

Biaya mahal yang dikeluarkan sebanding dengan kenyamanan yang didapatkan.

Ada banyak cara menikmati hidup, salah satunya yang saat ini semakin digemari oleh semua kalangan adalah *traveling*. Ya, *traveling* atau liburan memang bisa menjadi salah satu sarana relaksasi, setelah setiap hari Anda dihadapkan kepada pekerjaan di kantor. Sebuah studi dari *State University of New York* di Oswego yang melibatkan 12.000 orang berusia antara 35 sampai 57 tahun, menunjukkan bahwa mereka yang liburan setahun sekali memiliki harapan hidup 20% lebih tinggi dari yang tidak liburan. Sementara riset dari perusahaan perjalanan, *Expedia* menunjukkan, 34% orang yang baru pulang dari liburan bekerja lebih efektif daripada yang tidak pernah sama sekali.

Dengan beberapa studi itu, liburan bukan lagi dianggap sebagai sampingan, tetapi juga kebutuhan. Dan khusus bagi mereka yang berkantong tebal, menghabiskan banyak uang untuk berlibur menjadi hal yang biasa. Karena mereka mengganggap biaya mahal yang dikeluarkan akan sebanding dengan kenyamanan yang didapatkan. Liburan mewah mulai dari puluhan juta hingga miliaran rupiah per malam pun bisa dibeli, mulai dari ekspedisi ke Antartika hingga berlibur di pulau terpencil.

Berikut enam kenyamanan yang bisa Anda dapatkan dengan merogoh dompet ratusan juta hingga miliaran:

WHITE DESERT "PERJALANAN TERHEBAT" KE ANTARTIKA

Bagi mereka yang menginginkan liburan mewah, tetapi tidak memiliki banyak waktu mungkin bisa mengunjungi White Desert. Liburan ini menawarkan perjalanan satu hari ke Antartika. Perjalanan dimulai dari Cape Town, Afrika. Tamu menaiki jet pribadi Gulfstream untuk berangkat ke benua es. Wisatawan memiliki sekitar delapan jam untuk menjelajah, lalu diakhiri dengan makan malam mewah. Seluruh perjalanan yang berlangsung kurang dari 24 jam tersebut harus dibayar sebesar US$195.000 atau setara dengan Rp 2,7 miliar.

CHALET ZERMATT PEAK DI ZERMATT, SWISS

Setelah melakukan petualangan dengan bermain ski untuk menyusuri lereng-lereng gunung, Chalet Zermat menjadi pelarian yang tepat untuk berisitirahat bagi para wisatawan kelas atas. Berbagai fasilitas mewah tersedia, mulai dari restoran mewah berbintang Michelin yang siap menyiapkan makanan terbaik. Tempat ini juga memiliki dua layanan pijat di kamar setiap hari. Untuk tinggal selama seminggu bersama 13 teman di tempat ini, Anda harus merogoh kocek mulai sekitar US$57.000 atau setara dengan Rp 741 juta hingga US$191.000, atau setara dengan Rp 2,6 miliar, tergantung musim.

foto: 123RF, shutterstock

THINGS TO PACK!

Kenyamanan *traveling* Anda semakin sempurna dengan beberapa perlengkapan yang Anda harus bawa ini:

1. Koper Rimowa
Koper ini digandrungi para pelancong sosialita atau pelaku bisnis yang gemar terbang dari satu negara ke negara lain. Rimowa tercipta dari polikarbonar—bahan yang sama digunakan untuk membuat jendela pesawat. Kiprah koper ini kesohor di lingkungan para penikmat jalan-jalan selama lebih dari 150 tahun. Harganya mulai Rp 14 jutaan, bahkan ada yang sampai miliaran.

2. Leica SL (Typ 601)
Abadikan perjalanan Anda dengan kamera *mirrorless interchangeable lens* dengan sensor *full frame* 24 megapixel ini. Bodinya kokoh karena terbuat dari blok aluminum, dengan bobot 847 gram. Menemani sensor 24 megapixelnya itu, ada prosesor gambar maestro II milik Leica.

3. Sennheiser Orpheus HE 1
Headphone jadi sahabat terbaik ketika Anda *traveling*. Dengan *playlist* yang sudah tertata rapi di *smartphone*, kegiatan menunggu jadwal penerbangan atau aktivitas *long haul* jadi tak terasa. Anda bisa mencoba memakai Sennheiser Orpheus HE 1. Komponen *headphone* ini terdiri dari platinum dan marmer Italy Carrara. Untuk bantalan telinganya dibuat dari kulit, sehingga sangat empuk ketika dipakai.

4. Trtl Soft Pillow
Sekilas tidak kelihatan kalau ini bantal leher, karena desainnya sangat *stylish*. Sesuai namanya, Trtl (dibaca turtle) Soft Pillow, bantal ini terbuat dari materi yang sangat halus dan lembut. Dari keterangan di situs Trtl, bantal ini sudah teruji secara ilmiah bisa membantu kualitas tidur saat *traveling*. Leher Anda akan tertopang dengan baik sehingga tak cepat lelah.

ROYAL PENTHOUSE SUITE AT PRESIDENT WILSON HOTEL DI JENEWA

Hotel eksklusif ini sering diakui sebagai tempat termahal di dunia dan terbesar di Eropa. Untuk menginap di sini siapkan dana US$80.000 atau setara Rp 1,04 miliar per malam. Para tamu yang menginap di sini akan memiliki akses ke 12 kamar seluas lebih dari 5.500 meter persegi. Namun fitur utama dari suite ini adalah pemandangan Alpen dari Lac Leman di balkon kamar.

NECKER ISLAND

Pulau pribadi di Kepulauan Virgin, Inggris memiliki beragam satwa liar dan berbagai aktivitas air seperti *scuba*, ski air,

LEFT TO RIGHT - CLOCKWISE:
ROYAL PENTHOUSE SUITE AT PRESIDENT WILSON HOTEL JENEWA, WHITE DESERT ANTARTIKA, ALANG-ALANG CHATEAU, NECKER ISLAND.

atau berlayar. Tempat yang pernah disinggahi oleh **Richard Branson** dan **Barack Obama** itu memiliki tarif mulai dari US$80.000 atau setara dengan Rp 1,04 miliar per malam yang bisa menampung hingga 34 tamu.

ALANG ALANG CHATEAU DI CANNES, PRANCIS

Alang Alang Chateau yang berada di Cannes Prancis ini merupakan pelarian mewah bagi Anda dan 15 teman dekat Anda. Villa itu dilengkapi dengan kolam renang indah dengan staf yang ramah. Tetapi mungkin fitur yang paling mengesankan adalah tengkorak dinosaurus yang berada di ruang tamu. Untuk menginap di vila ini, siapkan dana sekitar US$41.000 atau setara dengan Rp 533 juta per malam.

WHAT TO SHOP!

Jika Anda berniat membawa oleh-oleh dari liburan di luar negeri pastikan Anda tahu apa yang menjadi khas atau istimewa negara tersebut. Berikut beberapa pilihan oleh-oleh dari beragam negara di dunia:

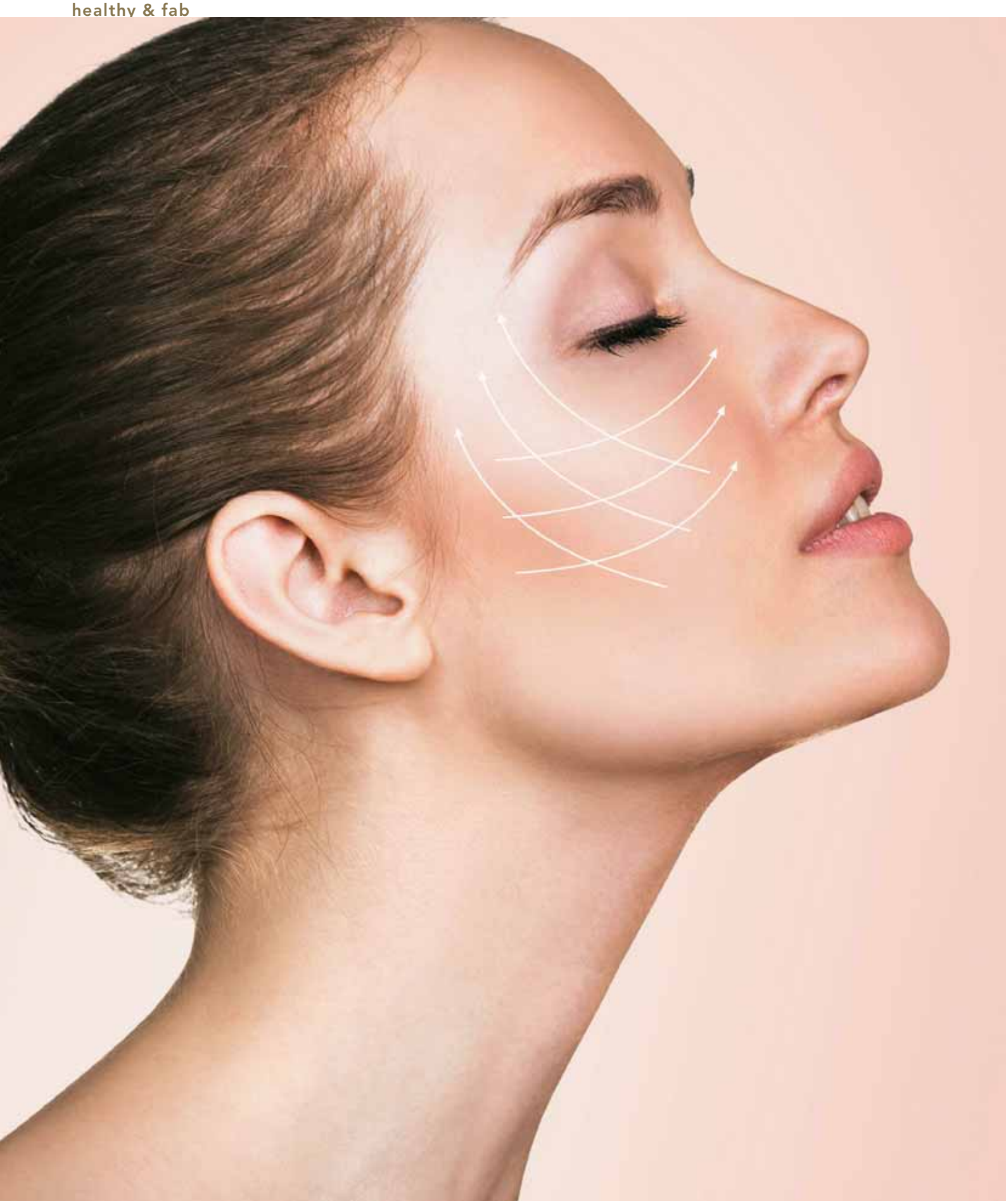
JEPANG: ELEKTRONIK
Jepang dikenal untuk barang elektroniknya. Beberapa barang elektronik lebih murah di sini, tapi itu bukan satu-satunya alasan untuk membeli elektronik di Jepang. Di sana ada banyak produk-produk inovatif dan terkadang unik untuk dibawa pulang ke rumah. Tempat terbaik untuk membeli elektronik, dari kamera dan TV sampai penanak nasi, adalah di distrik Akihabara, Tokyo.

MAROKO: KERAMIK
Mangkuk keramik berwarna-warni yang dilukis dengan tangan adalah hadiah yang indah dan unik untuk dibawa pulang dari Maroko. Potongan dekoratif sering dicat tangan dengan motif bunga dan geometris yang rumit. Kota-kota pusat kerajinan keramik adalah Safi dan Fez.

BELANDA: KEJU
Keju adalah hadiah yang sempurna untuk dibawa dari Belanda. Ada banyak varietas keju yang berbeda tersedia di toko-toko. Anda bisa datang ke Reypenaer untuk mencicipi keju dari semua jenis yang berkualitas untuk oleh-oleh.

ARGENTINA: BARANG KULIT
Argentina terkenal dengan produk kulit. Ini membuat negara di Amerika Selatan tersebut menjadi tempat yang sempurna untuk membawa pulang sepasang sarung tangan kulit, sepatu kulit, atau dompet kulit. Negara ini memiliki banyak butik kecil di mana Anda dapat membeli barang-barang kulit berkualitas.

CHINA: TEKO TEH
Sesuatu yang berkaitan dengan teh akan menjadi suvenir yang bagus dari China. Teko teh atau cangkir teh yang dicat akan menjadi kenang-kenangan yang indah atau perabot untuk dipakai di rumah.



SERBA-SERBI KOLAGEN

UNTUK KESEHATAN DAN KECANTIKAN

Benarkah komponen yang sedang laku keras ini memiliki sederet manfaat?

