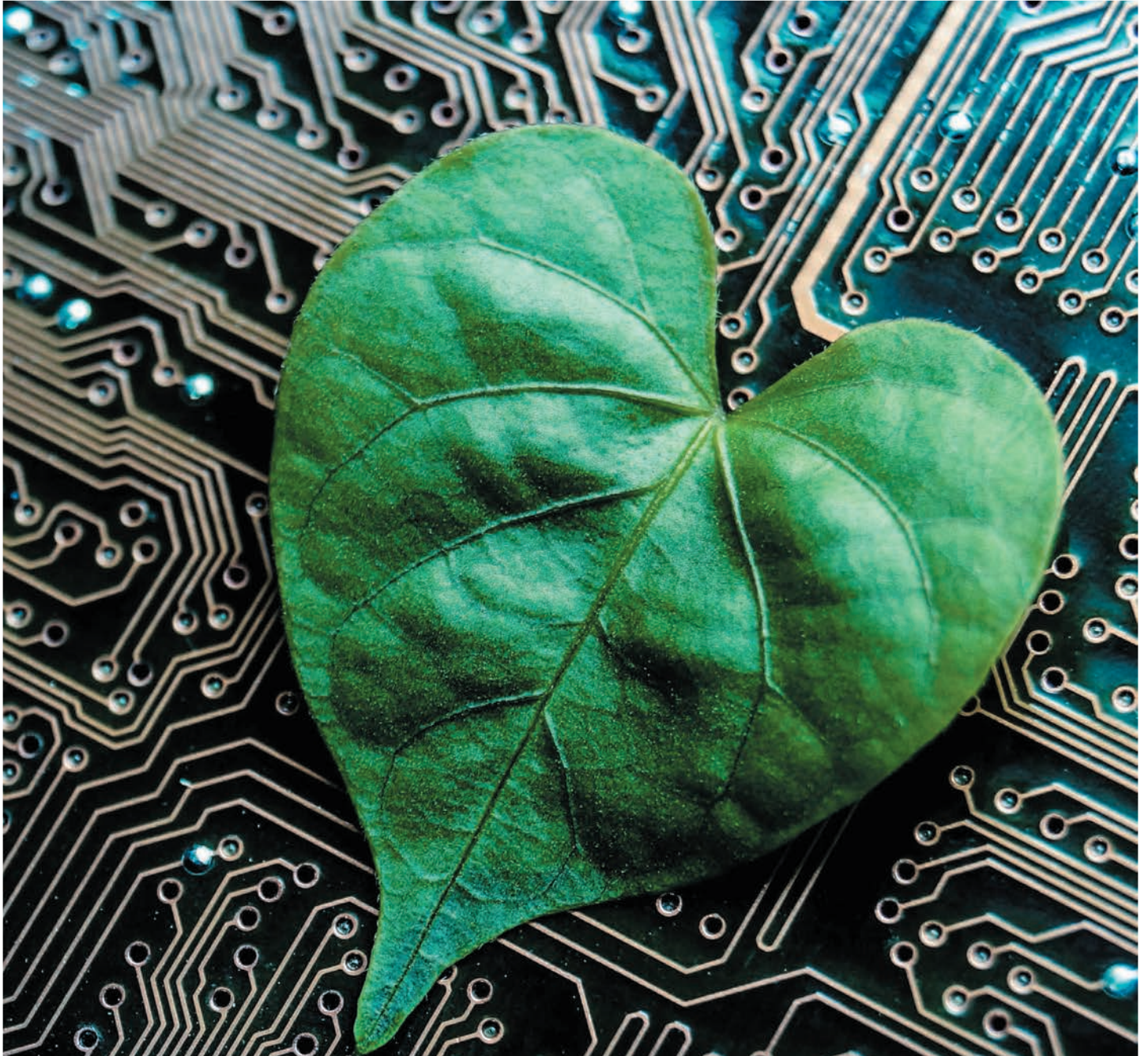


02
2022

ACHEVÉE mandiri



SUSTAINABLE IN DIGITAL LIFE

Optimis Hadapi Era Baru dengan Semangat Berkelanjutan

bankmandiri.co.id/en/wealth-management



BUMN UNTUK
INDONESIA

mandiri
prioritas

beli SBN sekunder dapatkan
cash reward s.d. Rp2 juta*



segera download



hingga 31 Desember 2022

*info: bmri.id/sbnsekundergift



G20
INDONESIA
2022

mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id

f Bank Mandiri **t** @bankmandiri **o** Bank Mandiri **g** @bankmandiri

Bank Mandiri Tersaftar dan
Dianalisis oleh Otoritas Jasa Keuangan



redaksi

Dewan Redaksi

Ursula Sista Pravesthi
Febi Sudradjat
Pandu Dewantara S.

Redaktur Pelaksana

Dian Puspasari
Vera Feberiani Sitorus
Aryo Budi Triatmojo
Agus Santoso

diterbitkan oleh

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk.

Wealth Management Group

Menara Mandiri 1 Lt.22
Jl. Jend. Sudirman Kav.54-55
Jakarta Selatan 12190
T: (021) 3002 8718
F: (021) 230 00714
E: helpdesk.markom@bankmandiri.co.id

bekerjasama dengan

GC Creative House (GCM Group)

Jl. Sukabumi No.36, Menteng
Jakarta Pusat 10310

Untuk pemasangan iklan, hubungi:
Anggia Stefani | T: 0812-1379-5131
E: anggia.stefani@gcmgroup.id

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



Pembaca yang tercinta,

Seperti tak terasa, tahun 2022 sudah memasuki kuartal ke-4, dengan situasi pandemi yang makin positif, yakni mengarah pada kondisi endemi. Meski demikian, kita tetap perlu waspada dan menjaga kondisi diri dan sekitar agar terhindar dari virus dan penyakit.

Dalam edisi dengan tatanan yang lebih segar ini, kami menampilkan tema *sustainability*, di mana hal ini perlu diterapkan di semua sektor; mulai dari diri sendiri, hingga dalam sektor bisnis dan industri. Kesadaran akan hidup berkelanjutan akan dapat membantu kita dan generasi mendatang untuk hidup lebih baik dan Bumi yang makin terpelihara.

Jangan lewatkan artikel-artikel menarik yang kami ulas khusus untuk Anda; tentang transformasi digital dan konsep keberlanjutan dalam lingkup bisnis global, proyeksi keuntungan di pasar obligasi, bentuk-bentuk gaya hidup keberlanjutan, pesona wisata tentang *mental healing*, juga bahasan inspiratif tentang bagaimana agar dapat bangkit dan pulih lebih kuat.

Simak juga ulasan seni, hobi, wisata, juga yang baru, beragam rekomendasi buku, musik, dan film yang dapat membantu menyemarakkan hari-hari Anda. Ini adalah bentuk nyata upaya kami memberikan yang terbaik untuk para pembaca Achevee yang setia.

Semoga kita tetap sehat dan jalani kehidupan yang semakin baik.

Salam,

Aquarius Rudianto

“Sustainability is the integration of environmental health, social equity, and economic vitality in order to create thriving, healthy, diverse and resilient communities for this generation and generations to come.”

– UCLA Sustainability Committee, 2016

contents

Edisi 02 · 2022



16



20



57



40



44



48

Cover : 123RF

style

6 Glam in a Snapshot

7 Energetic & Stylish

priority event

8 Investasi ESG
Dorong Pemulihan
Ekonomi Jangka Panjang

12 Creating Opportunity
Towards Volatility:
Equity & Bond Market
Ladang Emas
di Pasar Obligasi

16 Exclusive Preview of
Bvlgari in Collaboration
with Iwan Tirta

fashion notes

20 Sustainable Fashion,
Upaya Mencegah Dampak
Negatif Fashion terhadap
Manusia dan Bumi

beauty news

26 GUA SHA: Metode Pijat
Wajah dengan Manfaat
Kecantikan

nutrition facts

28 Mulai Pola Hidup Sehat
dengan Beras Porang

highlights

30 Bertransformasi Digital
Demi Bisnis yang
Berkelanjutan

today's business

35 Konsistensi Komitmen
Total Bank Mandiri
untuk Negeri di Usia ke-24

success story

40 Lili Yusnita
Mengunggah Pesan
Bernilai di Balik
Arra Beauty

44 dr. Ben Widaya
'Sickcation'
Experience

48 Dr. dr. W. Andralia Kartolo, MSc(UK)
Rahasia Indah
Dokter Jelita

inspiration

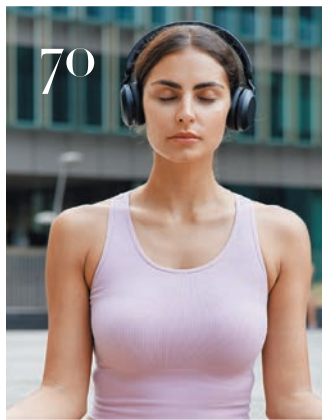
52 Pesan Pelangi

wealth management

54 Mandiri Jadi Digital dan Kekinian:
Meningkatkan Inklusi Keuangan
Melalui Digital Banking

health info

57 Mewaspada Penyakit
Cacar Monyet



pop culture

60 Streetwear, Ekspresi
Fashion Remaja Sub Urban

market outlook

64 Indonesia
Menghadang Krisis

music

70 Musik yang
Menyembuhkan

ragam hobi

73 Seni Merajut,
Hobi Seru yang
Bisa Jadi Peluang Bisnis



ulasan karya

76 Guillermo del Toro's
Pinocchio

automotive

82 Evolusi Elektrik

who's who

86 Step Up
for Sustainability

techno

90 Penerapan Teknologi
Hijau untuk Pengendalian
Perubahan Iklim



home

93 Menyegarkan Rumah
dengan Tanaman Hias
Mahal dan Langka

pesona wisata

97 Spiritual Healing,
Penyembuhan Seluruh
Jiwa Raga

referensi seni

102 Aksi Kepedulian
Terhadap Kondisi Bumi
dari Para Pelaku Seni



citarasa

106 Wisata Kuliner dengan
Misi Lingkungan
Berkelanjutan

111 promo

112
travel &
lifestyle privileges

GLAM IN A SNAPSHOT



Thuso Mbedu
in Tory Burch Resort 2023



Lana Condor
in Tory Burch



Chloe Fineman
in Tory Burch Resort 2023

GIVENCHY SOHO STORE

Givenchy mengundang sahabat dari rumah mode tersebut di Nine Orchard rooftop untuk merayakan pembukaan butik Givenchy di SoHo pada tanggal 10 September 2022 lalu. Matthew M. Williams, selaku direktur kreatif Givenchy mengundang berbagai *supermodels*, *stylists*, *seniman*, *rapper* hingga *influencers* seperti, Vittoria Ceretti, Agathe Mougin, Amber Valetta, Bloody Osiris, Chloe Wise, Coi Leray, dan masih banyak lagi. Acara tersebut bekerja sama dengan majalah Purple yang merayakan hari jadinya ke-30 tahun dengan penampilan spesial dari Paul Sevigny dan Venus X.



Matthew M. Williams &
Vittoria Ceretti |

TORY BURCH SS 2023

Tory Burch baru saja menggelar pergelaran mode koleksinya terbaru dalam New York Fashion Week SS2023. Dalam pergelaran kali ini, koleksi yang diusung terinspirasi dari seorang desainer mode asal Amerika Claire McCardell yang terkenal menciptakan *American sportswear*. Event tahunan ini juga bertaburan bintang dan *internet personality*, di antaranya Thuso Mbedu, Chloe Fineman, Arden Cho, Lana Condor, Coco Rocha, Imaan Hammam, Victoria Magrath, Valentina Ferragni, dan masih banyak lagi.



LOUIS VUITTON VIRGIL ABLOH BOOK

Louis Vuitton kembali menerbitkan buku yang berisi tentang direktur artistiknya atau kolaborator yang pernah bekerja

sama dengannya. Kali ini sosok yang membuat sebuah gebrakan di industri mode, Virgil Abloh, mantan direktur kreatif Louis Vuitton mendapatkan haknya. *Coffee table book* ini memuat foto-foto momen penting Abloh dari tahun 2018, awal karirnya di rumah mode ini hingga akhir hayatnya. Buku ini ditulis oleh Anders Christian Madsen, penulis kontributor yang dekat dengan Abloh dan pada buku ini ia menceritakan informasi yang belum pernah tersebar. Sampul depan terdapat dua variasi, satu bergambar balon udara *show* Louis Vuitton di Miami *tribute* kepada Abloh dan kartun karya Reggieknow untuk koleksi menswear SS2021.

BERLUTI PLAYOFF SNEAKERS



Sepatu *high top sneakers* model untuk pebasket di era 80-an dan awal 90-an menjadi inspirasi Playoff Sneakers koleksi FW 2022 Berluti. Sepatu ini menggunakan material kulit Venezia dengan nilai-nilai warisan pengolahan kulit mewah Italia. Terbuat dari 80 lembar potongan kulit, dengan sol yang akan mengikuti tapak kaki pengguna bernama *scritto* yang merupakan *trademark* Berluti, serta pewarnaan *patina* pada seluruh kulit yang juga ciri khas label asal Italia ini.

ENERGETIC & STYLISH

**CARTIER AT
BIENNALE CINEMA 2022**

Diinisiasikan pada tahun 2021, Cartier menjadi partner resmi Venice International Film Festival – Biennale Cinema 2022 yang merupakan komitmen *brand* tersebut pada industri perfilman. Cartier mempunyai sejarah panjang dalam industri perfilman dan sebagian perhiasan yang pernah tampil pada beragam film dipamerkan di Venesia pada 30 Agustus hingga 11 September 2022 lalu. Salah satu perhiasan yang dipamerkan adalah kalung dari platinum dan berlian *baguette-cut* dengan total 64 karat yang merupakan awalnya dimiliki oleh Princess Grace dari Monaco.

**CHOPARD MY HAPPY HEART**

Chopard mengerti akan perempuan dan memakai perhiasan bagi mereka adalah sebuah kesenangan tersendiri. Oleh karena itu, Chopard merilis rangkaian koleksi My Happy Heart yang terdiri dari kalung, anting, cincin dan gelang. Desain utama menggunakan bentuk hati yang tebal dengan permukaan dihiasi cangkang mutiara, *carnelian* merah, kristal *sapphire* yang di dalamnya terdapat *dancing diamond* yang merupakan ciri khas Chopard. Terdapat pula yang bertabur *ethical diamonds* yang seluruhnya menggunakan logam mulia emas putih serta emas pink 18 karat.