Produk kosmetik, perawatan tubuh, hingga suplemen berlomba-lomba menawarkan janji surga: kulit, rambut, serta tubuh yang lebih remaja dan bugar. Kandungan kolagen diklaim sebagai terobosan terbaik yang mampu melawan penuaan. Ya, tren kolagen pada produk kecantikan dan kesehatan memang sedang digemari. Sebelum ikut mencoba, Anda perlu mencari tahu seluk-beluk seputar kolagen, manfaatnya, serta bagaimana memilih produk yang tepat.

KOLAGEN: FAKTA DAN TRIVIA

• Kolagen bukan sejenis ramuan, melainkan salah satu protein yang ada dan diproduksi di dalam tubuh manusia serta makhluk hidup lainnya, terutama mamalia.

• Kolagen merupakan protein berserat yang paling banyak ditemukan di dalam tubuh mamalia. Jumlahnya sekitar 30 persen dari total protein dalam tubuh. Kolagen sendiri ada berbagai tipe, dan yang paling banyak ditemukan dalam tubuh manusia adalah tipe I.

• Kata kolagen diambil dari bahasa Yunani kuno, *kola* dan *genes* yang artinya perekat dan pembentuk. Ya, kolagen inilah yang menyatukan dan membentuk berbagai jaringan di dalam tubuh, termasuk tulang, kulit, gigi, sendi, otot, kornea, dan lainnya.

• Fungsi kolagen beragam, sesuai dengan kebutuhan jaringan tubuh. Misalnya, ada bagian yang butuh elastisitas adapula yang butuh struktur kokoh dan kuat. Nah, dengan beragam fungsi tersebut kolagen membantu menjaga elastisitas kulit, memperkuat tulang dan gigi, mengencangkan otot, urat, dan ligamen (jaringan yang mengubungkan tulang). Kolagen juga menjaga kesehatan rambut, kuku, serta memberikan banyak manfaat bagi tubuh.

• Seiring bertambahnya usia manusia, produksi kolagen menurun. Padahal, kolagen jelas diperlukan untuk tubuh. Akibatnya antara lain, kekencangan kulit menurun, begitu pula kekuatan tulang dan otot dalam tubuh.

• Selain faktor usia, gaya hidup tidak sehat juga berpengaruh. Stres, nutrisi yang tidak baik, kurang asupan gizi, berperan menurunkan produksi kolagen tubuh.

• Untuk membentuk kolagen, tubuh membutuhkan antara lain asupan vitamin C serta asam amino. Keduanya bisa Anda peroleh antara lain dengan mengonsumsi makanan sehat seperti buah-buahan, telur, ikan, susu, dan lainnya. Nah, asupan makanan yang tepat serta pola hidup sehat dapat mendorong tubuh memproduksi kolagen.

MEMILIH PRODUK KOLAGEN YANG TEPAT

Secara umum, produk yang mengandung kolagen aman dikonsumsi dan diaplikasikan ke tubuh. Namun, yang harus diperhatikan jika Anda ingin mengonsumsinya adalah:

1. Cek produknya. Produk resmi dengan sertifikat BPOM (Badan Pengawas Obat dan Makanan) relatif lebih aman dikonsumsi.

2. Perhatikan juga hal lain yang sesuai dengan kebutuhan anda, seperti status halal atau apakah produk tersebut *vegan*.

3. Sebagai konsumen yang cerdas, jangan langsung termakan promosi, apalagi yang menjanjikan hasil yang bombastis. Ingat bahwa secara medis, belum ada pembuktian bahwa produk kolagen dan semacamnya dapat berfungsi seperti kolagen natural yang membuat kulit elastis, menyehatkan rambut, menguatkan tulang, dan lain sebagainya.

4. Untuk konsumsi suplemen kolagen, sebaiknya konsultasikan dengan dokter.

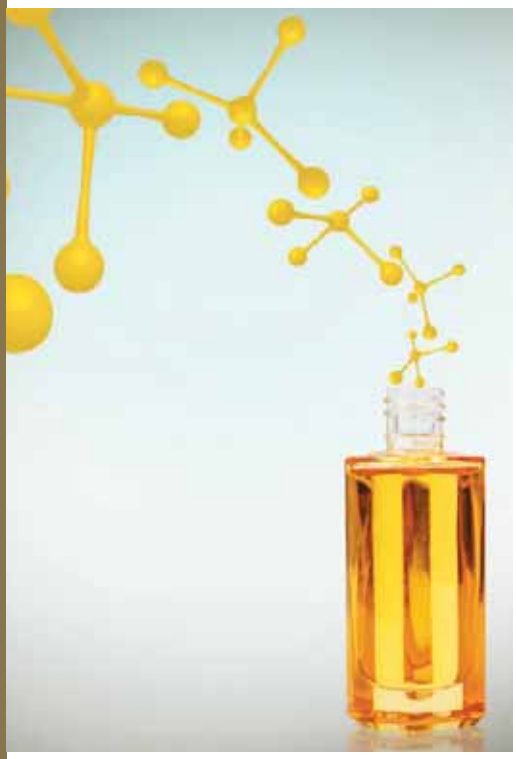
5. Menjaga asupan makanan serta menerapkan pola hidup sehat jauh lebih penting dan bermanfaat ketimbang konsumsi suplemen atau kosmetik kolagen.

6. Sebaiknya konsumsi sumber diet bergizi tinggi yang kaya kolagen serta protein lainnya, seperti sayuran berdaun hijau, ikan, daging sapi, dan dada ayam.

KOSMETIK DAN SUPLEMEN KOLAGEN, EFEKTIFKAH?

Menyadari pentingnya kolagen bagi kesehatan tubuh dan kecantikan, kini banyak bermunculan produk suplemen kolagen serta kosmetik/ *skincare* yang diklaim mengandung kolagen. Pertanyaannya adalah apakah dengan mengonsumasi suplemen, otomatis kolagen dalam tubuh akan meningkat?

Seperti yang dikutip dari berbagai jurnal kesehatan, **NicoleOsinga, RD** ahli pangan dan gizi dari Kanada menyebutkan bahwa kolagen diproduksi secara alami oleh tubuh, maka kebanyakan orang sebenarnya tidak memerlukan suplemen kolagen atau produk sejenisnya. Namun, jika kadar kolagen seseorang sangat rendah, ia bisa menambahkan suplemen kolagen.



Nah, suplemen tersebut tidak serta-merta menambah kadar kolagen tubuh sehingga dapat langsung menguatkan tulang kuat dan memperindah kulit. Intinya, suplemen tersebut ada kemungkinan diserap menjadi asam amino.

Bagaimana dengan *skincare* atau kosmetik dengan kolagen yang disebut-sebut dapat menghilangkan kerut wajah, mengencangkan kulit, serta mencegah kerontokan rambut dan uban? Hal tersebut salah kaprah sebab secara medis belum ada bukti kuat bahwa pemakaian kolagen, terutama dari luar tubuh seperti dengan *cream*, meningkatkan kadar kolagen. Mungkin saja produk tersebut dapat memberi manfaat, namun khasiatnya tidak signifikan, seperti klaim dapat menghilangkan kerutan dan membuat kulit elastis.

Sebaliknya, seperti yang disebutkan di atas, mengonsumsi makanan bernutrisi serta menerapkan pola hidup sehat dapat membantu pembentukan kolagen.

Foto: 123RF

Alam Sutera
RESIDENTIAL & LIFESTYLE COMMUNITY
LLOYD
Signature
LOW-RISE APARTMENT
WITH 70% OPEN SPACE
PARKING LOT (1:1)
INDOOR - OUTDOOR GYM
STRATEGIC LOCATION
SMART ACCESS
CHILDREN PLAYGROUND & BBQ AREAS
1K JOGGING TRACK, BASKETBALL COURT
DIRECT ACCESS TO INNER COURT & SWIMMING POOL
SCAN FOR LOCATION
(021) 3110-3838 | 0813 1777 3838
www.alam-sutera.com
@alam_sutera_realty
Alam Sutera Realty
@alamsuterainfo
Alam Sutera

PARA PEJUANG KAIN NUSANTARA

Mereka berjuang tanpa lelah agar kain-kain Indonesia tetap lestari.

Ada banyak cara untuk berbakti bagi negeri, salah satunya dengan melestarikan kekayaan budaya berupa kain Nusantara. Upaya empat pejuang kain Nusantara berikut ini rasanya patut kita apresiasi.

TORANG SITORUS

Bagi orang Batak, ulos adalah kain yang penting. Tapi sayang, ulos buatan tangan kini rawan punah karena jumlah penenun yang kian langka. Prihatin akan hal itu, Torang Sitorus giat melestarikan ulos.

Kecintaan yang mendalam pada kain ulos telah terbentuk dalam diri Torang sejak kecil. Hidupnya dekat dengan ulos adat karena neneknya seorang penenun, ayahnya seorang tokoh adat, dan ibunya pengoleksi ulos. Di luar itu, Torang mengagumi cara ulos dibuat karena menggunakan teknik yang kuno. Bila pada tenun lainnya proses *hani* (ikat) langsung dilanjutkan dengan proses gambar dan penenunan, maka pembuatan ulos setingkat lebih rumit. "Setelah di-*hani*, harus dikombinasi lagi dengan benang lain sebelum ditenun. Jadi, dua kali proses," jelas Torang.

Perbedaan kedua terletak pada alat yang digunakan. Pada tenun lain, proses *manjungkit* (mengait) menggunakan lidi, sedangkan ulos tidak. "Proses *manjungkit* dilakukan tanpa alat bantu sehingga penenun harus melakukan penghitungan secara matematis," ungkapnya.

Menyadari kerumitan pembuatan ulos yang membutuhkan kesabaran dan komitmen yang tinggi, Torang membina beberapa kampung tenun dan membantu mendatangkan bahan-bahan baku yang berkualitas -seperti benang dan sutra- dari luar negeri.

Salah satu upaya yang sedang dikerjakannya saat ini bersama Gerakan Warna Alami Indonesia (Warlami) adalah pengembangan warna Toba. Pasalnya, bahan untuk pewarnaan alam dari tanaman di gunung-gunung di daerah Toba sangat melimpah, terutama sumber warna indigo. Bersama-sama mereka menggali kembali ilmu pewarnaan alam itu supaya ulos-ulos dengan warna indigo alami tersebut dapat kembali muncul.

Lima tahun lalu, Torang juga membuka sebuah museum mini di rumahnya di Jl. Sultan Hasanuddin No. 28, Kota Medan. Di sana ia memamerkan 3.000 lembar ulos Batak Toba, termasuk ulos yang berusia lebih dari 100 tahun serta ulos-ulos baru hasil karya penenun-penenun binaannya. Torang juga membentuk Sumatera Loom Gallery untuk membina anak-anak muda yang ingin menjadi penenun ulos dengan cara-cara tradisional.

Tak hanya menjadi mentor dari segi teknik, di sana Torang juga memberikan pembinaan dari segi manajemen keuangan dan loyalitas kepada para penenun. "Salah satu upaya tersulit adalah perjuangan mengubah *mindset* mereka," jelasnya. "Mereka harus lebih dulu menghargai diri dan menyadari bahwa mereka adalah seorang *artist* atau seniman, bukan sekedar pekerja," ungkap Torang.

Meski butuh waktu, metode itu berhasil sehingga anggota Sumatera Loom Gallery pun bertambah menjadi 50 orang. Suatu hal yang menggembirakan mengingat salah satu masalah terbesar yang dihadapi industri ulos Batak adalah minimnya jumlah penenun, terutama dari generasi muda, karena adanya persepsi profesi tersebut tak dapat diandalkan sebagai sumber mata pencaharian.

Torang tidak sendirian dalam perjuangannya. Ia mengaku, banyak sekali pihak yang membantunya sehingga dapat memperkenalkan ulos lewat berbagai acara *fashion* dan seminar, di Indonesia maupun mancanegara. Ia berharap di masa depan, seniman-seniman ulos Batak bisa lebih sejahtera, lebih berdaya, dan lepas dari jeratan *ijon* atau tengkulak. Ia juga merindukan kehadiran satu museum ulos Batak di Indonesia. "Jenis ulos Batak sangat banyak, harus ada satu tempat dimana penenun bisa melihat kain atau motif masa lalu sehingga dapat menciptakannya kembali di masa sekarang," harap Torang.

KORNELIS NDAPAKAMANG

Di Timur Indonesia, Kornelis Ndapakamang juga terpanggil untuk melestarikan tenun ikat Sumba Timur, khususnya tenun ikat yang berpewarna alami. Perjuangannya dimulai sejak 1994 karena ia melihat beberapa daerah telah melupakan tradisi pembuatan tenun dengan pewarna alam.

Fokus utama pekerjaan Kornelis ada tiga, yaitu mengajak penenun dan masyarakat untuk tetap konsisten dengan pewarnaan alami, mempertahankan motif lokal, dan mendorong inovasi dari segi ukuran dan ketebalan kain tenun untuk memenuhi permintaan dari luar.

Untuk mendukung misinya, Kornelis membentuk kelompok tenun ikat Paluanda Lama Hamu di Praikundu, Lambanapu, Waingapu, Sumba Timur. Tempat itu memproduksi kain tenun ikat warna alami dalam berbagai warna dan ukuran. Paluanda Lama Hamu menjadi wadah untuk anggotanya saling berbagi pengetahuan dan berbagi tugas sesuai keahlian. Beberapa kali pula sanggar Paluanda Lama Hamu menjadi tempat studi, baik dari dalam maupun luar negeri.

Di kelompok itu, Kornelis mengambil peran sebagai pendesain motif dan warna. Namun di luar kelompok, ia bersama timnya juga terus menyebarkan pengetahuan mengenai pewarna alami di berbagai acara, pameran, dan bekerja sama dengan berbagai komunitas, seperti Warlami, Yayasan Sekar Kawung, dan Thread of Bali.

Konsistensi penenun untuk menggunakan pewarna alami dari daun indigo, kayu kuning, daun dan kayu pohon mahoni, serta kulit kayu pohon bakau sangat penting karena sangat ramah lingkungan dan tidak akan menimbulkan pencemaran lingkungan. Lebih lanjut, Kornelis mengungkapkan bahwa kain tenun merupakan hubungan alam dan manusia, dimana manusia wajib menjaga keseimbangan alam dalam menggunakan warna alam. "Budi daya dan pemeliharaan tumbuhan pewarna alami juga tidak sulit," ungkapnya.

Kain tenun yang dibuat dengan pewarnaan alami juga lebih diminati kolektor dan pencinta tenun. Sebagai contoh, harga sehelai kain berusia tua bisa mencapai 25 juta hingga ratusan juta rupiah, sedangkan produksi baru harganya berkisar antara 250 ribu hingga 15 juta rupiah. Selain warna, faktor ukuran kain, kerumitan motif, jenis benang, dan kualitas tenunan juga berpengaruh terhadap harga.

Lebih dari dua puluh tahun berjuang, saat ini upaya Kornelis mulai menuai hasil. Kini kian banyak penenun yang memakai pewarna alami juga konsumen yang berburu tenun berpewarna alami. Harga tenun juga semakin membaik sehingga kesejahteraan para perajin daerah ikut meningkat.

ALFONSA HORENG

Pejuang kain dari Flores ini awalnya prihatin karena delapan teknik tenun asli Flores telah punah. Untuk itu ia mendirikan sanggar Lepo Lorun untuk memberdayakan penenun di Maumere dan sekitarnya. Di sana ia memberikan *workshop* untuk anak-anak muda setempat, turis lokal, dan turis asing. Hingga kini, ia telah melanglang buana ke 32 negara untuk memperkenalkan tenun ikat Flores kepada dunia.

ZAINAL ARIFIN

Putra asli Palembang ini tak hanya piawai menenun dan merancang motif, tetapi telah lebih dari 20 tahun berkomitmen mempertahankan eksistensi motif songket Palembang agar terhindar dari kepunahan. Zainal bekerjasama dengan 80 penenun songket di Palembang dan juga membuka gerai di Jl. Ki Gede Ing Suro, Palembang, dimana para turis bisa melihat langsung cara pembuatan kain songket buatan tangan.

Sumber foto: Dok. Gayuh, Kornelis, www.australiaawardsindonesia.org, Instagram @zainalsongketofficial

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan penawaran spesial*
bagi nasabah mandiri prioritas

Nikmati potongan harga, *upgrade* kamar dari tipe kelas A menjadi Single Signature di rumah sakit Mount Elizabeth Novena di Singapura, dan transportasi gratis dari dan ke Bandara Changi Singapura bagi pemegang kartu mandiri debit prioritas & private. Berlaku hingga 31 Desember 2019.

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

Saatnya sehat, saatnya mandiri.

*Syarat dan ketentuan berlaku

mandiri call 14000

MAHAKARYA **DARI MASA LALU** MENAKLUKKAN HATI SELEBRITI

Pesona mobil-mobil klasik convertible teramat sulit dielakkan.

Sukses dalam karier bikin para selebriti mudah saja menggelontorkan pundi-pundi penghasilannya untuk mobil *sport* terkini. Maka rasanya menyenangkan ketika ada pesohor yang juga tertarik buat menunggangi mobil klasik. Pilihan kepada model *convertibel* yang eksotis juga mencerminkan selera mereka. *Nice one!*

MOBIL LAMA KELUARGA MASIH TERLIHAT GAYA

Posisi puncak dalam daftar aktor berpenghasilan terbesar sedunia tahun 2018 yang dirilis oleh Forbes diduduki oleh **George Clooney**. Namun tiga tahun sebelumnya, pemeran Danny Ocean ini kedapatan meminjam mobil ayahnya buat *hangout*.

Tentu saja bukan karena ia sedang bokek. Aktor 57 tahun ini memang dikenal menggemari otomotif. Di garasinya sudah terparkir Porsche Carrera, sebuah Lexus berwarna abu-abu, mobil elektrik Tango 600, serta beragam sepeda motor. Tapi siapa yang sanggup menahan godaan **Chevrolet Corvette V8 C1** keluaran tahun 1958?

Mobil keluarga Clooney tersebut dibeli oleh ayahnya, Nick, dalam keadaan baru ketika ia masih menjadi seorang penyiar berita. Setelah sekian lama, mobil konvertibel berwarna merah itu masih saja mulus dan terlihat mengagumkan.

Dalam kondisi sempurna, nilai Chevrolet Corvette V8 C1 dapat mencapai US$ 85.000. Cukup setimpal mengingat kelangkaannya dan amat diminati oleh para pecinta otomotif, terutama penggemar mobil-mobil *vintage*.

Saat dirilis lebih dari setengah abad silam, penampilan Chevrolet Corvette V8 C1 begitu trendi. Sentuhan krom pada eksterior, *headlamp* ganda, panel putih pada sisi kendaraan, dan cat merah mengilap menjadikannya ikon untuk urusan gaya. Jangan lupakan pula 'jalur-jalur' penghias bonet dan ban dilapisi *white wall* yang menambah istimewa tampilan Corvette yang satu ini.

Berdasarkan konfigurasi mesinnya, Chevrolet Corvette

V8 C1 mampu menjangkau kecepatan 116 mph. Tapi George tertangkap kamera saat mengemudikannya dengan santai di kawasan Studio City, Los Angeles, selepas santap malam bersama temannya di Kazu Sushi.

Dirinya pun membiarkan atap Chevrolet Corvette V8 C1 terbuka. Ia membukanya secara manual menggunakan tangan – pada masa mobil ini dirilis, belum ada pembuka atap otomatis. Cara klasik buat tampil *stylish*.

MASIH FULL ORIGINAL

Menjelang Grand Prix Formula 1 Spanyol tahun 2015, **Lewis Hamilton** sedikit mengendurkan *pressure* dengan berkeliling Los Angeles. Ia mengajak saudara laki-lakinya, Nicholas, mengendarai **Shelby Cobra 427** keluaran tahun 1966.

Lewis sempat mengunggah momen tersebut ke Instagram dan memberi *caption*, "*Cruising around with my bro in my 1966 all original 427 Shelby Cobra, after a great weekend in LA! Heading to Santa Monica!* #HamBros #SunnyCalifornia #TeamLH."

Mobil ikonik ini tak banyak diproduksi, jadi setiap unitnya amat berharga. Dan mulai dari penampilan hingga raungan mesinnya bikin para penggemar berat otomotif, terutama *muscle car*, tergila-gila.

Terlebih yang tiap elemen mobilnya masih original. "Begitu melihat mobil ini, saya menghubungi Carroll

Shelby untuk mengeceknya. Menurutnya, mobil ini salah satu yang terbaik. Sudah lama ia tak melihat yang seperti ini, seluruhnya original," tutur Lewis kepada *The Sunday Times Driving* pertengahan tahun ini. Sebulan setelah Lewis membeli mobil tersebut, Carroll Shelby, sang pendiri Shelby American Inc., meninggal dunia.

Di garasinya, pembalap asal Inggris ini juga memiliki Shelby Cobra tipe yang sama namun keluaran tahun '67. Mobil yang disebut belakangan ini diakuinya lebih sering ia gunakan, karena sayang dengan Shelby Cobra miliknya yang pertama. "Saya ingin Shelby Cobra 427 yang tahun '66 tetap sempurna kondisinya," Lewis mengungkapkan alasannya.

Shelby Cobra 427 menjadi salah satu mobil Ford yang paling langka dan berharga. *Grill* yang besar selain membedakannya dengan mobil-mobil kebanyakan, juga membuatnya tampak lebih mengintimidasi, serta mengundang tumpukan uang setiap kali muncul di ajang lelang. Harganya dapat mencapai sekitar 1,5 juta dolar AS.

Selepas menunggah foto tersebut, juara dunia F1 lima kali tersebut dikabarkan akan mengikuti Gumball 3000. Ajang reli tersebut terkenal akan mobil-mobil eksentriknya. Namun tak sedikit yang mencibir bahwa gelaran itu tak ubahnya sirkus, dengan para pesertanya yang saling pamer *tuning* pada mobil mewahnya masing-masing.

Benar Lewis kemudian turun di reli Gumball 3000. Tapi, ia mengendarai Koenigsegg Agera HH. Mobil seperti Shelby Cobra 427 memang layak menerima perlakuan istimewa sekaligus respek.

TUNGGANGAN KELUARGA KERAJAAN MUSIK

Sebagai seorang ratu R&B dan hip-hop, tentu akan ringan saja bagi **Beyoncé** untuk memiliki mobil berbandrol glamor. Namun, tanpa merogoh rekening banknya sama sakali, sebuah mobil klasik **Rolls-Royce Silver Cloud Convertible II** keluaran tahun 1959 menghampiri garasinya.

Sang suami lah, si raja rap Jay-Z, yang manghadiahkannya saat Beyoncé memperingati ulang tahunnya yang ke-25 pada tahun 2006 silam. Gosipnya, mobil tersebut diantarkan kepada wanita kelahiran Houston tersebut dengan pesan tertulis, "*Reserved for Mrs. Carter.*" Ya, Carter adalah nama asli Jay-Z, Shawn Corey Carter lengkapnya.

Berbekal mesin 6,2 L dan kemampuan untuk mencapai kecepatan 60 mph dari posisi diam dalam waktu 10,9 detik, menjadikan Rolls-Royce Silver Cloud Convertible II salah satu mobil *vintage* yang paling didamba sedunia.

Interiornya yang dibalut kulit berwarna biru tampil selaras dengan eksterior mobil yang yang nampak kebiruan. Biru langit lebih tepatnya. Ditambah, *soft top* biru dongker yang pastinya dapat dibuka-tutup. Sementara, ban dengan *white wall* ibarat sebuah *fashion statement* dari mobil-mobil *vintage*.

Sang *Queen B* tertangkap kamera tengah mengemudikannya bersama suami yang duduk di sampingnya. Di kursi belakang, ada dua orang mengapit putri mereka, Blue Ivy, yang duduk nyaman di *car seat*-nya. Mereka dalam perjalanan kembali ke kota setelah kunjungan singkat ke Hamptons.

Di lain waktu, Beyonce juga terlihat mengemudikan mobil seharga 1 juta dolar AS tersebut di New York City. Dan tak ketinggalan, mengunggah foto bersama Rolls-Royce Silver Cloud Convertible II miliknya itu ke akun Instagram-nya.

KEPRAKTISAN JERMAN DALAM KEINDAHAN DESAIN ITALIA

Tahun 2014 silam eks aktor Dawson's Creek, **Joshua Jackson**, menggandeng **Diane Kruger** melangkah masuk

ke sebuah restoran Italia bernama Medeo di Los Angeles. Diane mengenakan *dress* bergaya tahun '60-an.

Namun bukan gaun *vintage* Diane yang mencuri perhatian malam itu. Melainkan, **Volkswagen Karmann Ghia** *convertible* yang membawa mereka berdua. Klasik dan warnanya oranye cerah.VW Karmann Ghia merupakan perpaduan harmonis antara mobil rakyat kreasi Jerman yang praktis dan tangguh dengan mobil *sport* khas Italia yang berdesain amat indah.