**PIAGET SOLSTICE 2022**

Piaget Solstice bercerita tentang perayaan, saat kebahagiaan mencuat, warna yang bersinar terang, dan pendar emas serta bebatuan berharga nampak lebih kuat. Terinspirasi dari pakaian adibusana, desain yang *fluid* serta *craftsmanship* yang unik. Perhiasan Piaget koleksi terbaru ini menggunakan batu opal hitam dari Australia, zamrud Zambia, safir dari Sri Lanka dan Madagaskar yang eksepsional dengan penataan yang lembut sehingga memberi kilau yang kuat dan penuh energi.

BREGUET CLASSIQUE DAME 8068

Koleksi terbaru dari Breguet Classique Dame diinterpretasikan kembali dengan tampilan yang lebih kontemporer dan kuat. Bezel bermaterial emas putih dan emas pink, dengan 3 tali jam tangan berwarna berbeda dan dapat diganti sesuai keinginan, bagian *crown* yang dihiasi batu berlian berpotongan *cabochon*, buhuan berlian sebanyak 64 dengan *brilliant-cut* pada *case* ukuran 30 mm serta *lugs*, dan dial yang dihiasan *mother-of-pearl*. Sedangkan pada mesin menggunakan Calibre 537/3 dengan 191 komponen.





INVESTASI ESG DORONG PEMULIHAN EKONOMI JANGKA PANJANG

Pemerintah dukung investasi berbasis ESG untuk mendorong pertumbuhan ekonomi pasca pandemi.

Investasi berbasis berkelanjutan atau yang dikenal dengan istilah Environmental, Social and Governance (ESG) akan berperan besar dalam proses pertumbuhan ekonomi nasional.

Bank Mandiri mengadakan Webinar Wealth Management dengan tema “Road to Economic Recovery and New Investment Trend (ESG)” pada tanggal 21 Juni 2022 lalu dengan pembicara Masyita Crystallin, Staf Khusus Menteri Keuangan RI bidang Perumusan Kebijakan Fiskal dan Makroekonomi; Andry Asmoro, Chief Economist Bank Mandiri serta Demetrius Ari Pitojo, CFA, Supervisory Board Member of CFA Society Indonesia & Research Fellow of Mandiri Institute.

Acara ini dibuka oleh sambutan dari Febi Sudrajat, Vice President Wealth Management Bank Mandiri. Dalam sambutannya, ia menyampaikan bahwa Bank Mandiri selalu siap membantu para nasabah prioritas untuk terus memperbaiki portfolio, serta bekerja sama dengan pemerintah dalam program pemulihan ekonomi pasca pandemi.

HARGA KOMODITAS MASIH TINGGI

Pertumbuhan ekonomi tanah air, seperti disampaikan Masyita, pada kuartal pertama tahun 2022 masih menunjukkan angka yang positif. Tekanan geopolitik global sempat berpengaruh pada harga komoditas dan inflasi yang tinggi, namun

pertumbuhan ekonomi Indonesia pada sektor komoditas masih terus menguat. Pemulihan ekonomi yang perlahan membaik ditunjukkan dari tingkat pengangguran dan kemiskinan yang perlahan menurun dari kondisi tahun lalu.

“Pemerintah terus memastikan tingkat harga dalam negeri serta tingkat kebutuhan masyarakat terpenuhi, sambil tetap berusaha tingkat impor dan ekspor agar inflasi bisa dikendalikan,” kata Masyita.

Sektor komoditas dalam negeri diperkirakan akan terus Berjaya. Seperti disampaikan Andry Asmoro, “Proyeksi kami harga komoditas masih akan tinggi untuk 1-2 tahun ke depan. Dengan begitu, ini akan mendorong pertumbuhan ekonomi kuartal kedua, terutama di daerah penghasil komoditas.” Perbaikan ekonomi Indonesia akan sangat terdorong oleh pertumbuhan ekonomi di daerah-daerah penghasil komoditas.

Sementara konsumsi pribadi akan ternormalisasi, tingkat belanja masyarakat terus membaik karena kondisi pandemi sudah berubah menjadi endemi. “Di sini mobilitas masyarakat akan menjadi kunci. Saat masa pandemi, ketika mobilitas masyarakat sangat dibatasi, tingkat konsumsi juga menurun. Maka di saat sekarang, mobilitas sudah dilonggarkan, tingkat konsumsi masyarakat kembali normal, maka tingkat inflasi juga terpengaruh,” kata Andry.

Road To Economic Recovery and New Investment Trend (ESG)

Indonesia Economic Update 2H: Optimizing the momentum from some positive factors (1/3)

- Commodity price will remain high in the next 1-2 year due to supply shock
- Private consumption was posted with better performance this year and expected to be more resilient compared to last year
- Shifting of Covid-19 case status to endemic will ensure mobility
- 'Broader-based recovery' on sectors that will lead to potential demand for loan
- We maintain our Economic Growth forecast of 5.17% in 2022

Source: GDP 2022

Road To Economic Recovery and New Investment Trend (ESG)

The Global Economic Challenges: Prolonged War, Stagflation, and Bearish Market (2/2)

Potential correction for over-shooted commodity prices

Commodity	Spot Price	Forward price in 2022	Forward price in 2023	Forward price in 2024
Oil (Brent)	118.5	102.5	113.68	146.3
Oil (WTI)	100.5	88.5	100.5	130.5
Gold (London)	188.5	182.4	190.2	189.3
Gold (New York)	1,833	1,875	1,913.8	1,977.8
Iron Ore (62% Fe)	23,797	24,423	27,712	31,964
Aluminum (Metal)	1,82	1,71	1,78	1,85

De-globalization persists and pushed the food prices

Country	Time Period	Product
Russia	Feb22 - Aug22	Wheat, Corn, Sugar, Fertilizer, Grains
Ukraine	Mar22 - Dec22	Poultry, Egg, Meat
India	May22 - Dec22	Wheat
China	Sep21 - Dec 22	Fertilizer
Indonesia	Jan-Feb22, Apr-May22	Cofal, CPO
Argentina	Dec-21	Corn, Wheat
Hungary, Bulgaria, Serbia	March/Apr 22	Grains

Source: Bloomberg, OPEC, OEC Calculations

Road To Economic Recovery and New Investment Trend (ESG)

KEBERLANGSUNGAN USAHA MENJADI TUJUAN UTAMA PENERAPAN ESG DALAM BERINVESTASI

- "Sebagai investor institusi, kami memiliki kewajiban untuk bertindak demi kepentingan jangka panjang terbaik dari penerima manfaat kami. Dalam peran fidusia ini, kami percaya bahwa masalah lingkungan, sosial, dan tata kelola perusahaan (ESG) dapat memengaruhi kinerja portofolio investasi (dalam berbagai tingkat di seluruh perusahaan, sektor, wilayah, kelas aset, dan sepanjang waktu). Kami juga menyadari bahwa menerapkan prinsip-prinsip ini dapat lebih menyelaraskan investor dengan tujuan masyarakat yang lebih luas.
- (Komitmen penanda tangan Principles of Responsible Investment)

PASAR MODAL INDONESIA LEBIH BAIK

Kondisi yang disebutkan kedua pembicara tadi, menurut Ari terefleksi di pasar modal secara global. "Sebenarnya kondisi pasar modal di Indonesia lebih baik daripada di negara maju. Harga saham meningkat meski obligasi turun. Saat inflasi seperti sekarang saham memiliki prospek lebih baik," kata Ari.

Ia menyampaikan bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat baik dan menguntungkan, terutama Indonesia merupakan negara penghasil komoditas yang saat ini menjadi penting, seperti batubara. Serta ada rencana pemerintah untuk melakukan industrialisasi komoditas. Dari sisi investasi kondisi ini sangat menarik.

"Dari sisi tren investasi, meski pasar global sedang terguncang namun pasar modal dalam negeri masih cukup bagus. Perusahaan-perusahaan nasional justru di saat inflasi pendapatannya malah semakin bagus. Ini dapat dimanfaatkan untuk berinvestasi secara bertahap karena peak inflasi belum diketahui," kata Ari.

TREN INVESTASI ESG

Investasi berwawasan ESG yang bergeser kuat sejak 2015 diawali dengan ditandatanganinya Prinsip PBB untuk Investasi Bertanggung Jawab, dan telah meningkatkan aset yang dikelola untuk produk terkait ESG lebih dari 500% sejak 2015.

Pemerintah, dalam hal ini Kementerian Keuangan, menyediakan banyak intensif bagi perusahaan yang menerapkan prinsip ESG. “Indonesia memiliki potensi besar untuk menurunkan emisi dari sektor kehutanan dan sektor energi, baik dengan atau tanpa bantuan pendanaan internasional,” kata Masyita. Untuk mengantisipasi perubahan iklim, Indonesia telah melakukan berbagai upaya, di antaranya menginisiasi sistem penganggaran perubahan iklim atau Climate Budget Tagging dalam APBN.

Faktor perubahan iklim memang tengah menjadi isu panas secara global. Serangan hawa panas di Eropa dan banjir bandang yang baru saja terjadi di Pakistan semakin mendorong dunia investasi global untuk berpihak pada perusahaan dan industri hijau.

Investasi berwawasan ESG dijelaskan Ari sebagai, “Kami sebagai pengelola aset bertindak demi kepentingan jangka panjang terbaik dari penerima manfaat kami. Untuk mencapai pertumbuhan, perusahaan itu harus berkelakuan baik, juga termasuk bagi pihak di luar pemegang saham. Kita ingin investasi kita bertumbuh terus dalam jangka panjang dan perusahaan memberi manfaat bagi lingkungan & masyarakat karena kelangsungan hidup perusahaan bergantung pada lingkungan dan masyarakat.”

Jika ingin menerapkan prinsip ESG, calon investor harus melihat laporan keuangan dan laporan keberlanjutan perusahaan. Tantangannya, karena ESG masih terhitung baru sehingga standar *sustainability* (keberlanjutan) ini belum pasti. Standar yang berlaku secara global masih dalam pengembangan.

Pertumbuhan investasi berbasis ESG di tingkat global sudah mencapai angka 1/3 dari total aset perusahaan, sedangkan di tanah air jumlahnya masih dibawah 1%. Ditengah volatilitas ini, kebutuhan untuk memastikan keberlanjutan lingkungan,

sosial dan tata kelola ini selalu ada, terutama perhatian pada perubahan iklim. Ini menjadi penting dan mau tidak mau menjadi faktor menentukan keberlanjutan sebuah perusahaan. “Akibat perubahan iklim, posisi Indonesia sebenarnya sangat bagus karena kita punya potensi besar, namun hal ini kurang diketahui investor asing. Karena itu, perlu ada komunikasi yang baik soal potensi ini kepada investor asing,” kata Ari.

Bagi dunia perbankan, tren investasi ESG ini sangat menjanjikan. Seperti disampaikan Andry, tren ini dapat mendorong pertumbuhan kredit ke depannya. “Ini potensi besar bagi perbankan. Asalkan memberikan perhatian khusus pada faktor perubahan iklim agar dapat menghitung faktor risiko investasi dengan lebih tepat,” kata Andry.





CREATING OPPORTUNITY TOWARDS VOLATILITY: EQUITY & BOND MARKET LADANG EMAS DI PASAR OBLIGASI

*Mandiri Sekuritas proyeksikan
keuntungan besar di pasar obligasi.*

Bank Mandiri kembali menggelar webinar Digital Market Outlook 2022 dengan tema *“Creating opportunity towards volatility: equity and bond market”* yang berlangsung secara offline dan online pada 12 Juli 2022 lalu. Acara yang dipandu oleh moderator **Astari Adityawati** ini menghadirkan dua narasumber; **Handy Yuniarto** Head - Division of Fixed Income Mandiri Sekuritas dan **Adrian Joezer** - Kepala Divisi Equity Research and Strategy Mandiri Sekuritas.

Acara dibuka dengan sambutan **Febi Sudrajat**, Vice President Wealth Management Bank Mandiri. Dalam sambutannya, Febi Sudrajat menyebutkan bahwa acara ini merupakan salah satu persembahan kepada nasabah prioritas untuk memberikan paparan terkait kondisi ekonomi terkini, pemulihan ekonomi dan bahasan terkait tren investasi. “Tentunya kami berharap acara ini dapat memberikan manfaat bagi para nasabah prioritas Bank Mandiri,” kata Febi.

PASAR OBLIGASI MASIH POSITIF

Hingga penghujung tahun 2022, para investor maupun calon investor masih bisa terus berharap pada keuntungan dari



pasar obligasi. Seperti disampaikan Handy Yuniarto, proyeksi pasar obligasi Indonesia di tahun 2022 masih akan tetap solid. "Karena faktor likuiditas rupiah yang masih melimpah. Memang, di tengah ketidakpastian perekonomian dunia, pasar obligasi Indonesia juga mengalami kenaikan *yield* akibat *foreign fund outflow*," katanya.

Handy memaparkan *yield* obligasi selama kurun 2004 sampai 2022 mengalami tren penurunan. Meskipun trennya menurun, *return* investasi obligasi dalam periode tersebut mencatatkan angka positif yang cukup besar.

Keuntungan akan didapatkan investor saat menjual kembali aset yang dimilikinya. Dibandingkan dengan negara-negara lain, *bond yield* (yield obligasi) Indonesia dengan mencatatkan kenaikan. Kenaikannya bukan karena faktor domestik tapi karena faktor global. "Hal ini menjadi *game changer* bahwa pasar obligasi kita ternyata jauh lebih *resilient* dibandingkan dengan pasar-pasar *emerging*," kata Handy.

Ketahanan pasar obligasi di dalam negeri disebabkan oleh tingkat inflasi Indonesia lebih rendah dibandingkan dengan negara lain. "Dan ekonomi kita saat ini sedang *early stage*

recovery, secara pertumbuhan ekonomi kita masih *below potential*. Kedua, kita diuntungkan oleh harga komoditas yang banyak dihasilkan oleh negara kita," katanya.

Kondisi ini ikut terbantu oleh dukungan investor domestik untuk obligasi pemerintah yang tinggi. "Kenaikan *yield* obligasi pemerintah Indonesia relatif lebih kecil dibandingkan negara-negara *emerging market* lainnya," kata Handy. Selama faktor likuiditas rupiah masih melimpah, dukungan investor domestik kepada obligasi pemerintah akan terus solid.

Meski demikian, Handy melihat ada beberapa perkembangan positif di pasar obligasi setelah pandemi ini. Menurutnya, setelah pandemi ketergantungan asing semakin berkurang dimana porsi asing di pasar obligasi terus turun dibawah 20 persen dari posisi tertinggi sempat di atas 40 persen.

"Selain itu, saat ini investor asing yang berinvestasi di obligasi juga lebih *long term investors*, tercermin dari porsi bank sentral asing di pasar obligasi Indonesia meningkat menjadi 26 persen dari sebelumnya hanya 17 persen," terang Handy. Jika konsumsi masyarakat kembali normal, maka tingkat inflasi juga terpengaruh," kata Andry.



Yr	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD
Yr	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD	YTD
2.5	(2.8)	24.3%	-0.10	(3.1)	HOLD	Est	Jan-24	0					
2.6	(6.3)	24.8%	0.00	(3.1)	HOLD	Est	Mar-24	0					
3.6	(5.3)	25.5%	2.00	(3.1)	HOLD	Est	Mar-24	0					
7.7	(4.3)	19.8%	0.50	(3.1)	HOLD	Est	May-21	0					
2.5	0.7	(81.2%)	3.70	3.2	HOLD	Est	Jan-23	100					
15.6	(12.7)	-20.6%	0.00	(3.1)	HOLD	Est	Mar-24	0					
18.9	(16.0)	-18.4%	0.00	(3.1)	HOLD	Est	Mar-24	0					
6.0	(2.6)	-13.2%	1.75	(3.1)	HOLD	Est	May-22	75					
2.6	3.8	-9.6%	2.25	(3.1)	HOLD	Est	Mar-22	100					
12.5	(6.1)	(80.9%)	9.00	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	475					
15.8	16.7%	11.4%	6.50	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	475					
6.1	0.9	-22.7%	2.50	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
4.4	0.7	-1.7%	0.9	(3.1)	HOLD	Est	Jan-23	100					
7.0	0.6	-1.0%	1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-23	100					
11.7	(9.0)	-11.1%	1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
14.5	(5.0)	-17.4%	1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
8.0	3.0	-12.5%	1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
15.9	(6.8)	9.4%	1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
6.5	4.1	-17.7%	1.0	(3.1)	HOLD	Est	May-20	100					
9.7	3.0		1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
11.9	2.4		1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-22	100					
78.6	(60.5)		1.0	(3.1)	HOLD	Est	Jan-21	0					
13.5													
2.5													

MENJAGA KETAHANAN EKONOMI NASIONAL

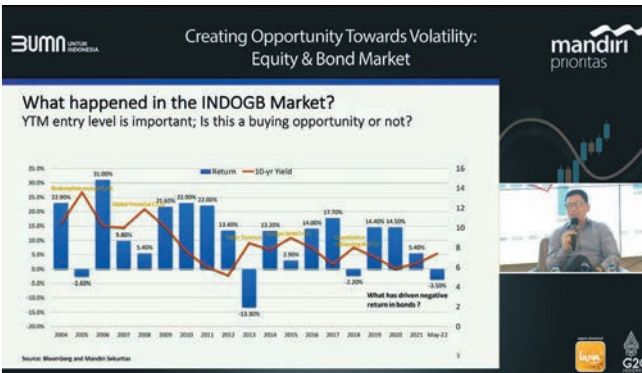
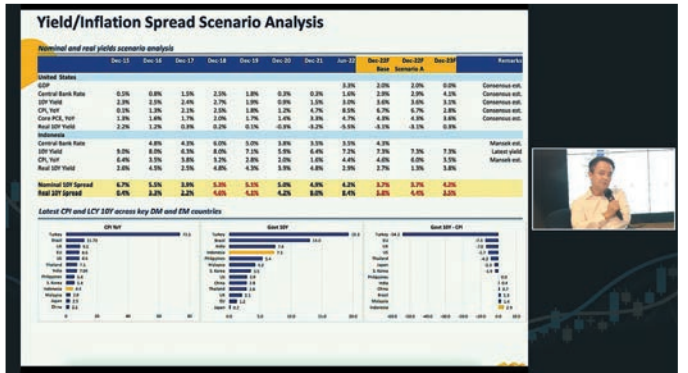
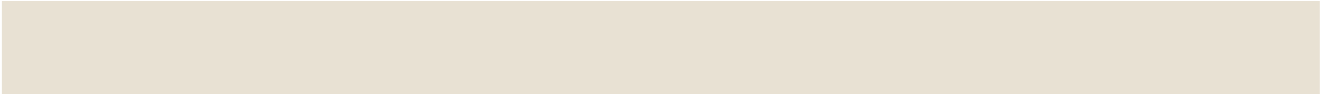
Kenaikan IHSG hingga pertengahan tahun ini, menurut Adrian Joezer didukung oleh pertumbuhan *earning per share* (EPS) atau laba per saham emiten. Perubahan kondisi pandemi Covid-19 menjadi endemi, serta naiknya harga produk komoditas yang diharapkan dapat berujung kepada peningkatan konsumsi, sehingga memicu terjadinya *capex cycle* dan *labor rehiring* pada semester kedua 2022.

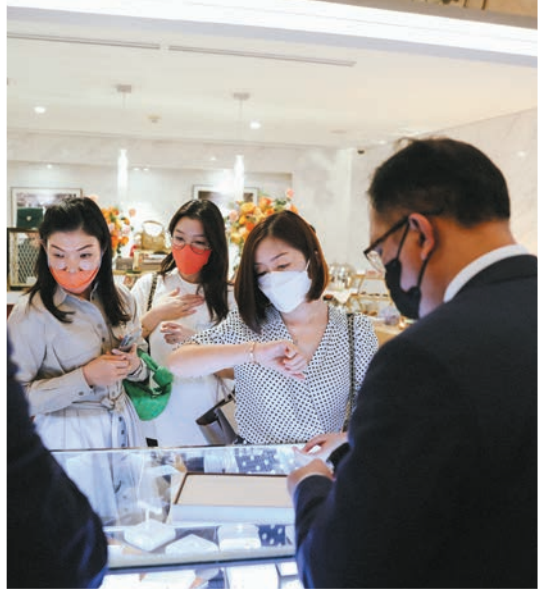
Kondisi positif ini tentunya sifatnya krusial bagi perbaikan perekonomian tanah air. "Hal terpenting adalah ketahanan ekonomi Indonesia terhadap *external risk*. Seperti menguatnya neraca perdagangan, menyehatkan *external debt to GDP*, membaiknya kondisi likuiditas domestik, dan terjaganya tingkat inflasi," kata Adrian.

Adrian menambahkan volatilitas global juga diproyeksikan

masih akan terus berlangsung. Namun Indonesia, menurutnya, masih lebih *resilient* terhadap resiko eksternal. Hal ini disebabkan oleh valuasi saham yang tidak terlalu mahal, pertumbuhan EPS yang tinggi, kondisi likuiditas domestik yang kuat didukung oleh neraca perdagangan yang positif, serta *real yield* yang masih positif dan tinggi relatif dibandingkan negara-negara lain.

Meski optimis, investor diharapkan tetap waspada karena inflasi di tanah air masih terus berlanjut. Di tengah ketidakpastian ekonomi, perang Rusia dan Ukraina, disrupsi rantai pasokan, kenaikan inflasi yang diikuti dengan kenaikan suku bunga global, maka diversifikasi portofolio investasi menjadi sangat penting. Karena itu, Handy menyebutkan obligasi menjadi instrumen yang menarik karena memberikan *cash flow* kupon yang pasti dengan tingkat imbal hasil yang masih menarik dan nilai pokok investasinya akan kembali lagi pada saat jatuh tempo.





EXCLUSIVE PREVIEW OF BVLGARI IN COLLABORATION WITH IWAN TIRTA

*Padu padan gaya mewah dan unik dari perhiasan
koleksi Bvlgari dan batik Iwan Tirta*

Desain mewah dan sarat inovasi menempatkan **Bvlgari** di jajaran papan atas merek perhiasan berkelas dunia. Sejak didirikan pada 1884 oleh Sotirios Voulgaris, Bvlgari berhasil mengukir nama melalui berbagai perhiasan hingga *leather goods* yang cantik dan *edgy*.

Setelah lama berkolaborasi dengan Bank Mandiri, Bvlgari kembali hadir dengan berbagai koleksi terbaru. Kali ini Bvlgari hadir dalam sebuah *exclusive preview* yang berkolaborasi dengan koleksi batik **Iwan Tirta**. *Event trunk show* yang berlangsung pada Kamis, 14 Juli 2022 ini khusus dilaksanakan bagi para nasabah Mandiri Prioritas.

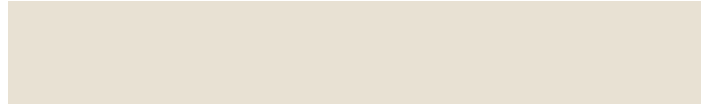
Acara dibuka dengan sambutan dari **Febi Sudrajat** selalu Vice President Mandiri Wealth Management yang berharap Bank Mandiri dapat terus bekerja sama dengan Bvlgari untuk memberikan berbagai penawaran terbaik bagi para nasabah prioritas. **Putri Soedarjo**, General Manager Bvlgari Indonesia, turut menyampaikan rasa bangganya bisa berkolaborasi dengan dua *brand* besar di Indonesia: Bank Mandiri dan Iwan Tirta. "Untuk acara kali ini, Bvlgari membawa banyak koleksi perhiasan *fall/winter* 2022 dan *line Serpenti* yang sudah menjadi favorit banyak klien kami," kata Putri.

Hal yang sama disampaikan juga oleh **Rindu Melati**, Head of Marketing Iwan Tirta. "Kami senang bisa ikut berkolaborasi dan akan terus mengeluarkan koleksi-koleksi baru. Bagi kami, batik bukan sekedar kain, setiap motif memiliki makna tersendiri. Setiap batik seperti kartu nama yang sesuai dengan personality setiap pemakainya," kata Rindu.

Trunk show kolaborasi Bvlgari dan Iwan Tirta terbagi dalam dua sekuen. Sekuen pertama mempersembahkan peragaan busana batik dari Iwan Tirta yang dipadupadankan dengan aksesoris dari Bvlgari.



Sekuen kedua merupakan sesi *fashion styling* bersama **Peter Zewet**, *fashion stylist* dengan pengalaman belasan tahun. Dengan bantuan model, Peter memadupadankan *dress* batik dari Iwan Tirta dengan beberapa perhiasan Bvlgari berbahan emas dan kulit. “Untuk *look* ke-1 ini, saya ingin menunjukkan kalau dengan mengubah satu aksesoris dapat mengubah seluruh penampilan. Jewelry berwarna *gold* dan *rose gold* akan sangat bagus sekali jika di-*mix* dengan batik,” kata Peter.



Sementara untuk *look ke-2*, Peter menampilkan pada padan yang lebih kasual dan *fun*. Kali ini ia memilih scarf batik yang dipasangkan dengan ring dari koleksi “*Save the Children*”, jam tangan *Serpenti* dan *leather handbag* berukuran kecil. *Fashion item* yang sederhana dan berukuran kecil bisa dipadupadankan untuk mendapatkan tampilan yang istimewa. Rindu Melati menambahkan semua kain batik Iwan Tirta yang dibuat dari natural *fiber*.

Untuk *look ke-3*, Peter memilih koleksi *BBflip* atau *Bvlgari Bvlgari* yang unik. Setiap *jewelry* dari *line BBflip* dapat di-*flip* atau dibalik untuk mendapatkan *look* yang berbeda. Kalung *diamond* jika dibalik akan terdapat *mother of pearl* di sisi lainnya. Serta terdapat tulisan ‘*Bvlgari*’ pada *jewelry*. “Koleksi ini terinspirasi oleh koin Italia kuno, seperti semua koleksi *Bvlgari* yang selalu mengambil inspirasi dari *Italian heritage* yang akan didapatkan oleh konsumen,” kata Putri Soedarjo.

Peter juga menambahkan ikat pinggang yang dipadankan dengan selendang persegi panjang dan dipercantik dengan *Gelati brooch*, yaitu bros imut berbentuk es krim gelato khas Italia yang merupakan *limited edition* dari *Bvlgari*.

Pada koleksi terakhir, model tampil mengenakan gaun batik dari koleksi *Dewa Raja*. Dress ini memiliki motif modang atau lidah api yang mengambil inspirasi dari atap pendopo keraton Mangkunegaraan Solo. Dipadankan dengan ikat pinggang *Bvlgari* untuk tampilan lebih ramping dan jam tangan *Serpenti Tubogas*. “Yang keren dari *Bvlgari* adalah Anda tidak perlu selalu mengenakan *jewelry* dari satu *line*, tapi bisa dipadankan dengan gaya yg lain atau koleksi aksesoris lainnya,” kata Peter.

Melalui *fashion styling* ini, Peter berharap para tamu undangan dapat terinspirasi bagaimana memadupadankan busana batik dengan perhiasan dan aksesoris lain dari *Bvlgari*.

Selain perhiasan dan jam tangan, dalam *exclusive preview* ini *Bvlgari* juga menampilkan berbagai *leather goods*, mulai dari *minibag* hingga *wallet* dalam berbagai warna.



SUSTAINABLE FASHION, UPAYA MENCEGAH DAMPAK NEGATIF FASHION TERHADAP MANUSIA DAN BUMI

Dampak perubahan iklim yang semakin serius menuntut perlunya mengubah industri fashion agar lebih berkelanjutan.

Isu perubahan iklim mendapat perhatian yang sangat serius dalam satu dekade terakhir, yang merupakan dekade dengan suhu terpanas di Bumi dalam 170 tahun. Salah satu industri yang mendapat sorotan khusus jika dikaitkan dengan isu perubahan iklim adalah *fashion*, yang merupakan industri dengan dampak lingkungan dan sosial yang sangat besar di seluruh dunia.