Tak diketahui mobil milik Josh ini tepatnya keluaran tahun berapa. Namun yang jelas, VW Karmann Ghia *convertible* diproduksi selama rentang tahun 1954 – 74. Kala itu Volkswagen mengikat kontrak dengan Karmann, sebuah rumah karoseri ternama asal Jerman.

VW menginginkan mobil *coupe* dan *convertible* berbasis rangka dan komponen milik VW Beetle, namun dengan desain bodi baru yang lebih segar. Untuk mewujudkannya, Wilhelm Karmann Jr. sang pemilik Karmann menjalin kerja sama dengan Luigi Segre dari rumah karoseri Carozzeria Ghia yang berbasis di kota Turin, Italia.

Karya-karya Ghia sendiri sudah terkenal keindahnya pada mobil Fiat, Alfa Romeo, dan Lancia. Maka lahirlah mobil *coupe* garapan Karmann Ghia pada 1955. Volkswagen Karmann Ghia segera mencetak sensasi di seluruh dunia berkat tercapainya misi: memadukan kepraktisan mobil rakyat dengan desain eksotis khas Italia.

Pabrikan otomotif Jerman itu juga tambah gembira mengingat secara bisnis permintaan kepada mobil ini jauh melebihi persediaan. Dua tahun berselang, versi *convertible* melakukan debutnya.

Sebelum terlupa, pasangan kekasih yang tak lagi bersama ini pernah pula tertangkap kamera dengan mobil ini ketika *shopping* di Beverly Drive. Volkswagen Karmann Ghia tampak memberi sentuhan glamor, meski saat itu mereka tampil dengan *outfit* kasual.

KARYA PERTAMA FERRY PORSCHE

Musik Maroon V boleh saja terdengar trendi hingga kini. Tapi untuk urusan otomotif, sang vokalis **Adam Levine** menyimpan kesukaan akan kendaraan *vintage*. Saat belum menikah dengan Behati Prinsloo, pada 2014 silam. Adam tertangkap kamera tengah mengendarai **Porsche 356A** *convertible* bersama tunangannya itu.

Lini 356 merupakan model pertama yang diproduksi oleh Ferdinand Porsche, pendiri Porsche. Pria yang akrab disapa Ferry ini mengungkapan, "Awalnya saya melihat sekeliling, dan tidak menemukan mobil yang saya impikan. Jadi saya memutuskan untuk membuatnya sendiri." Perkataan Ferry itu dianggap sebagai cikal bakal ide mobil *sport* unik yang kemudian direalisasikan pada tahun 1948 dengan nama Porsche 356.

Awalnya tipe 356 ini dikenal sebagai Gmund *coupe*. Sebutan tersebut berasal rumah produksi Porsche saat itu yang berlokasi di Gmund. Ada yang mengatakan bahwa rumah produksi yang dimaksud merupakan sebuah garasi kecil, sementara sumber lain mengatakan sejatinya itu berupa lumbung gandum. Namun kemudian perusahaan pindah ke Stuttgart.

Porsche 356A *convertible* hitam milik Adam Levine mengusung mesin *flat-four* 1.5L DOHC yang memproduksi tenaga sekitar 120 hp. Tapi rasanya yang lebih penting adalah ada orang seperti Adam yang merestorasi dan merawat Porsche 356A *convertible* tetap mulus, juga terhindar dari kepunahan.

MENAMBAH MAKNA DENGAN ELEMEN ANTIK

Mendekor ruang tinggal dengan sentuhan mahakarya masa lalu menjadikan rumah Anda tak sekedar tempat bernaung dan beraktivitas, tetapi juga sebagai ruang yang membawa kita menembus batas waktu.

MENEMUKAN DIRI DARI MASA LALU

"Saya rasa kita perlu memberi makna bersama dahulu pada istilah 'barang antik' – sebab, konotasi kata ini sering rancu," perbincangan mengenai penggunaan elemen masa lalu pada ruang kekinian membawa kami pada **Herman Tandijo**, pemilik Galeri JogloNingrat di Surakarta. Beliau juga salah satu penggiat pemakaian elemen interior antik dalam ruang tinggal.

Menurutnya, hanya elemen yang telah berusia di atas 100 tahun yang dapat 'sah' dikategorikan barang antik. "Kalau hanya mengacu pada motif atau model saja tidak tepat kalau dikategorikan antik. Dan kalau di bawah 100 tahun, itu namanya barang *vintage* –jadi, dibutuhkan penilaian dan pemahaman tentang barang tersebut."

Pemahaman memang merupakan hal yang penting. Jangan sampai Anda tidak mengerti asal-usul maupun narasi apa yang ada di balik elemen interior antik pilihan Anda. Barang antik dalam bagian interior, bisa menjadi topik pembicaraan yang hangat, lho!. Bayangkan ketika Anda sedang menjadi tuan rumah untuk sebuah jamuan, elemen ini dapat menjadi obrolan yang menginspirasi untuk tamu-tamu Anda.

"Kalau saya pribadi, selain menggunakan elemen antik sebagai bagian dari interior rumah, saya lebih ke arah menciptakan nuansa tertentu dalam satu ruangan," sambungnya. "Tentukan dulu, mana yang akan menjadi *point of interest* dari ruangan tersebut, titik yang bakal menjadi awal dari suatu perhatian orang tentang barang tersebut. Pada akhirnya, akan ada pembicaraan mengenai barang tersebut dan elemen pilihan Anda mungkin akan membawa imajinasi seseorang ke era ketika barang itu dibuat, digunakan, dan ditempatkan." Kondisi inilah, menurutnya, yang membuat elemen interior antik dapat membawa seseorang ke suasana dan pengalaman yang berbeda – sebuah kekhususan yang menjadikannya istimewa dibandingkan tipe lain.

Herman sendiri kerap menggunakan elemen keris dalam interior rumahnya. "Awalnya, saya ingin tahu saja, bagaimana keris dibuat, mengapa bentuknya seperti itu, tidak seperti belati (*dagger*) atau pedang (*sword*). Ya begitulah awalnya, sampai saya masuk lebih dalam ke filosofinya. Semuanya sedikit demi sedikit mengubah diri saya."

BARANG ANTIK DAN FURNITUR ANTIK: DEKORATIF VERSUS FUNGSI

Herman membagi komponen antik yang bisa digunakan dalam rumah ke dalam dua jenis, berkaitan dengan fungsinya:

• Barang Antik

Merujuk pada elemen-elemen yang awal pembuatannya tidak ditujukan langsung untuk dekorasi interior, tetapi ada fungsi lainnya - contoh: keris, topeng, wayang, dll. Produk seperti ini lebih mengarah ke dekoratif.

• Furnitur Antik

Furnitur pelengkap interior yang telah berumur lebih dari 100 tahun; misalnya lemari, jam, dll

"Untuk menentukan keserasiannya dengan ruangan Anda, memang banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Pertama, fungsi tetaplah menjadi acuan dasar. Setelah itu, perhatikan juga dimensi barang tersebut dibandingkan dengan luasnya ruangan Anda," ujar Herman. "Aksentuasi dengan menambahkan pernak-pernik barang kecil atau barang *vintage* akan lebih menambah keserasian, agar lebih masuk ke suasana yang kita inginkan."

Herman memberikan contoh yang ia lakukan dengan keris – senjata khas Nusantara yang pada dasarnya tidak dirancang untuk menjadi elemen dekorasi rumah. "Untuk keris, kita dapat memakai *krisboard* alias Blawong untuk tempat meletakkannya," sambung pria yang mengaku jatuh cinta pada keris sejak SMA ini.

KELILING NUSANTARA DAN DUNIA: SELEKSI KOLEKSI

Ketika bicara elemen interior antik, mungkin dalam benak kita langsung terlintas berbagai warisan budaya Nusantara yang sering kita jumpai – lengkap dengan sentuhan etnik dan wibawanya yang khas. "Saya lebih memfokuskan diri pada barang antik Jawa Tengah, dengan kriteria kualitas terbaik dan langka – atau, yang bisa disebut juga dengan istilah '*Keraton Piece*'".

Meski begitu, pada dasarnya ada banyak tipe elemen interior antik yang bisa dipilih. Bisa jadi Anda lebih tersentuh dengan warisan budaya dari provinsi lain, atau produk antik yang berasal dari luar negeri, seperti lemari antik Prancis dari era **Raja Louis XVI** atau cermin Jerman dari abad ke-18. Bagi sebagian penggiat, ketika

mereka harus berjibaku di bursa lelang luar negeri atau berburu hingga ke berbagai pelosok Eropa, hal itu justru menambah nilai dari produk pilihan mereka.

Semua kembali pada tujuan dan karakter pribadi, karena rumah Anda pada dasarnya harus mencerminkan pribadi Anda. "Tujuan saya pribadi, selain untuk pembelajaran diri, saya ingin menggali semua karya seni dan budaya Jawa," tutur Herman. Menurutnya, masih banyak elemen interior antik Jawa Tengah yang 'tersembunyi'. "Sesuai dengan karakter orang Jawa dulu yang tidak suka pamer, lugu dan rendah hati; tetapi mereka punya citarasa seni yang tinggi, contoh paling simpel yang dikenal luas oleh masyarakat, ya batik," lanjutnya.

Berlawanan dengan pandangan umum yang mengatakan bahwa perawatan elemen interior antik itu rumit, Herman cukup membersihkan dengan kuas atau lap biasa, sekadar menghilangkan debu yang menempel. "Kita tidak ingin merusak *pattina* – yaitu proses alam (oksidasi-erosi) yang terjadi di permukaan barang," tutur pria yang biasa berburu koleksi di pedagang barang antik maupun media sosial ini.

Foto: 123RF.com

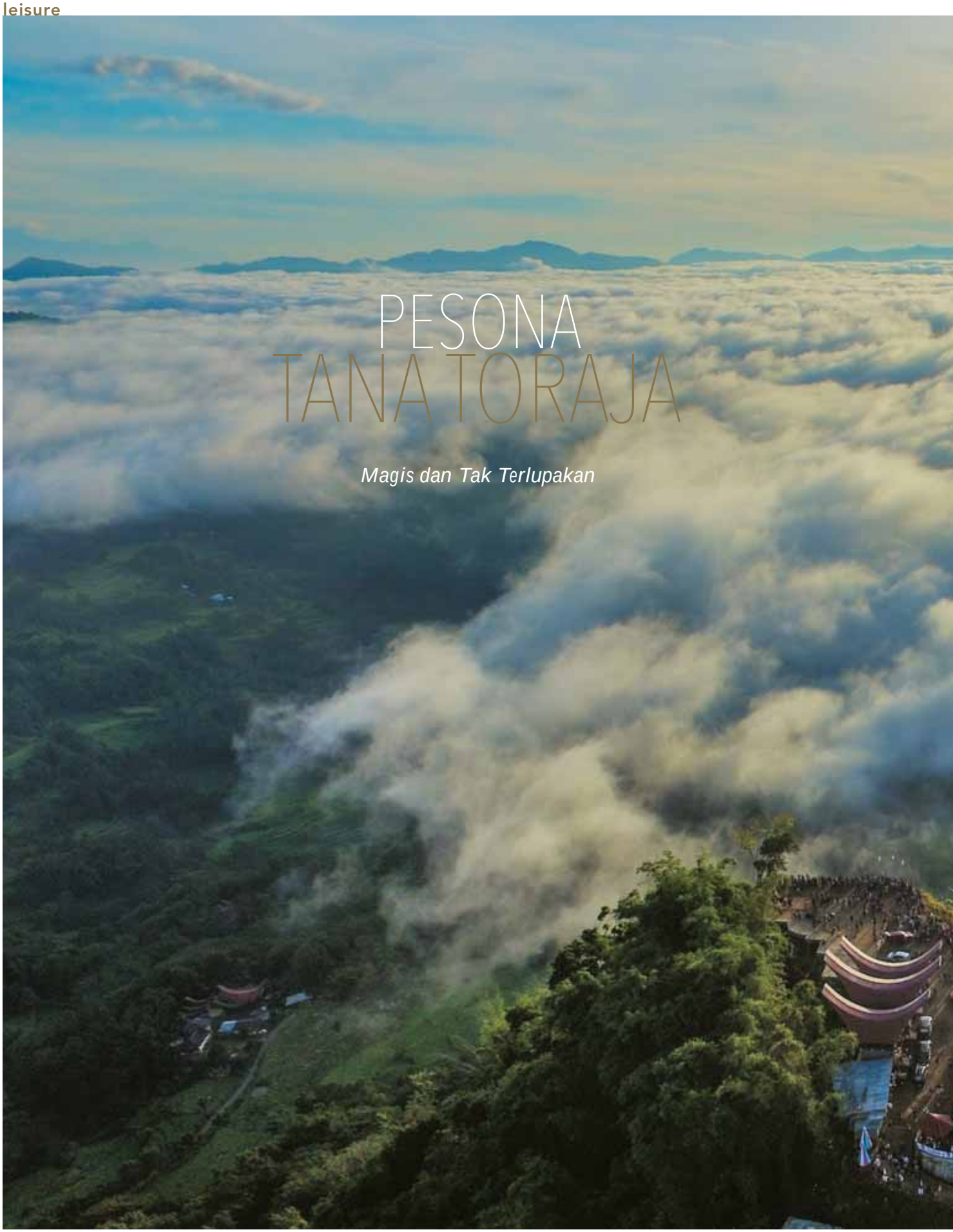
MEMULAI RUANG ISTIMEWA ANDA

Ingin menghias rumah dengan barang antik? Simak sejumlah tips berikut!