Karena begitu signifikannya kontribusi industri *fashion* terhadap perubahan iklim, maka pihak-pihak yang berwenang

sangat mengharapkan agar para pengusaha serta pemain di industri ini ikut terlibat dan bertindak sesegera mungkin untuk mengurangi emisi gas rumah kaca (GRK) yang dihasilkan. Dengan demikian, target untuk membatasi kenaikan suhu Bumi maksimal 1,5 derajat Celsius, di Perjanjian Paris yang dibuat pada 2015 saat berlangsungnya COP 21 UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*), dapat terwujud.

SUSTAINABLE FASHION DAN ISU-ISU DI BALIKNYA

United Nations Alliance for Sustainable Fashion, sebuah inisiatif dari beberapa badan PBB dan organisasi dunia terkait yang fokus ke sektor *fashion* agar dapat mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, mengartikan *fashion* sebagai busana, aksesoris, dan alas kaki, yang terbuat dari tekstil, kulit, dan bahan-bahan terkait. Di balik itu, ada proses produksi bahan mentah, manufaktur, distribusi, pemakaian, dan pembuangan.

Menurut aliansi ini, *sustainable fashion* mencakup isu-isu sosial dan isu-isu lingkungan. Isu-isu sosial di antaranya berupa perbaikan kondisi kerja dan remunerasi yang adil bagi pekerja, sementara isu-isu lingkungan termasuk pengurangan aliran limbah industri dan polusi air, penurunan kontribusi terhadap emisi GRK, mengatasi masalah produksi berlebih, serta mendukung keanekaragaman hayati.

Tak bisa dipungkiri, industri *fashion* mendapat perhatian yang begitu besar jika dikaitkan dengan perubahan iklim, karena kontribusinya terhadap isu lingkungan dan isu sosial memang sangat signifikan. Tahukah Anda bahwa di balik pembuatan sebuah celana jeans, mulai dari pengolahan kapas sampai produk dijual di toko, membutuhkan 3.781 liter air? Atau bahwa industri *fashion* memperkerjakan 300 orang di seluruh dunia, kebanyakan dari mereka adalah perempuan dan tidak diberi imbalan dengan layak.







Beberapa fakta dampak lingkungan dari industri *fashion* yang dikemukakan UNEP (United Nations Environment Programme) dan Ellen MacArthur Foundation berikut mungkin akan membuat Anda tercengang membacanya:

- Industri *fashion* bertanggung jawab atas 10 persen emisi karbon tahunan di seluruh dunia, jumlah yang melebihi gabungan semua penerbangan internasional dan pelayaran laut. Dengan jumlah ini, emisi GRK yang dihasilkan industri *fashion* diperkirakan akan melonjak lebih dari 50% pada tahun 2030.
- Setiap tahun, industri *fashion* menghabiskan air sebanyak 93 miliar meter³. Jumlah ini cukup untuk mengisi lebih dari 80 juta kolam renang ukuran olimpiade, serta dapat memenuhi kebutuhan air dari lima juta orang dalam setahun.
- Sekitar 20 persen air limbah di seluruh dunia berasal dari pencelupan dan pengolahan kain.
- Dari total serat yang digunakan untuk memproduksi busana, 87 persen di antaranya dibakar atau dibuang di tempat pembuangan akhir.
- Setiap tahunnya, sekitar setengah juta ton mikrofiber plastik dibuang ke laut. Jumlah ini setara dengan 50 miliar botol plastik.

TAK LEPAS DARI ANDIL FAST FASHION

Membahas tentang *sustainable fashion*, tak bisa lepas dari *fast fashion*, yang bisa dikatakan sebagai faktor pemicunya. *Fast fashion* merupakan praktik produksi yang dilakukan secara

cepat dalam jumlah besar, untuk menghasilkan produk-produk *fashion* berkualitas rendah, harga murah, dan dapat dibuang dengan mudah jika trennya sudah lewat.

Produk-produk *fast fashion* hadir untuk mengakomodir keinginan masyarakat yang selalu ingin tampil trendi, biasanya diproduksi dengan meniru gaya dari busana yang ditampilkan saat pekan mode di kota-kota besar yang menjadi penentu tren. *Fast fashion* membuat masyarakat ingin selalu membeli busana terbaru yang sesuai tren, apalagi saat ini kebanyakan orang cenderung tak ingin ketinggalan tren atau FOMO (*fear of missing out*).

Dengan tingginya produksi produk-produk *fashion* ini, maka dampak sosial dan lingkungan dari industri *fashion* menjadi semakin tinggi. Jika *fast fashion* tidak segera diubah menjadi *sustainable fashion*, maka konsumsi busana jadi di seluruh dunia akan meningkat dengan cepat dari 62 juta ton pada 2019 menjadi 102 juta ton dalam 10 tahun ke depan.

Fast fashion juga membuat masyarakat cenderung jadi sangat mudah membuang busana yang mereka miliki jika ada kerusakan sedikit saja, atau jika busana dianggap sudah tidak lagi trendi. Ini membuat sepotong busana hanya dikenakan 7-10 kali sebelum dibuang, padahal untuk mengurangi sampah, sebaiknya sepotong busana dikenakan paling tidak 50 kali. Apalagi kebanyakan orang tidak terpikir untuk memperbaiki kerusakan, melakukan *recycle*, atau paling tidak mendonasikan busana yang sudah tidak lagi dikenakan.

UPAYA PELAKU FASHION UNTUK MEWUJUDKAN SUSTAINABLE FASHION

Digaungkannya *sustainable fashion* dengan gencar selama satu dekade terakhir membuat para pelaku *fashion*, terutama pada desainer *fashion*, mulai secara perlahan merangkul konsep ini.

Desainer **Nimco Adam** dari Somalia, yang dikenal sebagai *the queen of tie dye*, telah menerapkan konsep *sustainability* dalam mendesain busana sejak ia menyadari bahwa penggunaan pewarna kimia berefek buruk kepada manusia dan lingkungan. Ia juga telah berhenti menggunakan materi sintetis dan beralih ke tekstil yang ditenun dari materi alami seperti rami, bambu, bahkan kulit kayu. Ia juga menggunakan pewarna kain yang alami yang diekstraksi dari akar-akaran.

Di Indonesia, beberapa UMKM dari sektor *fashion* pun telah menerapkan *sustainable fashion*. Dikutip dari Magdalene.co, jenama Kanawida Batik dan Kana Goods yang didirikan oleh **Sancaya Rini** merupakan salah satu di antaranya. Untuk memproduksi kain Kanawida Batik, Sancaya memilih menggunakan pewarna alami yang diambil dari berbagai tanaman yang ada di rumahnya, seperti daun ketapang, jambu, mangga, dan rambutan, juga kulit rambutan, jengkol, dan manggis.

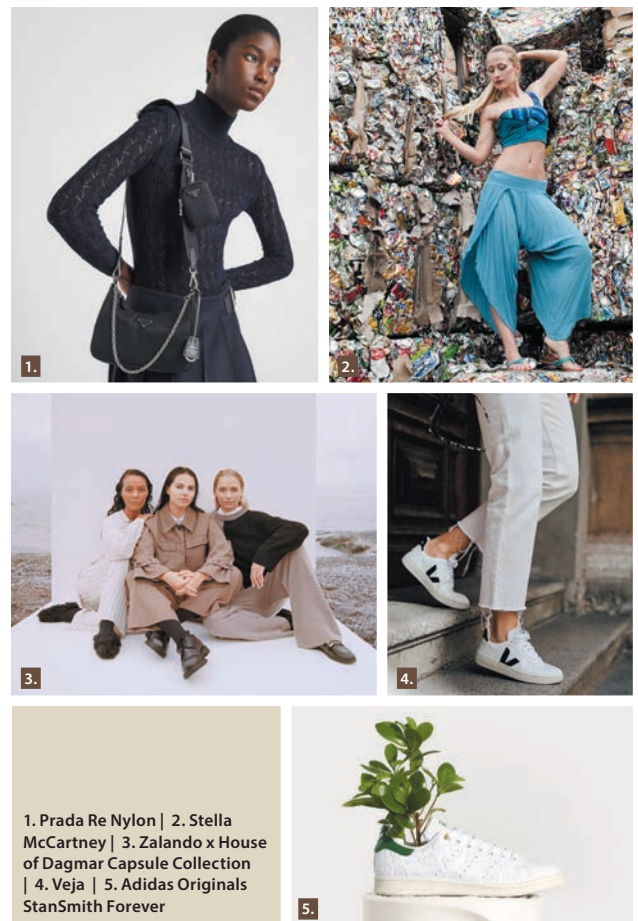
Sedangkan untuk kain batik yang digunakan untuk memproduksi busana dari Kana Goods, Sancaya menggunakan pewarna dari tanaman tarum (*indigofera tinctoria*) dan kecibeling (*strobilanthes*) untuk mendapatkan warna biru indigo. Ia juga mengurangi penggunaan bahan tak terurai dengan mengganti karet dan kancing plastik menjadi tali. Selain itu, jika warna batik mulai terlihat pudar dan kusam, konsumennya dapat meminta produk yang ia miliki untuk diwarnai ulang sehingga kembali tampak baru.

Lalu bagaimana dari pihak jenama besar? Pada COP 26 yang berlangsung tahun lalu di Glasgow, Skotlandia, ada 150 jenama, perusahaan, dan organisasi pendukung yang ikut menandatangani *Fashion Industry Charter for Climate Action*, di antaranya jenama-jenama besar dunia seperti Chanel, Hermes International, Burberry, Hugo Boss AG, Ralph Lauren, Adidas AG, dan Stella McCartney. Ada pula perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan *fashion* seperti YKK Corporation, Inditex, A.P. Moller – Maersk A/S, dan Asia Pacific Rayon.

Walaupun banyak pelaku *fashion* yang sudah memiliki kesadaran untuk mempraktikkan *sustainable fashion* secara

nyata, tapi ada pula perusahaan-perusahaan yang hanya melakukannya sebagai strategi bisnis. Salah satu bentuknya adalah *greenwashing*. Praktik ini dilakukan oleh perusahaan untuk memberi kesan bahwa mereka peduli terhadap dampak lingkungan dan sosial dari bisnis mereka; perusahaan pun tak segan mempromosikan ke masyarakat bahwa produk atau jasa yang mereka tawarkan bersifat ramah lingkungan.

Padahal faktanya tidaklah demikian dan tidak ada bukti yang nyata. Bisa pula terjadi, aksi kepedulian terhadap lingkungan dan sosial yang dilakukan perusahaan hanyalah dalam skala kecil tapi dibesar-besarkan lewat iklan dan promosi sehingga dapat digunakan untuk menutupi bisnis mereka yang sebenarnya sama sekali tidak ramah lingkungan.



1. Prada Re Nylon | 2. Stella McCartney | 3. Zalando x House of Dagmar Capsule Collection | 4. Veja | 5. Adidas Originals StanSmith Forever



MENJADIKAN *SUSTAINABLE FASHION* SEBAGAI PILIHAN

Tak hanya para pelaku *fashion* saja yang bergerak, masyarakat sebagai konsumen pun diharapkan dapat berkontribusi dalam mewujudkan *sustainable fashion*. Berikut ini beberapa cara yang dapat Anda lakukan untuk memastikan produk-produk *fashion* di lemari Anda sudah mengikuti konsep ini:

1 Membeli busana sesuai kebutuhan

Faktanya, 40 persen dari busana yang dibeli oleh konsumen tidak pernah dikenakan sama sekali. Karena itu, biasakan membeli busana saat Anda benar-benar membutuhkannya. Hindari gengsi mengenakan busana yang sama ke berbagai acara sehingga Anda tidak perlu lagi membeli yang baru. Anda juga dapat mengakali dengan membuat padu-padan yang *stylish* sehingga orang lain tidak sadar bahwa Anda sudah mengenakan busana yang sama berulang kali.

2 Membeli busana yang berkualitas tinggi

Busana yang berkualitas memang harganya cenderung lebih mahal, tapi daya tahannya juga jauh lebih tinggi. Busana-busana yang tergolong *fast fashion* biasanya dalam waktu sebentar saja sudah menurun kondisinya, misalnya warnanya pudar, jahitan lepas, atau kainnya lapuk sehingga mudah sobek dan berlubang. Dengan membeli busana yang berkualitas, Anda sebenarnya malah akan berhemat karena tak perlu berbelanja dalam waktu yang lama.

3 Beri dukungan kepada jenama yang menerapkan *sustainable fashion*

Mulai sekarang, Anda bisa lebih selektif membeli produk-produk *fashion*. Pertimbangkan untuk membeli busana dari produsen dan jenama yang terbukti memiliki kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan sosial yang terkait dengan *fashion* dan serius dalam mengatasi masalah tersebut. Jenama-jenama *fashion* yang ikut menandatangani *Fashion Industry Charter for Climate Action* bisa menjadi pilihan Anda.

4 Pertimbangkan untuk menyewa atau meminjam

Mungkin Anda tidak tahu kalau penyedia jasa penyewaan busana di kota Anda. Saatnya sekarang mencari tahu. Dengan menyewa, Anda tidak perlu membeli busana baru jika ingin tampil beda di sebuah acara. Anda bisa memilih opsi untuk berlangganan bulanan atau melakukan penyewaan sesekali saja. Selain menyewa, pertimbangkan juga untuk meminjam produk-produk *fashion* dari anggota keluarga atau teman-teman dekat. Saling meminjamkan produk akan membuat produk tersebut lebih sering dipakai daripada hanya tersimpan di lemari.

5 Perbaiki jika rusak atau donasikan

Ada jenama-jenama *fashion* yang membuka layanan perbaikan jika produk yang Anda miliki mengalami kerusakan. Ada juga penyedia jasa perbaikan dan penyegaran produk-produk *fashion* sehingga bisa terlihat seperti baru. Anda tinggal memilih yang terpercaya sehingga hasilnya memuaskan. Jika karena alasan tertentu Anda tidak lagi dapat mengenakan produk-produk *fashion* yang Anda miliki, maka lebih baik didonasikan daripada dibuang. Jika kondisinya masih sangat bagus, maka donasikan ke yayasan atau organisasi kemanusiaan yang akan menjualnya kembali untuk amal.