• Tentukan Arah
Mau dibawa kemana *mood* ruangan Anda? Pilih salah satu: Ruang modern kontemporer dengan sentuhan antik, atau ruang antik dengan sentuhan modern kontemporer?

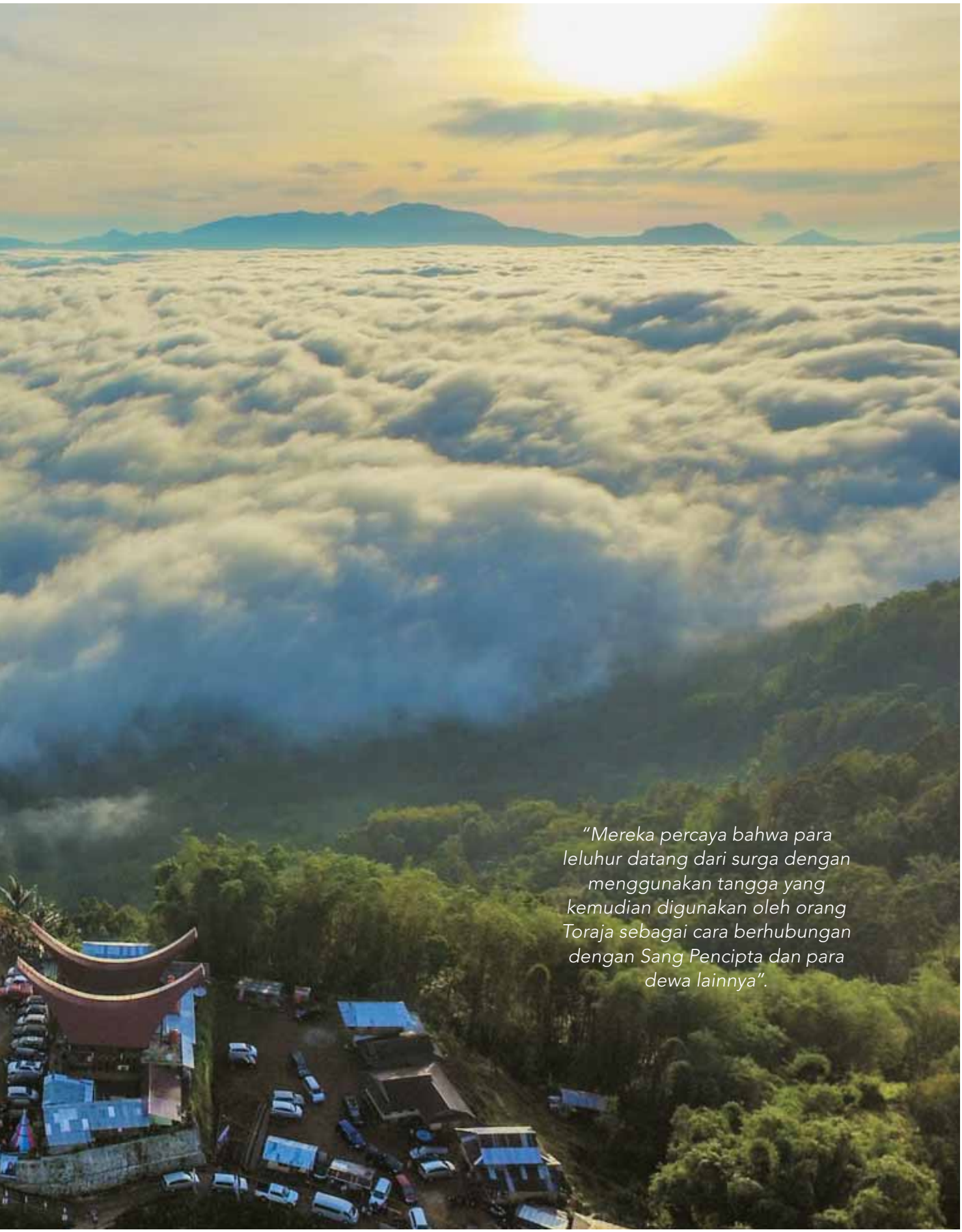
• Tentukan Koleksi
Fokuskan genre elemen interior antik yang Anda pilih untuk ruangan tersebut – pilihannya tidak melulu dualisme antara barang antik Nusantara atau luar negeri kok, jikalau ingin mencampur, Anda bisa berfokus pada warna atau tematik lainnya (misalnya: topeng, kain, dll).

• Tentukan Posisi
Hati-hati, jangan sampai rumah Anda berubah jadi museum! Konsentrasikan koleksi Anda di satu titik fokus ruangan, sehingga kehadirannya terasa lebih menonjol dan spesial. Selain itu, ada baiknya ia diposisikan di tempat yang terjangkau; selain mudah ketika perawatan, ia bisa dengan mudah menjadi bahan pembicaraan untuk para tamu.



PESONA TANA TORAJA

Magis dan Tak Terlupakan



"Mereka percaya bahwa para leluhur datang dari surga dengan menggunakan tangga yang kemudian digunakan oleh orang Toraja sebagai cara berhubungan dengan Sang Pencipta dan para dewa lainnya".

Karenanya tak heran walaupun mayoritas penduduknya sudah beragama Kristen tetapi mereka tetap menjunjung tinggi ritual adat dalam kesehariannya. Salah satu ritual yang paling penting bagi orang Toraja adalah upacara penguburan dan pembersihan jenazah.

Perpaduan kepercayaan dan ritual adat yang masih kuat inilah yang membuat suku Toraja berbeda dan sangat unik, yang menjadi daya tarik pariwisata Toraja hingga saat ini. Situs-situs bersejarah seperti pemakaman di tebing batu, rumah adat ratusan tahun dan peninggalan megalitikum seperti Simbuang sampai saat ini masih dipertahankan dalam tradisi suku Toraja.

Untuk menuju Tana Toraja dibutuhkan waktu sekitar 8 jam dari kota Makasar melalui jalur darat. Waktu terbaik untuk mengunjungi Toraja adalah bulan Agustus dimana banyak upacara penguburan yang menarik untuk ditonton, ditambah cuaca tidak terlalu panas. Hanya saja kalau Anda termasuk penyuka fotografi yang ingin menangkap panorama Tana Toraja saat sawah sedang menguning dan lembah-lembah berwarna hijau segar maka datanglah di bulan April atau Mei.

Tersedia juga beberapa penginapan sekelas hotel berbintang, salah satunya adalah Hotel Toraja Misiliana yang terletak di Rantepao, pusat kota Toraja. Hotel lokal dengan ciri khas rumah Tongkonan ini menjadi favorit para turis terutama dari Prancis karena arsitektur khasnya dan pemandangan indahnya di pagi hari.

Berikut ini akan diulas 7 destinasi wisata Tana Toraja yang akan membuat Anda semakin mencintai Indonesia.

UPACARA RAMBU SOLO'

Bagi suku Toraja, orang-orang yang telah meninggal masih dianggap seperti orang yang sedang sakit. Atas

Foto: Shutterstock, Dok.Pri. Sylvia Mira

< ON PREVIOUS PAGE, LEFT TO RIGHT - CLOCKWISE:
SALAH SATU RAGAM PETI MATI DI DESA WISATA KETE KESU; UPACARA RAMBU SOLO YANG SAKRAL; TORAJA MISILIANA HOTEL; KOMPLEKS PEMAKAMAN MEGALITIKUM "BORI PARINDING".

dasar kepercayaan itu, mereka yang telah meninggal masih terus dirawat dan diperlakukan seperti orang hidup dengan tetap menyediakan makanan dan minuman. Tanpa dilakukan upacara Rambu Solo', konon arwah yang meninggal tersebut tidak akan mencapai Puya (nirwana). Keunikan lain dari upacara yang berbiaya mahal ini yaitu pada penyembelihan puluhan bahkan ratusan kerbau, dimana harga satu Tedong Saleko (kerbau berwarna pucat dengan bercak hitam) bisa mencapai harga Rp 500 juta sampai 1 miliar.

Selama upacara berlangsung, jenazah orang yang meninggal disimpan di rumah leluhur yang bernama Tongkonan. Setelah upacara selesai, jenazah baru dikuburkan di bagian atas tebing bukit yang tinggi. Sesuai adat, upacara ini biasanya berlangsung 2-3 hari dan selalu dimulai pada saat siang hari.

Bagi Anda yang ingin menyaksikan langsung upacara ini, disarankan untuk menggunakan *travel agent* yang menyediakan wisata dengan daftar upacara Rambu Solo' sebagai salah satu destinasinya. Pasalnya upacara ini tidak berlangsung dalam kurun waktu yang rutin sehingga dibutuhkan bantuan *travel agent* yang biasanya memiliki informasi khusus kapan upacara tersebut diadakan.

TRADISI MA'NENE

Para turis menyebut tradisi unik ini sebagai "*The Walking Dead*", yang merupakan ritual mengenang leluhur dengan cara membersihkan dan mengganti baju jenazah mereka. Kegiatan pembersihan ini dilakukan 3 atau 5 tahun sekali di bulan Juli - Agustus setelah lewat masa panen.

Caranya adalah dengan mengeluarkan 'mumi' dari dalam peti untuk dibersihkan. Setelah dibersihkan mayat tersebut biasanya didandani, dipakaikan baju baru lalu diberdirikan. Keunikan dari mayat para leluhur ini adalah, mereka bisa berdiri tegak dan dipercaya dapat berjalan seperti layaknya orang hidup karena doa dan mantra yang dipanjatkan para tetua dan pemimpin sebelum tradisi dimulai. Perlu diingat, Anda dilarang keras menyentuh mayat yang sedang berdiri ini karena dapat menghilangkan efek mantranya.

Tradisi Ma'nene juga menunjukkan hubungan antarkeluarga yang tak terputus walaupun dipisahkan oleh kematian dan sebagai bentuk penghormatan kepada para leluhur.

Jika Anda ingin melihat langsung tradisi ini, pastikan Anda segera membeli tiket pesawat, melakukan *booking* hotel dan mobil sekitar 1-2 bulan sebelum bulan Agustus, karena dapat dipastikan banyak wisatawan yang juga akan berkunjung kesana untuk melihat kesakralan upacara Ma'nene.

BORI KALIMBUANG

Berbicara tentang Toraja tidak lepas juga dari keunikan jenis makamnya. Bori Kalimbuang adalah sebuah kompleks pemakaman kuno yang telah digunakan sejak tahun 1617. Hanya keluarga bangsawan keturunan Ramba yang jasadnya dapat dimakamkan di tempat ini. Keunikan Bori Parinding sendiri terdapat pada batu-batu menhir berukuran raksasa yang berlokasi di halaman depan. Batu-batu tersebut difungsikan sebagai tiang untuk mengikat kerbau, babi dan sapi saat upacara pemakaman Rambu Solo' dilangsungkan.

Tempat ini jauh dari kesan angker jika dibandingkan dengan lokasi pemakaman lainnya. Bahkan banyak wisatawan yang mengambil kesempatan untuk berfoto sejenak dengan latar belakang menhir yang seolah membawa kita kembali ke zaman Flinstone.

KETE KESU

Beralih dari destinasi wisata tradisi, Tana Toraja juga memiliki destinasi wisata alam yang tidak kalah uniknya. Kete Kesu merupakan kawasan desa wisata yang terletak sekitar 4 km di sebelah tenggara Ratenpao. Desa yang telah berhasil meraih predikat 'kampung adat terpopuler' pada ajang Anugrah Pesona Indonesia 2017 ini terletak di kawasan perbukitan dan persawahan sehingga dikelilingi oleh pemandangan alam yang hijau dan asri. Di Kete Kesu terdapat kompleks rumah adat Toraja (tongkonan). Begitu masuk area ini, Anda akan melihat berbagai ukuran tanduk kerbau dipajang di atas rumah yang menggambarkan status sosial dan berapa banyak pesta yang sudah digelar oleh si empu rumah.