Dengan keterlibatan semua pihak yang berkepentingan dalam industri *fashion*, mulai dari pemerintah, lembaga-lembaga yang berkepentingan, LSM, pebisnis, desainer, sampai ke konsumen, maka perwujudan *sustainable fashion* bisa lebih optimal. Dengan demikian, target pengurangan emisi GRK bisa tercapai.

A woman with dark, curly hair is shown in profile, using a light blue Gua Sha tool on her nose. She is wearing a white shirt. The background is a plain, light color.

GUA SHA : METODE PIJAT WAJAH DENGAN MANFAAT KECANTIKAN

Menjaga kesehatan kulit menggunakan metode tradisional yang memberi manfaat kecantikan dan relaksasi.

Metode perawatan kecantikan menggunakan teknik dan bahan tradisional semakin diminati *beauty enthusiast*. Salah satu teknik perawatan kecantikan yang makin digemari adalah metode pijat wajah menggunakan batu Gua Sha. Benarkah perawatan ini bermanfaat? Bagaimana agar tidak tertipu produk Gua Sha palsu? Simak paparan berikut.

MANFAAT GUA SHA UNTUK KESEHATAN

Pijat wajah Gua Sha alias *facial* Gua Sha sebenarnya berasal dari tradisi pengobatan kuno di Tiongkok. Gua sha dilakukan dengan menggunakan batu khusus atau disebut Gua Sha *tool*. Batu Gua Sha bisa dibentuk dari beberapa jenis batu alam, namun yang paling umum digunakan adalah batu *rose quartz* yang berwarna merah muda pucat dan *jade* (giok) yang berwarna hijau. *Rose quartz* sering disebut sebagai batu cinta yang diyakini bisa membangkitkan *mood*, sementara batu giok, memang sudah turun temurun diyakini di Tiongkok baik untuk kesehatan, keseimbangan, dan meditasi.

Menurut ahli kecantikan, ada beberapa manfaat utama yang bisa didapat saat teknik Gua Sha diaplikasikan menggunakan batu yang sesuai.

- **Meningkatkan sirkulasi darah**

Teknik ini membuka jaringan kulit dan meningkatkan sirkulasi darah, jika dilakukan dengan tekanan yang tepat. Ada peningkatan signifikan dalam aliran darah kulit setelah aplikasi Gua Sha.

- **Meningkatkan Mood**

Menurut sebuah penelitian, Gua Sha menenangkan sistem saraf, yang bisa meningkatkan suasana hati Anda. Pijat wajah yang baik dianggap bermanfaat dalam meningkatkan *mood* seseorang. Ini memiliki kekuatan untuk membuat Anda merasa segar dan tenang dari dalam.

- **Mengurangi bengkak di sekitar mata**

Bengkak di wajah kebanyakan terjadi karena penimbunan cairan di beberapa bagian. Dengan memijat wajah dengan tekanan lembut, dimungkinkan untuk menyebarkan cairan ini. Mendinginkan batu Gua Sha di lemari es dapat membantu mengurangi bengkak di bawah mata ini.

- **Maksimalkan penyerapan *skincare***

Tak hanya memberi manfaat untuk kesehatan kulit, Gua Sha juga bisa membantu meningkatkan efektivitas *skincare*. Cobalah untuk memijat wajah dengan batu Gua Sha setelah mengoleskan krim atau serum ke wajah. Cara ini bisa membantu meningkatkan penyerapan produk kecantikan ke kulit.

CARA MEMILIH BATU GUA SHA ASLI

Efektivitas metode Gua Sha tentunya akan terasa apabila Anda menggunakan batu yang tepat dan asli. Saat ini banyak beredar batu Gua Sha palsu dengan iming-iming harga ekonomis namun tidak memberi hasil yang diinginkan. Agar tidak tertipu, Anda perlu mengetahui cara memilih batu Gua Sha yang tepat.

Memeriksa suhu batu. Batu alam cenderung bersuhu dingin. Untuk mengetahuinya, Anda bisa coba tempelkan di leher, pipi atau kulit paling sensitif lainnya. Kalau terasa dingin, kemungkinan besar itu batu asli.

Perhatikan strukturnya. Sebagian besar batu alam yang mempunyai struktur sangat kuat, ketika digoreskan pada kaca, tidak akan mengalami lecet. Jadi kekerasan struktur pada batu juga menjadi salah satu ciri keaslian batu tersebut.

Perhatikan warnanya. Warna batu alam asli tidak akan berubah warna dalam ruangan gelap maupun terang.

Cek serat pada batu. Batu dari bahan sintesis ataupun kaca walaupun punya serat, tidak sama dengan serat alami. Batu palsu sering kelihatan seperti gelembung di dalamnya, sebagai akibat udara terperangkap saat proses pembuatan.

Setelah mengetahui cara memilih batu Gua Sha yang tepat, sekarang Anda bisa mencoba metode Gua Sha dan mendapatkan manfaatnya untuk kecantikan kulit dan wajah.



MULAI POLA HIDUP SEHAT DENGAN BERAS PORANG

Menikmati nasi tanpa rasa bersalah dan takut merusak pola diet.

Sumber karbohidrat utama masyarakat Indonesia adalah nasi. Namun bagi sebagian orang yang ingin mengontrol asupan karbohidrat, konsumsi nasi bisa menakutkan. Karena itu saat ini tersedia alternatif pengganti nasi putih biasa dan yang saat ini sedang digemari adalah beras porang.

ALTERNATIF KARBOHIDRAT YANG LEBIH SEHAT

Kesadaran masyarakat untuk menjalani pola hidup sehat terutama dengan mengontrol pola makan semakin tinggi. Sebagian masyarakat mulai mengubah pola diet mereka dengan mengonsumsi makanan sehat. Sebagai orang Indonesia, kita terbiasa dengan konsumsi nasi setiap hari, padahal kandungan karbohidrat dan gula pada nasi cukup tinggi. Nasi putih memang sumber karbohidrat yang memiliki nilai indeks glukosa tinggi, artinya berkaitan dengan tingginya kenaikan kadar gula darah saat dikonsumsi. Mengikuti gaya hidup sehat, saat ini banyak orang mulai mencari alternatif pengganti nasi putih, salah satunya adalah beralih pada beras porang.

Beras porang saat ini tengah naik daun karena dinilai lebih sehat dibandingkan dengan jenis beras lainnya. Beras porang diketahui rendah akan kalori dan mengandung serat yang tinggi, sehingga kerap dikonsumsi untuk mendukung program penurunan berat badan. Namun, tak hanya itu saja, masih banyak manfaat lain dari beras yang berasal dari umbi porang ini.

BERBEDA DENGAN BERAS SHIRATAKI

Meskipun memiliki kandungan nutrisi yang hampir sama dengan bentuk yang sangat mirip, beras porang berbeda dengan beras shirataki. Beras shirataki dan beras porang terbuat dari tumbuhan yang berbeda. Beras shirataki diolah dari akar tanaman konjac atau konnyaku dengan nama latin *Amorphophallus konjac*. Konjac merupakan tanaman asli dari Jepang yang saat ini juga telah banyak tumbuh di negara lain, seperti China dan beberapa negara di Asia Tenggara. Sedangkan, beras porang dibuat dari akar tanaman porang yang memiliki nama latin *Amorphophallus muelleri blume*. Tanaman ini merupakan asli dari Indonesia dan banyak tumbuh di hutan-hutan pulau Jawa. Jadi, kesimpulannya, beras shirataki dan beras porang terbuat dari tanaman dengan famili yang sama, tetapi spesiesnya berbeda.

Beras porang dipercaya mengandung lebih banyak kadar glukomanan yakni mencapai 65%, sedangkan pada tanaman konjac hanya mengandung sekitar 44% kadar glukomanan. Selain perbedaan ini, beras shirataki dan beras porang memiliki manfaat yang tidak jauh berbeda. Keduanya sama-sama dinilai lebih sehat dibandingkan dengan jenis beras lainnya dan sering diandalkan untuk membantu menurunkan berat badan.

KAYA NUTRISI DAN COCOK UNTUK DIET

Beras porang menjadi sangat digemari karena manfaatnya yang beragam. Beras ini tergolong rendah kalori dan mengandung glukomanan, yaitu sumber serat alami yang diketahui dapat membantu menurunkan berat badan hingga mengendalikan diabetes. Selain mengandung glukomanan, beras porang juga merupakan salah satu sumber oligosakarida yang mampu bertindak sebagai prebiotik. Kandungan prebiotik dan glukomanan ini membuat beras porang juga bisa menjaga saluran pencernaan, menurunkan berat badan, menurunkan kolesterol dan gula darah, serta memperkuat daya tahan tubuh.

Meski tinggi akan serat, konsumsi beras porang yang berlebihan justru dapat menyebabkan berbagai gangguan kesehatan, seperti kembung, mual, sakit perut, dan diare. Oleh karena itu, pastikan untuk mengonsumsi beras porang dalam porsi wajar dan sesuai dengan kebutuhan kalori harian Anda.



BERTRANSFORMASI DIGITAL DEMI BISNIS YANG BERKELANJUTAN

Ketika adaptif terhadap situasi global menjadi syarat mutlak, menunda untuk melakukan perubahan dan terobosan sama sekali bukan pilihan.



Masifnya perkembangan teknologi digital, dengan internet sebagai motor penggerak, telah mengikis sekat-sekat dimensi ruang maupun waktu. Lingkup bisnis global kini terasa dekat, hingga jika tidak bertransformasi untuk mengadaptasi perkembangan tersebut, bukan mustahil kita akan kalah tidak hanya oleh kompetitor lokal namun pesaing dari belahan dunia lain yang menggerogoti pasar yang sebelumnya kita kuasai.

Adaptif terhadap perkembangan yang terjadi menjadi syarat mutlak dan tak boleh ditunda agar bisnis *survive, sustain* (berkelanjutan), dan terus berkembang. Waktu untuk memulai transformasi bisnis menuju digitalisasi adalah sekarang.

Digital transformation bukan sekadar menciptakan versi digital dari apa saja yang ada di dunia nyata. Sebuah bengkel mobil yang merekam riwayat servis pelanggannya ke *database*, sebuah koran yang meluncurkan edisi *online*, atau stasiun tv yang menghadirkan siaran *streaming* via *app*, belum bisa dikatakan sebuah transformasi digital.

Usaha-usaha tersebut hanya sebuah awal. Lebih dari itu, *digital transformation* melibatkan penggunaan teknologi digital untuk menciptakan ulang proses dan bahkan seluruh model bisnis sebuah perusahaan.

BUKAN MENJUAL PRODUK VIA APP BELAKA

“*Digital transformation* lebih jauh daripada sekadar menjual secara *online* produk maupun layanan Anda yang sudah ada lewat *app*. Itu sebuah pendekatan yang sudah ketinggalan zaman,” jelas Zeina El-Kaissi, *chief digital director Smart Dubai*, pada acara virtual *Digital Transformation* yang dipersembahkan oleh Google Cloud, bekerja sama dengan media teknologi dan sains populer *Wired*.

Dalam diskusi soal *What digital transformation really means for business* ini, ia mendorong perusahaan yang ingin bertransformasi digital untuk memanfaatkannya sebagai kesempatan buat benar-benar mendisrupsi bisnisnya.

Contoh yang paling dekat dengan kita di Indonesia antara lain Gojek dan Grab, yang dasarnya menyediakan layanan ojek dan taksi *online*, kemudian menghadirkan beragam fitur lain seperti pengisian pulsa ponsel berikut paket data internet hingga pembelian tiket bioskop dan konser.

Dari situ nampak bukan cuma ekspansi bisnis dan apa yang ditawarkan, tapi juga merekayasa ulang prosesnya. Penyediaan sarana transportasi tentu membutuhkan proses yang berbeda dengan menjual tiket bioskop.

Bagi bisnis yang operasional utamanya berlangsung secara *offline*, Zeina menyarankan untuk membuang batasan fisik yang selama ini membelenggu. “Ini adalah kesempatan emas untuk menyingkirkan birokrasi, serta proses yang konservatif.”

KUNCINYA DATA

Rasanya kita sepakat bahwa data merupakan fondasi dari *digital transformation*. Karena tanpa data yang akurat, *up-to-date*, dan berguna tentunya, sebuah perusahaan akan kesulitan, bahkan gagal, memaksimalkan aneka benefitnya, seberapa pun modernnya struktur yang dimiliki, atau seberapa pun kuatnya keinginan untuk merombak operasional perusahaan.

Seperti diungkapkan Mark Stone, panelis lain yang sehari-hari berperan sebagai *transformation lead regional EMEA (Europe, the Middle East, and Africa)* dari Google Cloud, “Risiko kegagalan umumnya terjadi karena kelalaian memahami data

dan cara bertransformasi menjadi organisasi yang data sentris.

Dengan kata lain, melakukan *digital transformation* tanpa menciptakan budaya data di perusahaan, sebelum benar-benar menguasai data, ibarat mencoba menerbangkan pesawat yang tanpa instrumen sama sekali.

“Pada dasarnya,” lanjutnya, “data akan membantu mengindikasikan ke mana arah organisasi serta membantu memahami apa yang dapat dilakukan untuk melakukan perbaikan dan mengurangi risiko.”

Ya, *digital transformation* didasarkan pada pengambilan keputusan berdasarkan data. Data yang berkualitas tentunya.

MERANGKUL STRUKTUR BARU

Suka tidak suka, disadari atau tidak, struktur organisasi saat ini umumnya merupakan peninggalan berpuluh-puluh tahun yang lalu, dimana departemen IT pada kebanyakan perusahaan masih terpisah, bukan terintegrasi di semua unit bisnis. Padahal sekarang IT dan teknologi menjadi bagian tidak terpisahkan dari bisnis semua orang.

Efeknya, beberapa peran pekerjaan menjadi usang. Perusahaan-perusahaan diprediksi akan dapat menggabungkan peran *chief technology officer*, *chief strategy officer*, dan *chief information officer*.