Berjalanlah sedikit ke atas, Anda akan disuguhi pemandangan berbagai macam peti mati mulai dari berbentuk rumah, perahu, kerbau dan babi, yang dihasi

dengan pahatan dan ukiran. Jika Anda termasuk tipe penantang adrenalin, cobalah masuk ke dalam gua-gua sempit yang berisikan tengkorak dan jenazah dalam satu generasi. Jangan khawatir, akan ada 1-2 orang pemandu yang akan menemani Anda pada saat masuk dan bertugas membawa lampu minyak untuk penerangan.

LOLAI, NEGERI DI ATAS AWAN

Keindahan Toraja terekam dengan sempurna di Lolai atau yang dikenal dengan julukan "Negeri di Atas Awan" yang berada di ketinggian 1300 mdpl. Dari sini Anda dapat melihat keindahan kota Rantepao dari hamparan awan putih yang seolah melapisi kota tersebut. Lolai juga merupakan lokasi terbaik untuk menikmati *sunrise*.

Untuk mendapatkan momen terbaiknya, sangat disarankan mulai berangkat sekitar jam 5 pagi, karena diperlukan waktu sekitar 20-30 menit menuju lokasi. Anda dapat langsung memesan mobil di hotel tempat Anda menginap, karena biasanya pihak hotel akan membantu untuk mengurus persewaan mobil tersebut.

LEMBAH OLLON

Saat ini lembah yang dijuluki 'New Zealand'-nya Tana Toraja ini adalah primadona baru bagi kalangan wisatawan karena pemandangan alamnya yang sangat memukau. Bayangkan barisan lembah hijau yang berderet, kilau keperakan pantulan air sungai yang berwarna hijau toska dan rombongan kuda/sapi yang tanpa sungkan menikmati suasana sepoi dan sepi, menjadikan tempat ini seperti kepingan surga tersembunyi. Anda juga dapat menyewa kuda yang dimiliki penduduk lokal dan belajar menunggangnya karena dijamin sangat seru dan menantang.

Hanya saja memang dibutuhkan usaha untuk menuju ke sana karena lokasinya yang cukup jauh dan jalanan yang masih terjal. Tetapi saat ini sudah banyak *travel agent* profesional yang menawarkan fasilitas mobil nyaman seperti Toyota Fortuner yang akan membawa Anda berkeliling lembah Ollon. Datanglah di musim kering sekitar April sampai Agustus dimana curah hujan masih cukup sedikit, sehingga jalanan tidak licin dan berbahaya.

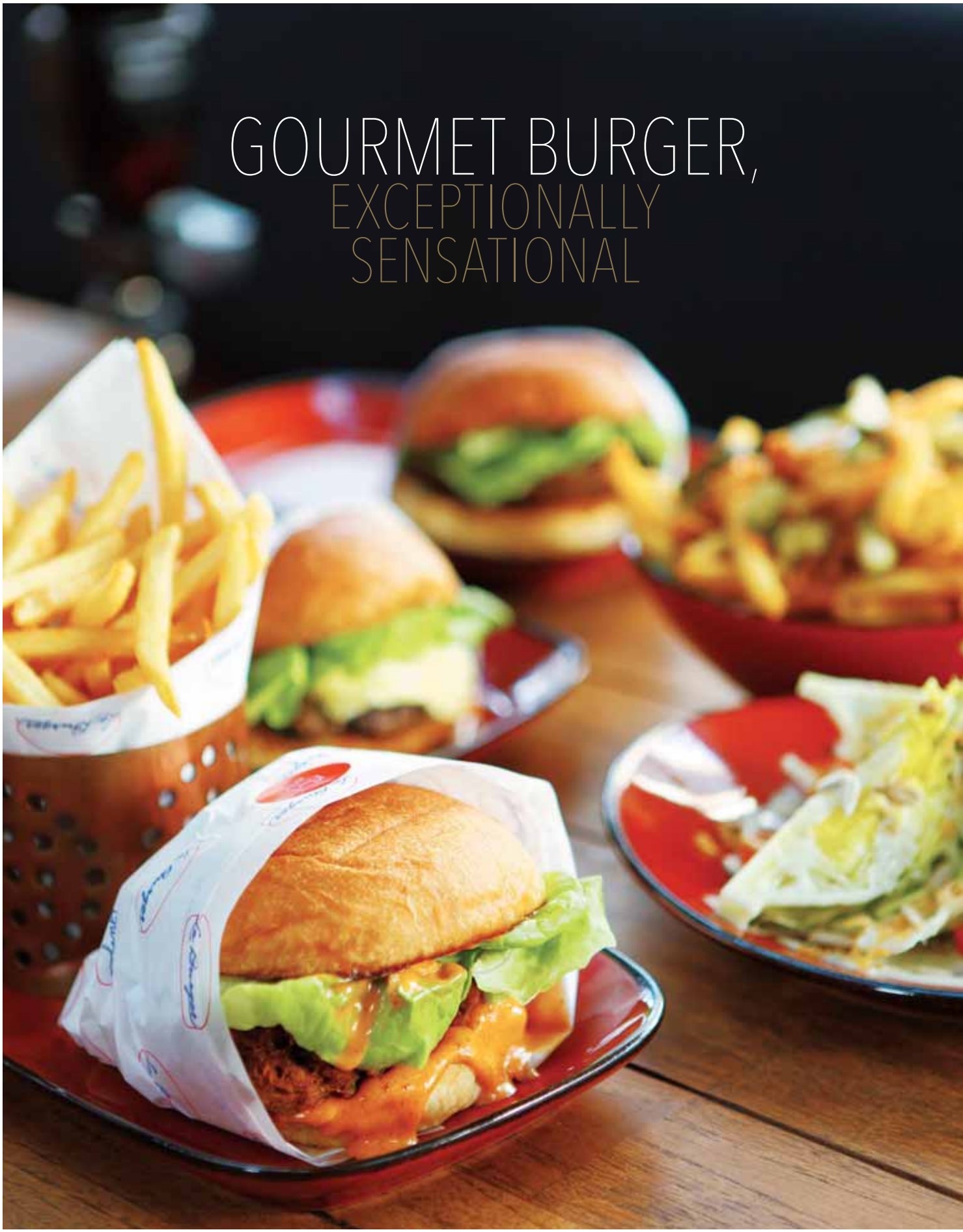
< ON THIS PAGE, LEFT TO RIGHT - CLOCKWISE:

MENIKMATI *SUNRISE DI LOLAI, NEGERI DI ATAS AWAN; BIJI KOPI TORAJA YANG DIGEMARI PARA TURIS ASING; LEMBAH OLLON, YANG DIJULUKI 'NEW ZEALAND'-NYA TANA TORAJA.*

KAANA TORAYA COFFEE

Berwisata ke Tana Toraja tidak lengkap rasanya jika belum menikmati kopi, yang juga merupakan identitas dari Toraja. Karakter kopi Toraja adalah asam dan agak pahit di ujung lidah setelah diteguk. Kopi Toraja pernah menjadi kopi termahal di dunia pada tahun 2012 dengan harga mencapai Rp 450 ribu/kilogram. Salah satu tempat rekomendasi untuk menikmati kelezatan kopi Toraja bernama Kaana Toraya Coffee. Sebuah kafe mungil yang sangat digemari oleh para turis asing baik sekadar untuk nongkrong minum kopi atau sekadar membeli oleh-oleh.

GOURMET BURGER, EXCEPTIONALLY SENSATIONAL



Menyantap burger racikan khusus chef profesional dengan sensasi rasa yang istimewa.

Menikmati setangkup roti bundar yang diisi beragam sayuran dan *patty* berbahan daging sapi atau ayam kini bukan lagi santapan yang tak lazim untuk orang Indonesia. Sejak masuknya gerai burger kenamaan di Amerika di era 90-an, menu ini semakin marak saja di tanah air. Tapi sudahkah Anda mencoba sensasi rasa dari *gourmet burger* yang unik?

BUKAN BURGER BIASA

Gourmet burger memang bukan burger biasa, meski sekilas penampakannya mirip – sama-sama menggunakan roti bundar dan beragam isian. Salah satu cara mudah untuk membedakannya adalah dari tipe *patty* – isian protein – yang digunakan. Bila dibuat segar dan tidak dibekukan, berarti ini termasuk *gourmet burger*. Selain itu, kualitas bahan yang digunakan untuk *gourmet burger* juga berbeda dari burger ala *fast food*, karena menggunakan daging kualitas premium, ditambah *topping*/isian lain yang lebih variatif, misalnya *grilled onions*, *sautéed mushrooms*, *smoked cheese*, *truffle*, bahkan irisan avokad dan saus buatan sendiri dengan racikan rahasia. Roti bun yang digunakan pun berbeda, contohnya menggunakan roti ala *artisan bakery*, *potato bun*, atau *whole-wheat bun*. Sudah tentu, paduan semua bahan ini menjadikan burger yang tersaji jauh lebih menggoda selera dengan harga yang di atas rata-rata pula.

SENSASI BERSANTAP BERNUANSA HIJAU

Salah satu pilihan asyik untuk menikmati *gourmet burger* di Jakarta adalah di **Three Buns Burger**. Restoran ini awalnya digagas oleh **Chef Adam Penney**, salah satu *chef* kawakan dari Inggris. Kecintaannya pada menu-menu klasik yang sederhana menghadirkan aneka burger seru yang cita rasanya istimewa. Salah satu menu andalan di Three Buns adalah **Baby Huey**, yaitu burger dengan 120 gram *prime beef patty*, irisan keju, saus tomat khas buatan sendiri, ditambah dengan *pickle* dan *spiced mayo*, yang dihidangkan dengan *brioche bun*. Selain itu, ada juga **Fun Boy Three**, yaitu *brioche bun* yang diisi dengan *prime beef patty, roasted portobello mushroom, miso garlic butter,* ditambah dengan *double ketchup, truffle aioli,* dan *smoked cheese*. Untuk Anda yang senang bertualang rasa, menu yang satu ini jangan sampai terlewatkan.

Sebagai *side dish*, Anda bisa memesan **Tater Tots** khas Three Buns yang sarat dengan aneka *topping*. Untuk menutup acara santap Anda, cicipi juga **Vanilla Guerilla**, yaitu *dark chocolate brioche bun* yang dihidangkan dengan *vanilla ice cream* dengan saus *hot salted butterscotch*. Lengkap! Uniknya lagi, di Three Buns, semua sisinya dikelilingi oleh aneka tanaman hijau, sehingga saat bersantap, seolah Anda sedang berpiknik. Seru sekali!