“Apa yang sekarang CSO lakukan tanpa terkait dengan transformasi digital? Dalam bisnis yang seperti apa perannya itu tidak punya aspek digital? Dan sebaliknya, jika Anda memiliki CIO terpisah, apakah mereka memimpin transformasi digital tanpa memahami strategi?” Zeina mempertanyakan. “Saya tidak bisa lagi melihat peran-peran tersebut terpisah,” sambungnya.

Meski begitu untuk mengubahnya bukanlah perkara mudah pastinya. “Tantangan utamanya adalah kultur,” menurut Deemah Al-Yahya, *penasihat inovasi dan ekonomi digital* yang berbasis di Riyadh.

Deemah memainkan peran penting dalam strategi transformasi digital yang digerakkan negara Arab Saudi. Tujuannya untuk merestrukturisasi cara penduduk hidup dan bekerja, serta meningkatkan efisiensi pemerintah. Ia pun menyediakan advis

bagi eksekutif dan pejabat yang ingin mencapai hal serupa di organisasi atau perusahaan mereka sendiri.

Kepada organisasi dan perusahaan, dirinya mendorong untuk menciptakan jenjang karier bagi *chief digital officer*, yang menggabungkan strategi, pemasaran, dan IT. "Dari sini kita mengubah pola pikir departemen IT dan departemen bisnis," tambahnya, "agar bersatu menjadi satu kesatuan."

BERSIKAP POSITIF

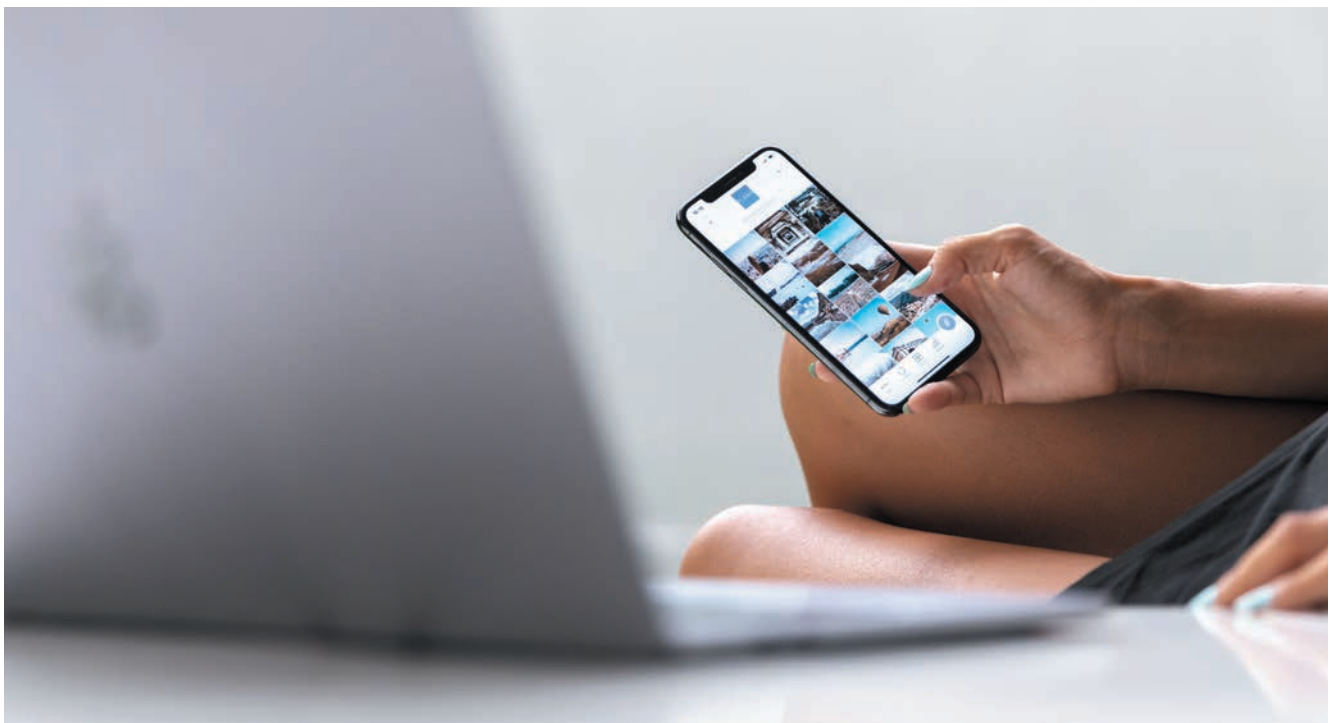
Perusahaan besar maupun kecil menghadapi tantangannya masing-masing, namun di balik itu juga memiliki kelebihannya masing-masing. Dalam usaha bertransformasi digital, bahkan perusahaan besar sekalipun masih harus belajar banyak dari pihak lain, contohnya dari *startup-startup* muda yang energik.

"Setiap orang mesti memiliki tingkat kerendahan yang cukup tinggi dalam hal ini, karena tidak ada organisasi yang memiliki budaya yang sempurna," anjur Mark, yang telah bekerja dengan

begitu banyak perusahaan, mulai dari menjadi menyelenggarakan rapat dewan bank global hingga membantu produsen- produsen besar minuman ringan meningkatkan operasi mereka.

Sementara usaha kecil dan menengah (UKM), di kesehariannya mesti berkompetisi dengan perusahaan dengan sumber daya yang lebih besar, termasuk yang lebih matang. Tapi dalam hal *digital transformation*, perusahaan-perusahaan seperti ini biasanya justru punya keuntungan tersendiri dibanding korporasi besar, yang cenderung lebih birokratis, terikat oleh praktik bisnis yang sudah mengakar, sehingga relatif lebih kesulitan buat berinovasi secara cepat.

"Dengan begitu, UKM dapat lebih fokus pada apa yang membuat mereka berharga bagi para pelanggannya dan menyediakan pengalaman yang mereka inginkan," Mark melanjutkan, "Dalam banyak kasus, biaya yang dibutuhkan pun jauh lebih rendah, dengan peluang keberhasilannya jauh, jauh lebih tinggi."



TREN TEKNOLOGI

Beberapa teknologi berikut ini tengah *hit* belakangan. Beberapa lainnya telah muncul beberapa waktu sebelumnya namun masih terus berkembang menuju kemapanan maupun terus berinovasi sebagai alat bantu penggerak *digital transformation*.

Transformasi digital yang makin mengedepankan konsep metaverse seakan mengaburkan batas antara dunia nyata dan virtual, namun memperkuat dinamika manusia untuk saling terhubung dalam berbagai bidang.

1. Internet of Things (IoT)

Memungkinkan kita mengkoneksi dan mensinkronisasi berbagai perangkat atau *gadget* secara bersamaan ke jaringan yang sama atau internet. Hasilnya, perangkat selain ponsel, tablet, maupun komputer, turut menjadi cerdas.

2. Blockchain

Teknologi yang tengah populer ini menyimpan data/informasi dalam blok-blok khusus yang saling terhubung. Setiap blok dapat saling akses sehingga informasi yang disimpan lebih transparan, tapi tentunya dienkripsi lebih dulu agar pihak yang tak punya otoritas tidak bisa mengaksesnya.

Blockchain dapat dimanfaatkan untuk pengelolaan mata uang digital, pembayaran *online*, serta industri perbankan, hingga kesehatan dalam menyimpan data riwayat pasien, dan banyak lagi.

3. Artificial intelligence (AI)

Kemampuan meniru fungsi kognitif manusia. Akan semakin banyak pebisnis yang mengadaptasi teknologi ini, sehingga dapat menggantikan pekerjaan yang dilakukan manusia. Meski demikian, untuk beberapa pekerjaan yang membutuhkan keterampilan langsung manusia, seperti operasi medis, konsultasi psikologi, dan sebagainya, AI hanya berfungsi sebagai pelengkap atau pendamping.

4. Cloud-computing

Jika dulu teknologi ini umumnya dimanfaatkan untuk media penyimpanan, kini meluas hingga penyediaan mesin virtual. Kita bisa menyewa mesin yang ada di *cloud* buat menyelesaikan pekerjaan tertentu, membuat animasi misalnya, termasuk bermain *game*.

5. Big data/data analytics

Data dalam volume besar yang membanjiri bisnis sehari-hari. *Big data* dapat dianalisis untuk membantu memahami pasar maupun dalam pengambilan keputusan strategis bisnis yang lebih baik.

6. Virtual Reality (VR) dan Augmented Reality (AR)

Dalam konsep metaverse, keduanya tak lagi hanya sebagai aksesoris interaktif dalam permainan, namun makin mendukung segala aktivitas kita: bekerja, bermain, nonton konser, maupun hangout. Sosok manusia akan diubah menjadi avatar sebagai penggambaran diri dan melakukan aktivitas dunia nyata di semesta virtual ini.



EFEK DOMINO PADA SKILL TENAGA KERJA

Dorongan untuk bertransformasi digital yang tak dapat dielakkan lagi kini, tidak hanya berefek pada perusahaan, tapi juga pada sisi keterampilan yang diharapkan ada pada tenaga kerjanya, sebagai pihak yang menjalankan kegiatan perusahaan dan transformasi digitalnya. Berikut ini prediksi **10 skill teratas yang dibutuhkan pada 2025**.

- Analytical thinking and innovation
- Active learning and learning strategies
- Complex problem-solving
- Critical thinking and analysis
- Creativity, originality and initiative
- Leadership and social influence
- Technology use, monitoring and control
- Technology design and programming
- Resilience, stress tolerance and flexibility
- Reasoning, problem-solving and ideation

Sumber: Future of Jobs Survey 2020, World Economic Forum.



KOMITMEN TOTAL SEIRING HUT BANK MANDIRI KE-24

*Setia berkontribusi bagi perekonomian Indonesia
melalui transformasi digital.*

Tepat tanggal 2 Oktober 2022 lalu, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk memperingati ulang tahun (HUT) ke-24. Di hari bersejarah ini kembali mempertegas posisinya sebagai bank terbesar dengan konsistensi transformasi bisnis secara menyeluruh. Direktur Utama Bank Mandiri **Darmawan Junaidi** menyatakan momen HUT ke-24 sekaligus menjadi penanda bagi perseroan untuk melanjutkan fokus utama, yakni membangun dan berkontribusi bagi perekonomian Tanah Air.

Perayaan HUT Bank Mandiri tahun ini, seperti disampaikan Darmawan Junaidi, mengusung tema 'Digital & Kekinian', mencerminkan perjalanan panjang Bank Mandiri yang terus relevan dengan perkembangan tren serta kebutuhan masyarakat melalui inovasi dan transformasi digital. "Sejak berdiri Bank Mandiri terus berupaya menjadi pemain utama di industri keuangan. HUT kali ini momen bagi Mandiri bersiap diri menghadapi tantangan dan tumbuh lebih kuat guna menghadirkan layanan terbaik bagi masyarakat dan nasabah," ujarnya. Menurutnya, salah satu upaya melanjutkan transformasi bisnis itu adalah dengan terus mempersiapkan sumber daya manusia berdaya saing tinggi serta mampu mengedepankan peran teknologi dan inovasi sebagai pilar aktivitas bisnis.

SEJARAH SINGKAT BANK MANDIRI

Bank Mandiri dibentuk pada tanggal 2 Oktober 1998, merupakan penggabungan empat bank nasional, yaitu BBD, BDN, Bank Exim, dan Bapindo. Keempat bank nasional tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan dunia perbankan Indonesia, dan masing-masing telah memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi di Indonesia.

Setelah berinvestasi untuk melakukan konsolidasi awal dari sistem yang berbeda, Bank Mandiri selanjutnya melakukan program pergantian platform yang berjalan selama 3 tahun dengan investasi sebesar \$200 juta. Program pergantian platform ini difokuskan untuk kegiatan *consumer banking* dan meningkatkan kemampuan penetrasi di segmen retail banking.

Pada saat ini, infrastruktur teknologi informasi Bank Mandiri sudah mampu melakukan pengembangan *e-channel* & produk retail dengan *Time to Market* yang lebih baik. Serta memiliki tiga anak perusahaan, yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI), Mandiri Sekuritas, dan AXA Mandiri.

Bank Mandiri juga telah meraih banyak prestasi di dunia perbankan. Pada tahun 2016, Bank Mandiri menjadi bank pertama di Indonesia yang memiliki jumlah aset sebesar 1000 triliun. Aset ini dicatat berdasarkan laporan keuangan neraca pada tanggal 21 Desember 2016. Lalu, pada tahun 2017, Bank Mandiri juga berhasil meraih 6 kategori penghargaan dalam Infobank Digital Brand Award 2017. Sementara di tahun 2020 Bank Mandiri juga meraih penghargaan sebagai World's Best Bank 2020 versi majalah *Global Finance*.

Serta pada tahun 2018, Bank Mandiri juga meraih beberapa penghargaan seperti Visa Asia Pacific Security Summit ke-14, *Transaction Banking Awards*, dan *Banking Service Excellence*. Sementara di tahun 2020 Bank Mandiri juga meraih penghargaan sebagai *World's Best Bank 2020* versi majalah *Global Finance*.

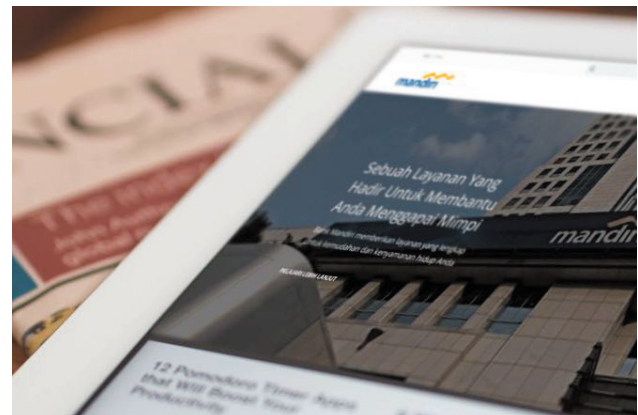
Bank Mandiri berhasil memborong Lima penghargaan sekaligus dalam ajang bergengsi *Digital Technology & Innovation (Digitech) Award 2022*. Penghargaan-penghargaan yang diraih dalam acara tersebut yaitu: *The Best Digital Transformation (Digital & Wholesale Banking)*, *The Best IT Leadership (Digital & Wholesale Banking)*, *The Best Digital Readiness For G20 (Digital & Wholesale Banking)*, *The Best CEO For Corporate Digital Transformation (Digital & Wholesale Banking)* yang diraih oleh

Direktur Utama Bank Mandiri Darmawan Junaedi dan *The Best Chief Information Technology Officer (Digital & Wholesale Banking)* yang diraih oleh Direktur Teknologi Informasi Bank Mandiri **Timothy Utama**.