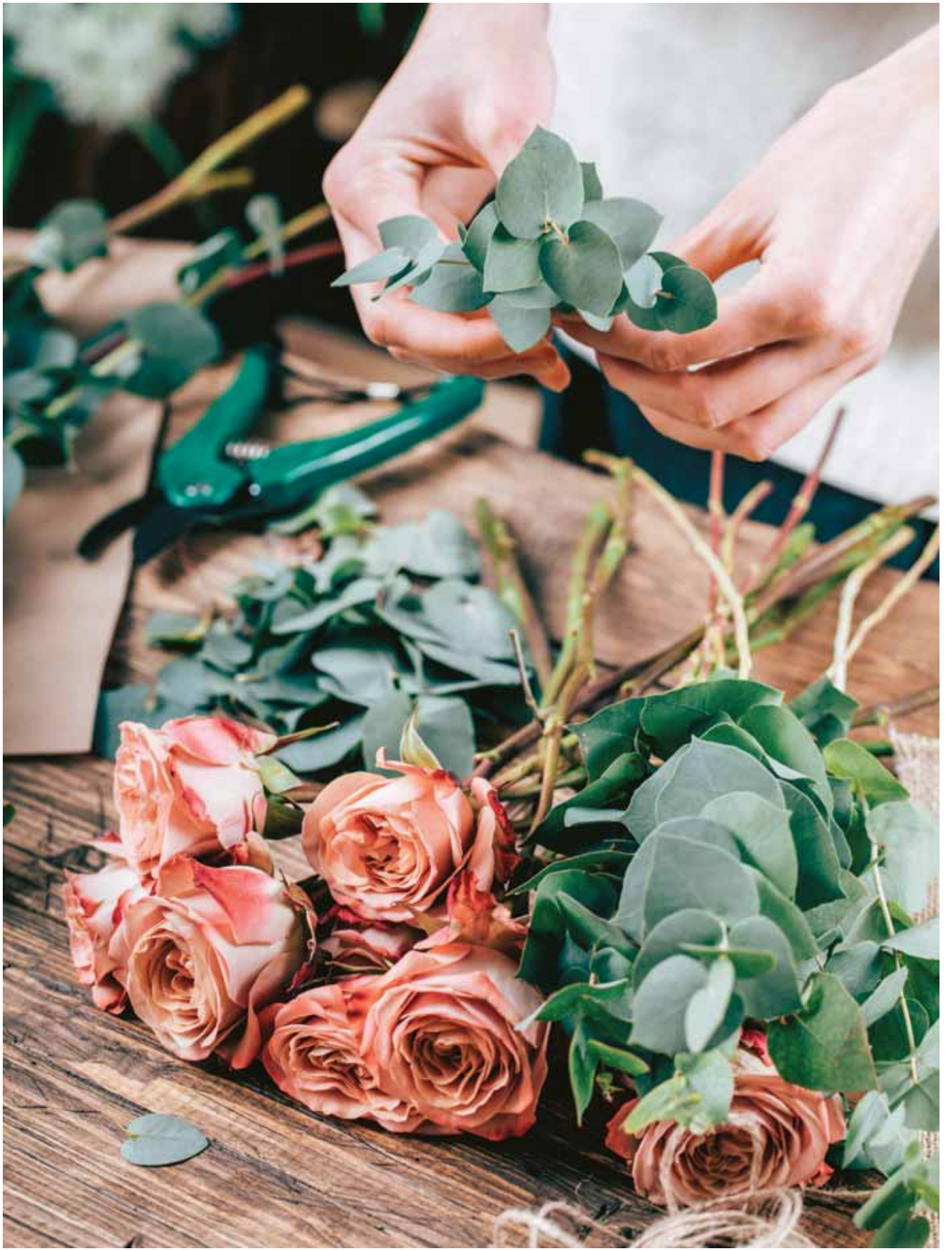
MEMANJAKAN LIDAH DENGAN BERAGAM RASA

Kalau Anda mencari tempat makan burger berkualitas yang buka sampai pagi, sempatkan untuk berkunjung ke **Le Burger**, yang berlokasi di Hotel Alila, SCBD Jakarta. Restoran ini berkonsep *open restaurant* dan terletak di sisi jalan raya, sehingga sambil bersantap, Anda bisa menikmati suasana lalu lintas kota yang ramai. Dengan kapasitas hingga 120 orang, Le Burger yang diawasi langsung oleh **Chef Luisa Caicedo** dan **Executive Chef Cedric Vongerichten** ini cocok untuk Anda yang ingin menjamu rekan-rekan terdekat ataupun sejawat di acara khusus.

Pilihan menu yang tak boleh dilewatkan salah satunya adalah **Truffle Burger**, yaitu *beef patty*, yang disajikan dengan *truffle sauce* dan *brie cheese*, ditangkup dengan *potato bun* yang lembut dan mengenyangkan. Selain itu, tersedia juga **Shrimp Burger**, yaitu *shrimp patty*

yang dibuat segar dengan menggunakan udang kelas satu, disajikan dengan *green chili sauce* dan *cilantro* yang terasa segar di lidah. Le Burger juga memiliki racikan saus BBQ dan saus pedas khas, yang rasanya sedikit asam dan pedas ala saus Tabasco namun lebih pekat, meski pedasnya tidak seperti sambal cabai rawit ala Indonesia. Di Le Burger pun tersedia **Crispy Chicken Burger** yang sensasinya renyah, ditambah *chipotle mayonnaise* dan *togarashi*, juga **Vegetarian Burger** yang dibuat dari *chickpea* dan jagung, ditambah dengan tomat, khusus untuk Anda yang tidak menyantap daging. Untuk menemani santapan Anda, cicipi **Lettuce Wedges** yang dihidangkan dengan *blue cheese* yang gurih beraroma khas, juga **Loaded Fries** yang sarat *topping*. Akhiri jelajah rasa Anda dengan lembutnya **Banana Pudding** atau **Chocolate Milkshake** yang sarat dihiasi aneka *topping* seru, yaitu *mini marshmallows*, remahan biskuit cokelat, *salty pretzels*, dan *whipped cream*. Indera pengecap Anda benar-benar dimanjakan dengan beragam rasa yang mengesankan.

Bon appetit!



MERANGKAI BUNGA, MERANGKAI LIFESTYLE

Bunga telah hadir hampir dalam setiap fase kehidupan manusia. Pernikahan, kelahiran hingga kematian senantiasa didampingi oleh rangkaian bunga. Begitu pentingnya kehadiran bunga, setiap tahun berbagai benua di dunia melahirkan tren merangkai bunga yang berbeda.

PENGARUH KOREA DAN EROPA

Layaknya *fashion*, tren rangkaian bunga juga selalu berubah. Di Indonesia, tren ini biasanya berubah setiap tahun, baik itu rangkaian bunga penghias ruangan, maupun bunga untuk acara pernikahan.

Perubahan tren merangkai bunga di tanah air banyak dipengaruhi oleh tren di Amerika, Eropa dan juga negara Asia terutama Korea Selatan. "Tiap regional punya tren beda-beda, ada tren Asia, tren Amerika, Eropa dan lain-lain. Tapi kalau di Indonesia kiblatnya masih ke Eropa dan Amerika," jelas **Andy Djati Utomo**, pakar merangkai bunga dan Ketua Umum Ikatan Perancang Bunga Indonesia (IPBI). Pengaruh Korea Selatan saat ini juga semakin kuat dalam membentuk tren merangkai bunga di Indonesia.

Namun pergerakan tren merangkai bunga di tanah air tidak secepat di negara-negara yang memiliki 4 musim, seperti di Eropa dan Amerika. "Seperti *fashion*, di sana setiap *winter, fall, spring* dan *summer*, tren bunga juga berubah. Karena Indonesia hanya ada 2 musim, jadi perubahannya lebih lama, bisa setahun baru berubah," kata Andy. Menurut pengamatannya, konsumen lokal saat ini tengah menyukai desain rangkaian bunga dari Korea Selatan, misalnya saja *hand bouquet*. "Mungkin karena *mindset* orang Indonesia dan Korea yang mirip, kalau memberi sesuatu harus kelihatan 'wah' dulu, bungkusnya harus heboh, isinya belum tentu. *Hand bouquet* Korea seperti itu, makanya muncul juga *Korean style flower wrapping*," kata Andy. Buket bunga ala Korea ini dibungkus beberapa lapis kertas hias, kadang-kadang dalam warna berbeda-beda, kemudian diikat dengan pita atau tali hingga kelihatan cantik dan umumnya berukuran agak besar.

Beberapa tahun sebelumnya, buket bunga ala Eropa lebih digemari. Tampilannya lebih sederhana, berukuran lebih kecil, cantik ketika digenggam pengantin wanita, juga indah ketika diletakkan sebagai penghias ruangan dalam rumah.

Perkembangan tren merangkai bunga ini banyak dipengaruhi oleh perubahan pada industri *wedding*, mulai dari busana pengantin, dekorasi hingga rancangan undangan. "Yang sekarang sedang tren itu namanya *rustic*, sesuatu yang natural, *unfinished*. Buket

LEFT TO RIGHT - CLOCKWISE:
SUASANA KURSUS INTUITION FLORAL ART STUDIO; RENY DAN MARCELY; WORKSHOP ROSY POSY FLORIST; ANDY DJATI UTOMO

Foto: 123RF

bunga pun berbantuk natural dengan beberapa bagian bunga dan daun yang mencuat, tidak teratur. Ini pun terpengaruh oleh tren *rustic wedding* yang sedang digemari saat ini," ujar Andy.

Sementara itu, kreasi bunga lokal disebut Andy masih sepi peminat. "Anak-anak muda sekarang *nggak* suka pakai kebaya, lebih suka gaya *western*, pakai kebaya paling pas wisuda saja. Tapi ini menjadi tantangan bagi penggiat bisnis *wedding*," kata pendiri Intuition Floral Art Studio ini. Pakem-pakem busana dan tata rias pengantin harus diubah ke arah yang lebih modern agar lebih diminati anak muda. "Kalau dulu konde dihias bunga di tengah, kiri atau kanan, sekarang bisa semuanya di kanan saja," kata Andy.

Seni merangkai bunga asli Indonesia berpusat di tiga daerah, yaitu Yogyakarta, Solo dan Bali. Kembang mayang Solo dan Yogyakarta, penjor Bali dan ronce melati adalah bentuk kesenian bermaterial bunga dari ketiga daerah tadi. Bunga-bunga lokal seperti melati, mawar, kantil, kenanga dan kemuning menjadi ciri khas rangkaian bunga khas Indonesia. Semua bunga ini menjadi daya tarik tersendiri karena aroma harumnya yang kuat. "Melati kalau sudah dironce *nggak* akan kelihatan seperti melati lagi, tapi yang penting adalah harumnya," kata Andy. Jenis bunga ini tidak bisa diganti dengan jenis bunga lain karena masing-masing bunga memiliki makna tersendiri, meski desainnya bisa dibuat lebih modern.

LARIS BERKAT MEDIA SOSIAL

Ramainya peminat rangkaian bunga ala Korea dirasakan pula oleh **Renny** dan **Marcely**, pemilik Rosy Posy Florist. Dalam sebulan, mereka bisa menerima pesanan hingga 600 buah rangkaian bunga, sebagian besar didesain mengikuti tren merangkai bunga dari Korea. "Pangsa pasar kami sebagian besar adalah anak muda, kebanyakan berupa buket bunga untuk acara wisuda," kata Renny.

Ciri khas desain yang 'kekinian' dengan harga relatif terjangkau untuk kantung anak muda, menjadi faktor kuat penyebab Rosy Posy memiliki banyak pelanggan, meski tergolong nama baru di bisnis *florist*. Bermodal minat dan kursus singkat merangkai bunga, Renny dan Marcely membuka Rosy Posy di tahun 2015.

Demi meningkatkan jumlah pelanggan, Rosy Posy tidak berhenti meng-*update* desain rangkaian bunga yang ditawarkan. "Selain lewat media sosial, kami selalu *benchmarking* dengan banyak *florist* dalam dan luar negeri. Apa yang sedang tren, khususnya di Korea selalu kita amati, baru kemudian disesuaikan dengan selera konsumen di sini," kata Renny. Terkadang ada juga konsumen yang datang dengan jenis desain baru yang belum pernah mereka buat sebelumnya. Selama mereka merasa sanggup membuatnya, permintaan semacam ini akan mereka terima. Sejauh ini, mereka cukup berhasil mengikuti permintaan pelanggan.

Media sosial punya peran penting sebagai sumber informasi saat mereka perlu belajar dan mengamati tren merangkai bunga terbaru. Begitu juga ketika memasarkan hasil tangan mereka. Hampir seluruh pesanan konsumen kepada Rosy Posy berasal dari akun Instagram mereka @rosyposy.florist. Meski belum memiliki *business goal* untuk tahun depan, baik Renny maupun Marcely yakin bisnis menjual rangkaian bunga ini ke depannya masih ramai peminat.

Tren merangkai 2018 diperkirakan akan masih sama untuk tahun 2019. Seperti apa tren merangkai bunga yang tengah *in*?

Natural shape
Bentuk rangkaian bunga yang natural dan tidak 'sempurna' masih akan jadi tren. Rangkaian bunga yang berkesan tidak teratur dengan beberapa pucuk mencuat menjadi cirinya. Memadupadankan beberapa jenis bunga yang berbeda struktur bisa dipilih untuk membentuk rangkaian yang natural.

Bold colors
Meski bunga berwarna muda seperti pastel masih banyak dipakai, di tahun 2019 bunga-bunga berwarna terang akan mulai menghiasi tren merangkai bunga.

Vase game
Wadah atau media untuk rangkaian bunga juga punya peranan dalam membuat tampilan makin menarik. Pilihannya juga makin beragam, jangan takut untuk bermain dengan kreativitas untuk menemukan wadah yang paling sesuai.

FENG SHUI & KESEHATAN

Menyeimbangkan unsur diri secara yin dan yang membantu tubuh lebih sehat dan sejahtera.

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

Sebagian orang menganggap bahwa penerapan feng shui hanya cocok untuk penentuan posisi rumah, letak pintu, atau penataan benda-benda di dalam rumah. Padahal, dalam bahasan yang lebih luas lagi, feng shui pun dapat membantu menyelaraskan diri dalam hal kesehatan.