Dan di tahun 2022 ini, majalah *Forbes* menempatkan Bank Mandiri dalam *top-three* bank terbaik di Indonesia. Prestasi ini melambungkan Bank Mandiri sebagai salah satu bank penting yang berjasa bagi perekonomian Indonesia.

Nasabah Bank Mandiri yang terdiri dari berbagai segmen merupakan penggerak utama perekonomian Indonesia. Berdasarkan sektor usaha, nasabah Bank Mandiri bergerak di bidang usaha yang sangat beragam. Sebagai bagian dari upaya penerapan *prudential banking & best-practices risk management*, Bank Mandiri telah melakukan berbagai perubahan. Salah satunya, persetujuan kredit dan pengawasan dilaksanakan dengan *four-eye principle*, dimana persetujuan kredit dipisahkan dari kegiatan pemasaran dan *business unit*. Sebagai bagian diversifikasi risiko dan pendapatan, Bank Mandiri juga berhasil mencetak kemajuan yang signifikan dalam melayani Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan nasabah ritel.

Di sisi kepemimpinan, sejarah awal Bank Mandiri dimulai dengan kepemimpinan **Muljohardjoko** sebagai Direktur Utama. Dilanjutkan oleh Direktur Utama Bank Mandiri yang kedua, **Robby Djohan**. Kemudian pada Mei 2000, posisi Djohan digantikan **ECW Neloe**. Neloe menjabat selama lima tahun, sebelum digantikan **Agus Martowardojo** sebagai Direktur Utama sejak Mei 2005. Agus Martowardojo kemudian



digantikan oleh **Zulkifli Zaini** dan saat ini Dirut Bank Mandiri dijabat oleh Darmawan Junaidi.

TRANSFORMASI DIGITAL

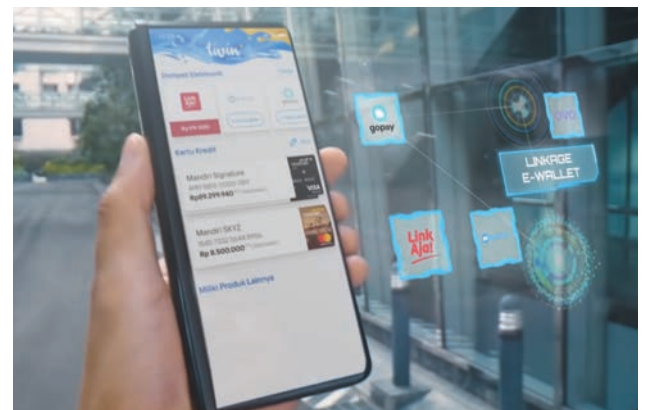
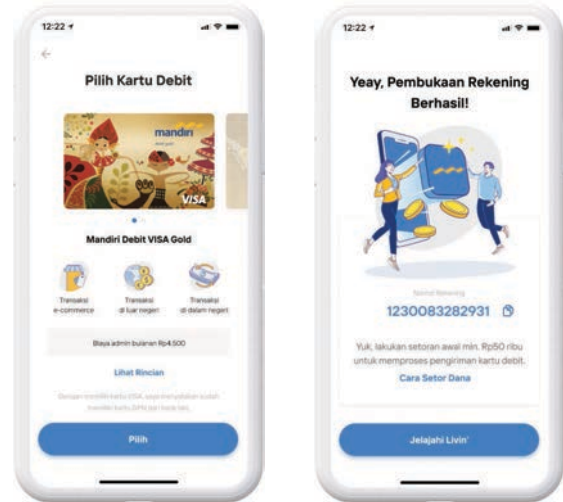
Dalam menyambut pertambahan usia ini, Bank Mandiri terus mempercepat proses transformasi digital, yakni dengan menghadirkan layanan perbankan secara digital dari hulu ke hilir bagi nasabah serta masyarakat.

Menurut Direktur Information Technology Bank Mandiri, **Timothy Utama**, transformasi digital merupakan inovasi yang terus diusung Bank Mandiri, yakni dengan melahirkan transaksi keuangan yang serba instan, cepat dan mudah. Hal ini menjadi kunci perseoran menyediakan layanan terbaik bagi nasabah.

"Dalam era saat ini, transformasi digital sangat dibutuhkan oleh masyarakat terutama di tengah tren adopsi digitalisasi teknologi yang semakin pesat," ucapnya. Ia menambahkan dengan peringatan HUT ini, Bank Mandiri semakin berorientasi pada pemenuhan kebutuhan nasabah. Sebelumnya Bank Mandiri sudah meluncurkan dua layanan digital, yakni Livin' by Mandiri bagi ritel dan Kopra by Mandiri untuk *wholesale*.

Inovasi ini dalam beberapa bulan sudah melakukan sejumlah fitur dan layanan digital yang sangat memanjakan penggunanya. Seperti dua fitur terbaru pada Livin' by Mandiri dan fitur investasi pada Livin' Investasi yang diluncurkan pada akhir Mei 2022.

Fitur ini menawarkan kemudahan investasi bagi pengguna dengan lebih cepat dan aman. Pengguna Livin' by Mandiri bisa langsung membeli reksa dana secara praktis, mulai dari Rp100.000.



Bukan itu saja, dalam salah satu teknologi baru yang dikenalkan bertepatan dengan HUT Bank Mandiri ini, nasabah akan dapat memantau portofolio yang dimiliki kapan dan di manapun secara praktis di dalam satu aplikasi. Apalagi, instrumen investasi reksadana pun memiliki perlindungan khusus sebab sudah terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Selain fitur ini, pada Juli 2022 lalu diluncurkan fitur Livin' Sukha yang memungkinkan para nasabah memenuhi kebutuhan transaksi dan gaya hidup di satu aplikasi saja, mulai dari pembelian tiket pesawat dan kereta api, hiburan, pembelian voucher gim, hingga pengajuan kredit.

"Sejak awal, kenyamanan nasabah dalam bertransaksi telah menjadi prioritas utama Bank Mandiri. Kini, akselerasi digital Livin' by Mandiri telah berhasil menghimpun seluruh solusi transaksi finansial hingga gaya hidup (*lifestyle*) dalam satu aplikasi secara mudah, nyaman, dan aman," kata Timothy Utama.

Livin' by Mandiri pun sudah diunduh lebih dari 15 juta kali sejak diluncurkan pada Oktober 2021 lalu. Kini, jumlah transaksi digital via Livin' by Mandiri sudah naik 62% yoy mencapai 1 miliar transaksi pada Januari—Agustus 2022.

"Saat ini Livin' by Mandiri telah mampu mengeksekusi hingga 50.000 lebih transaksi per detik. Ke depan kami proyeksi transaksinya bisa menembus 100.000 per detik," jelasnya.

EKOSISTEM KOPRA

Sebagai upaya kian memperluas transformasi, Mandiri pun terus memperluas jaringan ekosistem digital Kopra by Mandiri. Dilengkapi dengan fitur *digital single access platform*, Kopra by Mandiri mampu mempermudah aktivitas informasi dan transaksi finansial bagi ekosistem pelaku usaha di segmen *wholesale*, secara *end-to-end* beserta *value chain*-nya dari hulu ke hilir.

Lewat Kopra by Mandiri, nasabah *wholesale* pun bisa mengakses digital portal eksisting, seperti Mandiri Cash Management (MCM) 2.0, Forex Transaction, Value Chain Financing, Trade Finance, Smart Account, dan Online Custody.

Di samping itu, Kopra by Mandiri pun terbagi menjadi 3 varian layanan, yakni Kopra Portal, Kopra Host to Host, dan Kopra Partnership. Adapun akselerasi digital yang konsisten ini juga



berhasil meningkatkan rasio dana murah (CASA) Bank Mandiri menjadi sebesar 75,29% pada 8 bulan pertama tahun ini.

"Kehadiran layanan digital ini secara spesifik didesain untuk melengkapi seluruh kebutuhan nasabah dari hulu ke hilir. Mulai dari nasabah ritel atau perorangan hingga *wholesale*," sebutnya.

HADIRKAN 241 SMART BRANCH

Bank Mandiri juga sudah melanjutkan transformasi digital dengan menghadirkan 241 Smart Branch by Mandiri secara serentak di 89 kabupaten atau kota dan 29 provinsi di Indonesia pada akhir Juli 2022.

Lewat beragam fitur yang terintegrasi dengan kanal digital Livin' dan Kopra, nasabah bisa merasakan pengalaman perbankan yang lengkap dan digital secara langsung. Adapun Smart Branch by Mandiri ini juga dilengkapi dengan *self-service machine* dan layanan bantuan dari *General Banker* (GB) yang siaga melayani.

Sebagai informasi, Smart Branch by Mandiri hadir dalam 3 tipe cabang, yakni *Digital Box*, *Hybrid Branch*, dan *Upgrade Branch*. Ketiganya diharapkan bisa mengakomodasi seluruh karakter nasabah serta masyarakat yang masih membutuhkan layanan perbankan di cabang maupun edukasi finansial.

Selamat ulang tahun, Bank Mandiri. Semoga makin berjaya.





LILI YUSNITA

MENGUNGGAH PESAN BERNILAI DI BALIK ARRA BEAUTY

Sederet hasrat hatinya dituangkan ke dalam produk-produk kosmetik yang ia lahirkan dengan nama Arra Beauty.

Pengalaman pribadi telah mendorong **Lili Yusnita** mengembangkan produk kosmetik yang tidak hanya bisa digunakan untuk mendongkrak kecantikan wajah, tapi juga menjaga kesehatan kulitnya. Pada rangkaian produk lipstik, misalnya, Lili menciptakan pemoles bibir yang mengandung berbagai *antiaging agent*—termasuk Vitamin C dan Vitamin E, serta pelembap. Dalam pemakaian jangka panjang sejumlah kandungan tersebut dapat membantu menjaga kekenyalan bibir, mencegah kulit bibir kering, menyamarkan garis bibir, dan mencegah kulit bibir makin gelap. Formula uniknya tersebut diaplikasikan ke dalam varian *lip matte*, lip serum, dan lip satin Arra Beauty.

Lili mengakui, produk tersebut lahir dari pengalaman pribadinya yang banyak menemukan ketidakcocokan dengan lipstik, karena membuat bibirnya kering dan mengelupas. Lalu, dengan bantuan seorang teman yang ahli dalam bidang formulasi, ia mencoba mengembangkan formula untuk mengatasi hal tersebut.

“Kulit bibir itu kan lebih tipis daripada kulit muka, jadi lebih cepat mengalami penuaan. Apalagi jika sering terpapar sinar matahari langsung, minum alkohol, atau merokok. Belum lagi kalau yang kulitnya sensitif seperti saya, tidak kuat kena lipstik sementara pakai lipstik setiap hari. Nah, sayangnya jarang produk *skincare* untuk bibir. Jadi, terbersit gagasan membuat produk lipstik yang sekaligus bisa merawat kulit bibir,” urai perempuan kelahiran Bangka 44 tahun lalu ini.

Maka, meluncurlah Arra Beauty di pasar kosmetik nasional pada 2018 lalu, dengan rangkaian produk *lip matte* dan *lip moist*. Menyusul kemudian lip satin, serum, dan *blush on*. Bahkan produk lipstik Arra Beauty disebut-sebut sebagai lipstik pertama di Indonesia yang mengandung antioksidan. Tidak hanya itu, lipstik Arra Beauty juga ramah kulit

“Masalah akan selalu datang dalam hidup. Agar mudah mengatasinya, kita harus mengubah cara pandang terhadap masalah itu.”

karena bebas dari paraben, wax, alkohol, sulfat, allergen, dan parfum. “Jadi, produk saya ini juga aman untuk ibu hamil. Saya selalu menggunakan ini waktu saya mengandung,” kata Lili.

Pada masa pandemi Covid-19 Arra Beauty juga meluncurkan produk *hand moisturizer* yang berfungsi juga sebagai *hand sanitizer*. Produk ini pun lahir dari pengalaman pribadinya ketika ia menemukan anaknya terkena gangguan kulit pada tangannya akibat terlalu sering menggunakan *hand sanitizer*.

Ibu satu orang anak yang lebih dikenal dengan nama Lily Yayang ini menyebutkan, lini produk lain Arra Beauty akan segera hadir dengan keunggulan-keunggulannya, yaitu *foundation, sunscreen, face mist, dan highlighter*.

NILAI TERSIRAT

Lini mengungkapkan, ada banyak hasrat di dalam hati yang ingin ia sampaikan melalui produk-produk Arra Beauty. Pertama, ingin mencerdaskan perempuan Indonesia. “Saya ingin mengajak perempuan Indonesia untuk lebih *smart* memilih produk perawatan bibir. Jangan hanya untuk menambah cantik, tapi juga untuk menjaga kesehatan kulit bibir. Sehat itu cantik, tapi cantik belum tentu sehat,” ujarnya.

Itu pula yang mendasari Lili mengadakan edukasi tentang pentingnya merawat kulit bibir berbarengan dengan kemunculan produknya di pasar. Ia menggandeng beberapa *influencer*, bekerja sama dengan *blogger, beauty community*, dan majalah daring.

Hasrat lain yang Lili juga ingin ungkapkan lewat produknya adalah mengajak perempuan Indonesia untuk bangga menggunakan produk lokal. Menurutnya, sudah banyak produk lokal sekarang yang berkualitas internasional. Untuk menguatkan nilai lokal produknya, Lili pun menggunakan nama-nama daerah di Indonesia untuk varian lipstiknya. “Kebanyakan saya menggunakan nama-nama daerah yang tidak banyak orang tahu, seperti Ora (Maluku), Bungo (Jambi), Praya (Lombok), Bira (Sulsel), Muna (Sulteng), dan lain-lain,” sebutnya.