KENALI 5 UNSUR

Seperti yang sudah dibahas pada bagian-bagian lalu, di alam terdapat 5 unsur penting yang tak boleh dilupakan, yaitu tanah, logam, air, kayu, dan api. Dalam penerapannya pada kesehatan secara unsur, bagian-bagian tubuh yang perlu lebih diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. TANAH: organ pencernaan, yaitu mulut, gigi, usus, dan selanjutnya.
2. LOGAM: organ pernafasan, yaitu hidung, tenggorokan, paru-paru, termasuk juga kulit.
3. AIR: peredaran darah, yaitu saraf, ginjal, hingga ke saluran kemih.
4. KAYU: organ hati dan pankreas
5. API: organ jantung dan mata.

Adapun pembagian unsur berdasarkan shio adalah:

1. Tanah: naga, anjing, kerbau, kambing
2. Logam: monyet, ayam
3. Air: babi, tikus
4. Kayu: kelinci, macan
5. Api: kuda, ular

RENTAN GANGGUAN

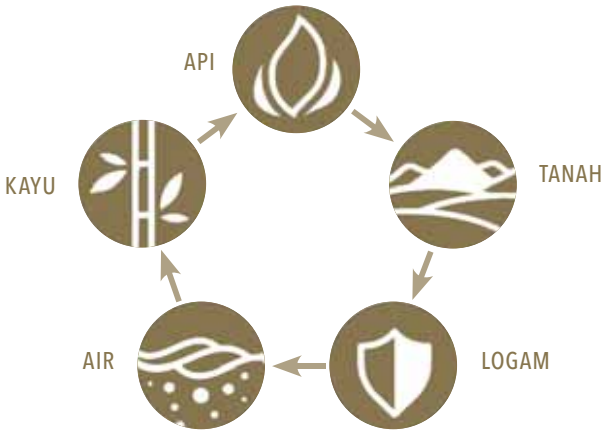
Sudah tentu dalam hidup kita perlu menjaga kondisi tubuh agar tetap sehat dan kuat, sehingga dapat mendukung aktivitas hidup sehari-hari. Terjadinya sakit menurut feng shui merupakan kondisi melemahnya unsur atau bahkan terlalu kuatnya unsur yang kita miliki. Menyepelekan organ-organ yang termasuk di dalam unsur kita diyakini dapat menyebabkan fungsi organ mudah melemah dan rentan mengalami gangguan – baik ringan hingga berat, di antaranya adalah:

1. Tanah: lemah pencernaan, sehingga mudah mengalami gangguan maag dan penyakit perut lainnya.
2. Logam: kulit mudah sensitif, asma, batuk, dan pilek.
3. Air: stroke, batu ginjal, ambeien, termasuk juga gangguan tekanan darah rendah/tinggi.
4. Kayu: diabetes, *liver, thypus.*
5. Api: masalah pada organ jantung dan bagian mata.

Dengan mengetahui bagian-bagian tubuh kita yang mudah mengalami gangguan, hendaknya kita dapat lebih hati-hati dalam menjaga kondisi diri, di antaranya dengan memilih makanan yang seimbang nutrisi, membiasakan diri berolahraga, serta cukup istirahat.

SIKLUS UNSUR ALAM

Ingatlah bahwa di alam terjadi siklus seperti ini:



Cara menjaga kesehatan menurut feng shui pada dasarnya adalah mengupayakan untuk menyeimbangkan yin dan yang di dalam tubuh dengan unsur yang menjadi pendukungnya, misalnya untuk tubuh dengan unsur kayu, agar tubuhnya tidak lemah perlu memperkuat diri dengan unsur-unsur dari logam (air), yaitu memperbanyak minum air, melakukan olahraga air, dan menyantap makanan yang mengandung banyak air. Sementara untuk unsur yang terlalu kuat, perlu disalurkan agar tubuh menjadi lebih seimbang. Mari hidup lebih sehat dan seimbang secara feng shui!

Foto: Shutterstock

MASCULINE MINUTES

Menganut filosofi *Go Big or Go Home*, bodi maskulin **Diesel Full Guard 2.5** cukup besar, berdiameter 47 mm. Sementara, kebanyakan *smartwatch* memiliki diameter 38 sampai 45 mm. Hasilnya, layar sentuh Full Guard 2.5 menjadi yang terbesar di ranah jam tangan pintar berbasis Android Wear, yakni 1.39 inci.

Fitur Full Guard 2.5 juga terbilang lengkap, seperti sensor pemantau detak jantung, modul GPS, NFC untuk mendukung pembayaran digital, serta dapat dikenakan saat berenang hingga kedalaman 3 meter. Terdapat pilihan tali jam berbahan kulit, rantai logam, dan karet silikon.

AKSELERASI INOVASI

Panggung IFA 2018 belum lama ini menjadi arena balap kecanggihan consumer electronic. Berikut ini beberapa 'pacuannya'.

ANALOG RASA MILENIAL

Lahir di era milenial, kamera instan **Polaroid OneStep+** dilengkapi konektivitas *Bluetooth* untuk terhubung dengan aplikasi Polaroid Originals di *smartphone*. Paduan kamera dengan aplikasi ini membuka kesempatan bagi pengguna untuk menciptakan foto yang lebih kreatif, lewat mode Double Exposure, Light Painting, atau Manual. Ada pula fitur *remote trigger* untuk menekan *shutter* kamera dari *smartphone*, *noise trigger* untuk melakukannya lewat deteksi suara, dan *self timer*.

ESTETIKA TEKNOLOGI

Sekali lagi Bang & Olufsen membuktikan kepiawaiannya memadukan teknologi dengan estetika. Desain bundar *speaker* **Bang & Olufsen Beosound Edge** selain amat minimalis juga rapi mengingat tidak adanya kabel, koneksinya menggunakan *Bluetooth*. Lewat keberadaan sensor *proximity*, panel sentuh untuk navigasi akan otomatis muncul saat Anda mendekati Beosound Edge. Anda juga dapat menambah atau mengurangi volume suara dengan menggulingkannya perlahan.

Tata suara Beosound Edge mengusung sebuah *woofer* 10 inci sebagai pendentum bas. *Speaker midrange* 4 inci dan *tweeter* 3/4 inci terdapat di kedua sisinya, masing-masing didukung oleh ampli *class-D*. Konfigurasi tersebut, menurut Bang & Olufsen, sanggup menyajikan suara yang merata di ruangan. BeoSound Edge juga dilengkapi oleh Chromecast untuk memudahkan *streaming* konten.

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

nikmati layanan istimewa
bersama mandiri prioritas

Berbagai penawaran istimewa mandiri prioritas di merchant pilihan.

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

Saatnya penawaran istimewa, saatnya mandiri.

**syarat dan ketentuan berlaku*

mandiri call 14000

health & beauty

Parkway Hospitals SINGAPORE

UP TO 10%

disc 10% untuk seluruh paket executive health screening, disc 5% untuk biaya rawat inap, medical concierge, gratis transportasi 2 kali dari dan ke bandara Singapura

Berlaku sampai dengan 31 Desember 2019

theclinic | beautylosophy

UP TO 15%

disc up to 15% untuk semua perawatan aesthetic treatment, slimming treatment, hair care, dan disc 10% untuk semua perawatan dental care

Berlaku sampai dengan 1 Agustus 2019

lifestyle

CGV CINEMAS

50%

• Disc. 50% for Velvet Class Ticket CGV Cinemas untuk Pemegang Kartu Mandiri Debit Prioritas & Private.
• Buy 1 Get 1 Free For Gold Class Ticket CGV Cinemas.

Berlaku sampai dengan 30 September 2019

BAMBU slimming · beauty · care · spa

30%

Semua *treatment* dengan harga normal
min. transaksi IDR 1.500.000

Berlaku sampai dengan 14 Maret 2019

Siloam Hospitals

10%

Untuk biaya kamar setara VIP & Radiologi
Diskon paket medical check up

Berlaku sampai dengan 1 April 2019

education

Since 1985 Edlink+ConneX International Education Consultancy Group

CASHBACK

Cashback biaya Tes IELTS, free konsultasi, dan free biaya translasi maks. 10 halaman

Berlaku sampai dengan 31 Mei 2019

promo

food & beverages

15%

Discount 15% untuk seluruh produk di Restoran VIN+

Berlaku sampai dengan 30 November 2019

15%

Discount 15% untuk seluruh produk di Restoran SAKE+

Berlaku sampai dengan 30 November 2019

FREE DRINK

Free 2 gelas Sanria Negra (cocktail) atau
free 4 gelas fruit tea sangria (mocktail)
min. pembelanjaan Rp 800 ribu, tidak berlaku kelipatan

Berlaku sampai dengan 31 Maret 2019

hotel & villa

UP TO 50%

50% for room from published rate, 15% for food and beverage (valid only for a la carte menu with minimum purchase IDR 350,000 from Monday to Thursday,
1 time pick up and drop off to Airport or Train Station and City Trans or XTrans

Berlaku sampai dengan 14 Maret 2019

UP TO 35%

"a) Weekend Stay
• Discount 35% off Best Flexible Rate for all room category
• Rates inclusive of buffet breakfast
• 20% off on F&B consumption at Oakroom Restaurant & Bar with minimum transaction Rp.300,000 (before tax) and valid for dine in only.
b) Business Stay
• 25% off Best Flexible Rate for all room category
• Rates inclusive of buffet breakfast
• 20% off on F&B consumption at Oakroom Restaurant & Bar with minimum transaction Rp.300,000 (before tax) and valid for dine in only."

Berlaku sampai dengan 30 November 2019

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

batam
Bandara Hang Nadim
- El John Lounge

palembang
Bandara SM Badaruddin II
- Syailendra Lounge
- Sultan Lounge

belitung
Bandara Has Hanandjoedin
- Eljohn Lounge

jakarta
Bandara Soekarno Hatta I A
- JW Lounge

Bandara Soekarno Hatta II D
- Pura Indah Lounge

Bandara Soekarno Hatta III Ultimate
- Saphire Blue Sky Lounge (International)
- Warung Koffie Batavia (Domestik)

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
- Blue Sky Lounge

Bandara Juanda T2
- Concordia Executive Lounge

denpasar
Bandara Ngurah Rai
- Concordia Executive Lounge

mataram
Bandara Internasional Lombok
- Concordia Executive Lounge

pontianak
Bandara Supadio
- Gapura Lounge

balikpapan
Bandara Sepinggan
- Blue Sky Lounge

banjarmasin
Bandara Syamsudin Noor
- Concordia Executive Lounge

palangkaraya
Bandara Tjilik Riwut
- Eljohn Lounge

tarakan
Bandara Juwata
- Blue Sky Lounge

manado
Bandara Sam Ratulangi
- Concordia Executive Lounge

makassar
Bandara Sultan Hasanuddin
- TG Lounge

palu
Bandara Mutiara SIS Al-Jufrie
- D'Lindu Lounge

kendari
Bandara Wolter Monginsidi
- Haluoleo Lounge

jayapura
Bandar Udara Sentani
- Sentani Lounge

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

Saat ini terdapat 4 lokasi fasilitas *Airport Handling:*
- Jakarta (Internasional Terminal 2D & Terminal 3 Ultimate)
- Surabaya (Domestik Terminal 1)
- Surabaya (Domestik Terminal 2)
- Yogyakarta (Domestik Terminal 1A)
- Banjarmasin

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

railink

Pelayanan transportasi kereta api eksklusif Bandara Kualanamu, Medan*

Rute yang tersedia:
- City Railway Station di Kota Medan menuju Bandara Kualanamu, Medan.
- Bandara Kualanamu, Medan menuju City Railway Station di Kota Medan.

Nikmati cashback untuk setiap penggunaan layanan Railink sampai maksimal 2 kali per bulan untuk nasabah Prioritas dan sampai 4 kali perjalanan untuk nasabah Private.

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

dapatkan buy 1 get 1 di CGV cinemas
dengan mandiri prioritas

Buy 1 Get 1 Free untuk pembelian tiket gold class, dan dapatkan pula diskon 50% untuk pembelian tiket Velvet Class di seluruh CGV Cinemas khusus untuk kartu mandiri debit prioritas & private.

Segera bergabung menjadi nasabah prioritas,
dan nikmati penawaran khusus untuk Anda

Saatnya nonton hemat, saatnya mandiri.

mandiri call 14000

BUMN
Hadir untuk negeri

mandiri
prioritas

nikmati layanan khusus
changi airport shopping concierge

Kemudahan berbelanja di Changi Airport dengan layanan *shopping concierge service*. Dapatkan *exclusive gift, buggy service* serta keistimewaan lainnya, khusus untuk nasabah mandiri prioritas dan private.
Kunjungi: id.changiairport.com/shopping-concierge untuk *appointment* Anda.

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

Saatnya penawaran istimewa, saatnya mandiri.

**Syarat dan ketentuan berlaku.*

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. adalah pelaku jasa keuangan terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

mandiri call 14000