BERAWAL DARI INDUSTRI KEMASAN

Kesuksesan Lili hingga mencapai titik yang sekarang ini merupakan buah dari perjuangan hidupnya. Anak kedua dari tujuh bersaudara ini lahir bukan dari keluarga berada. Berbekal tekad kuat, selulus SMA ia merantau ke Bandung untuk kuliah jenjang diploma di Pendidikan Ahli Administrasi Perusahaan (PAAP) Fakultas Ekonomi, Universitas Padjadjaran.

Selepas kuliah ia langsung berkenalan dengan dunia kerja di sebuah gerai *fast food* ternama menjadi *cleaning service*. Dari situ ia beberapa kali pindah kerja, dari perusahaan Jepang hingga Korea yang bergerak di suplai kabel elektronik sebagai tenaga penjualan. Di perusahaan terakhir itulah Lili mendapatkan jenjang karier yang bagus sehingga ia diminta untuk memegang divisi khusus penjualan *packaging*.

Lili pun jatuh cinta pada dunia kemasan. Setelah tiga tahun bekerja untuk orang lain, Lili memutuskan untuk keluar dan mendirikan perusahaan sendiri dengan modal Rp300 juta pada tahun 2003. Itu pun ia peroleh dari menggadaikan mobil dan meminjam

uang kepada teman-temannya. “Saya sangat yakin dengan keuntungan di bisnis ini, jadi saya berani meminjam modal. Terbukti, satu tahun berjalan utang saya sudah lunas,” akunya.

Perusahaan Lili ini melayani dan menyediakan kemasan untuk beragam produk farmasi, medis, rumah tangga, *personal care*, *home care*, hingga kosmetik. Keberhasilannya di bidang ini mengantarkan Lili mendirikan PT The Elcastle Indonesia pada 2011. Sejumlah brand besar pun menjadi *customer*-nya, seperti Martina Berto, Mustika Ratu, Shinzu’i, Mandom, dan masih banyak lagi.

Dari usaha kemasan inilah Lili mengenal kosmetik. Hal tersebut mendorongnya untuk mencoba mengembangkan Arra Beauty, dan berjalan bagus hingga kini, meski sempat mengalami penurunan penjualan hingga 70% di masa pandemi lalu. “Syukurlah sekarang sudah kembali normal, dan saya sedang mengembangkan lini baru untuk Arra Beauty,” katanya sambil menyebutkan dirinya terbuka untuk investor atau partner usaha yang ingin bekerja sama.

TIDAK PERNAH AMBISI

Lili mengaku selalu menjalankan prinsip “*going where the wind blows*” dalam hidupnya. “Tidak pernah ambisi menjalani apa yang ingin dijalani. Kalau ada masalah dihadapi, tapi kalau pada akhirnya tidak sesuai harapan ya tinggalkan, cari yang lain. Dengan begitu saya tidak stres,” kata.

Barangkali prinsip itu juga yang membuat Lili mempunyai banyak teman dan banyak kegiatan. Selain *hangout* dan *traveling* bersama teman-temannya, sampai sekarang ia juga rajin melakukan olahraga *thai boxing*, *fitness*, dan menjalani hobi *baking*. Dan satu lagi, menjadi ibu rumah tangga, termasuk mengurus anak yang masih balita, tanpa menggunakan jasa *nanny*.

“Karena anak adalah titipan Tuhan, maka saya yang dititipi punya tanggung jawab untuk membesarkannya, meskipun nanti setelah besar dia sendirilah yang menentukan arah hidupnya,” kata Lili yang kini tinggal di Filipina dengan suaminya yang asli Prancis ini.



dr. BEN WIDAYA

'SICKCATION' EXPERIENCE

*Ketika layanan medis rumah sakit kelas dunia
berpadu dengan fasilitas hotel bintang lima.*

Tak perlu pergi—atau bahkan sekadar membayangkan—jauh-jauh ke luar negeri. Jika hanya untuk berobat di rumah sakit dengan fasilitas kesehatan yang canggih, tenaga medis yang mumpuni, plus pelayanan ala hotel bintang lima, di Jakarta pun sudah ada. Bahkan tidak hanya pasien yang dimanjakan, tapi juga keluarga pasien. Semua hal tersebut bisa didapatkan sekaligus di RS Mandaya Royal Hospital Puri (MRHP) yang memiliki “resep rahasia”, yaitu konsep *patience and family experience* yang diterapkannya.

Adalah dr. Ben Widaya, Presiden Direktur Mandaya Hospital Group, yang menjadi “chef” di balik resep rahasia tersebut. Ia menjelaskan, konsep *patience and family experience* lahir dari pengalamannya melihat *gap* antara kebutuhan pasien dengan pelayanan yang disediakan oleh rumah sakit di Indonesia. “Umumnya, rumah sakit menjual keunggulan medis untuk mendapatkan kepuasan pasien, sementara faktor nonmedis dinomorduakan,” katanya. “Apalagi bagi masyarakat Indonesia, ikatan keluarga sangat erat. Kita sakit, keluarga juga bisa ikut sakit.”

Berangkat dari hal tersebut dr. Ben mencoba memadukan keduanya—medis dan nonmedis. “Jadi kami mengobati pasien secara lebih holistik, tidak hanya dari sisi medis, tapi juga dari sisi mental-emosional, spiritual, sosial, finansial, dan famili,” jelas pria kelahiran Jakarta 35 tahun lalu ini.

Untuk menerapkan konsep pelayanan tersebut, MRHP pun melengkapi diri dengan peralatan medis berteknologi tinggi seperti High Gradient MRI Scan, Advanced Ultrasound and Cardiografi, Catheter Lab with IVUS Technology, dan masih banyak lagi, hingga penggunaan teknologi nuklir untuk diagnosis dan terapi.

Di sisi lain, untuk melayani pasien dan keluarganya, MRHP membentuk tim khusus Patient Experience Officers (PEO). Tim yang terdiri dari 20 orang ini tugasnya memastikan pasien dan keluarganya mendapatkan pengalaman berobat yang menyenangkan di RS MRHP, sejak kedatangan hingga kepulangan.



“*Dalam 20 tahun ke depan rumah sakit-rumah sakit di luar negeri akan merasa ‘terancam’ dengan perkembangan layanan kesehatan di Indonesia.*”

Tentu tidak berhenti di situ. Dokter Ben memaparkan, RS MRHP juga sudah menyiapkan fasilitas hotel bintang lima untuk dimanfaatkan oleh pasien dan keluarganya. Dalam kamar rawat inap kelas tertentu misalnya, dilengkapi dengan AC, kulkas, *smart tv*, *microwave*, *personal pantry*, dan lain-lain. Rumah sakit ini juga dilengkapi dengan hotel di lantai 8 khusus untuk keluarga pasien yang berkunjung, terdiri dari 14 pod dan 6 *ensuite room*. Bahkan MRHP juga menyediakan fasilitas antar-jemput pasien dari dan ke bandara.

Layaknya sebuah hotel, untuk menambah nyaman pengunjung, interior rumah sakit pun didesain sedemikian rupa sehingga kesan ‘angker’ rumah sakit tidak akan terasa. Sejumlah *café*, restoran, dan *coffee shop* juga siap dijelajah untuk memanjakan indra perasa. Bahkan pasien dengan jenis layanan tertentu, seperti persalinan, juga mendapatkan suguhan *romantic dinner*. Dari sinilah kemudian muncul istilah “*sickcation*” untuk menyebut pengalaman rawat inap di rumah sakit serasa berlibur di hotel.

MEDICAL TOURISM

Mandaya Hospital Group (MHG) berdiri pada tahun 2014 dengan rumah sakit pertamanya, RS Mandaya Hospital Karawang. Sementara RS MRHP berdiri di tengah pandemi Covid-19,

Oktober 2021. Menurut dr. Ben, pandemi justru menjadi momen yang tepat untuk membuka rumah sakit. “Pertama, kebutuhan kesehatan masyarakat pasti naik. Kedua, ini kesempatan bagus bagi industri rumah sakit untuk membuktikan bahwa pelayanan medis di Indonesia tidak kalah dengan luar negeri,” katanya.

Terbukti, tingkat okupansi RS MRHP justru terus meningkat sejak dibuka. Hal ini membuktikan bahwa konsep *patience and family experience* sukses diterapkan. *Word of mouth* atas pengalaman kepuasan pasien berobat di rumah sakit ini menjadi promosi sangat efektif.

Disebutkan oleh dr. Ben, dengan sejumlah keunggulannya, rumah sakit berkapasitas lebih dari 350 kamar ini sekarang tengah mempersiapkan diri untuk menjadi rumah sakit rujukan nasional. Tiga pusat layanan yang diunggulkan adalah perawatan jantung dan pembuluh darah, kanker, serta neurosains, dengan lebih 150 dokter spesialis dari 51 jenis spesialis dan subspecialis.

Dengan berbagai keunggulan tersebut, dr. Ben berharap MHG bisa membantu pemerintah dalam mengembangkan *medical tourism* untuk mencegah masyarakat kita berobat ke luar negeri. Untuk itu pula MHG sudah menyiapkan rencana pembangunan rumah sakit lagi di Jakarta Selatan dengan lebih banyak keunggulan.

“Kita harus optimis bahwa dengan banyak rumah sakit yang bagus dan berkualitas dimiliki oleh Indonesia, maka pasien yang lari ke luar negeri akan jauh berkurang,” ucap pria lulusan University of Manchester, Inggris, ini. “Tapi memang butuh proses dan komitmen kuat dari pelaku industri rumah sakit untuk memberikan pelayanan yang berkualitas, baik medis maupun nonmedis.”

MEWUJUDKAN PASSION

Selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik, itulah yang selalu diterapkan dr. Ben dalam segala hal. Karena itu ia mengakui dirinya adalah seorang pekerja keras. “Saya selalu menganggap orang-orang di sekitar itu luar biasa. Jadi, kalau saya hanya cukup puas menjadi orang biasa, pasti akan tertinggal. Harus jadi luar biasa,” ujarnya.

Dokter Ben mengaku, keinginannya menjadi usahawan sudah ada sejak kecil karena ia sering kali melihat aktivitas orang tuanya dalam menjalankan usaha. Namun begitu cita-citanya tidak



pernah mantap di hati, apalagi ketika ia belajar ilmu kedokteran. Sulung dari tiga bersaudara ini akhirnya memantapkan diri memilih menjadi dokter setelah menerima masukan dari orang tuanya. “Kalau kamu jadi pengusaha tidak bisa jadi dokter, tapi kalau kamu jadi dokter, masih bisa jadi pengusaha,” kata dr. Ben menirukan arahan orang tuanya.

Dengan gelar dokter dari University of Manchester, Inggris, dan pengalaman bekerja di beberapa rumah sakit di sana, dr. Ben mulai menekuni dunia usaha di negeri sendiri. Memadukan ilmu bisnis di industri rumah sakit dan industri *hospitality* yang dipelajari dari bisnis orang tuanya, ia mulai fokus untuk mengembangkan layanan kesehatan premium di Indonesia. Tekadnya satu, membuat masyarakat Indonesia bisa merasakan layanan kesehatan berkualitas internasional, dan ingin membuktikan bahwa rumah sakit di Indonesia tidak kalah dengan rumah sakit luar negeri.

Sebagai seorang pekerja keras, dr. Ben pun terus mengembangkan diri untuk menghasilkan yang terbaik, terutama dalam hal yang sedang ia fokuskan saat ini, industri rumah sakit. Di tengah berbagai tantangan yang dihadapi dalam menjalankan bisnisnya, bapak tiga anak ini mengaku mempunyai tiga hal yang patut ia syukuri. Pertama, tim yang *solid* dan memiliki *passion* yang sama untuk mengembangkan RS MRHP. Kedua, ia bersyukur memiliki orang tua yang sangat mendukung setiap gerak langkahnya. “Mereka adalah inspirasi saya, terutama dalam hal perjuangan mewujudkan mimpi,” tandasnya.

Dan kebersyukuran lain yang dirasakan adalah ia memiliki keluarga yang memahami kehidupan bisnisnya. “Tantangannya adalah bagaimana saya harus pintar membagi waktu antara pekerjaan dan keluarga. Karena itu target saya ke depan adalah keduanya jalan seimbang. Bisnis terus berkembang dan keluarga tetap solid,” katanya.





DR. dr. W. ANDRALIA KARTOLO, MSc(UK)

RAHASIA INDAH DOKTER JELITA

*Betapa indahnyanya jika ilmu yang kita dapat
bisa bermanfaat untuk orang lain,
seperti yang ia lakukan.*

"**S**aya cinta keindahan." Kalimat ini meluncur dari bibir **Dr. dr. W. Andralia Kartolo, MSc(UK), DLSHTM, ABAARM, Acp** menjawab pertanyaan tentang hal yang ia sukai di dalam hidup. Itu pula yang mendasari pemilik Jakarta Wellness Clinic ini memilih berkarier menjadi seorang dokter kecantikan. Karena cantik itu indah, begitu dalihnya. Sebuah pernyataan yang sulit dibantah ketika melihat sendiri sosok wanita jelita ini.

Menurut dr. Andralia, keindahan dari cantik itu memancar jika seseorang merawat diri secara holistik, dari dalam dan dari luar. "Tidak hanya kulit saja yang kita poles, tapi juga merawat diri dengan asupan nutrisi dan gaya hidup sehat," katanya. "Jangan hanya *looks good* saja yang dikejar, tapi juga *feels good*. Sehat dan bahagia."

Hal itulah yang selalu ia sampaikan kepada pasien yang datang ke kliniknya. Perempuan kelahiran Pontianak 50 tahun lalu ini tidak ingin menjadi dokter yang hanya mengobati pasien tapi juga harus memberikan wawasan kepada pasiennya tentang bagaimana menjaga tubuh mereka yang berharga. Karena mencegah itu lebih baik ketimbang mengobati.

Sudah menjadi prinsip dr. Andralia bahwa ilmu yang ia dapatkan harus memberikan manfaat untuk orang lain. Karena itu sebagai seorang dokter ia juga memastikan setiap pasiennya mendapatkan pengetahuan juga, setidaknya tentang kondisi tubuh mereka dan bagaimana merawatnya. "Saya percaya apa

yang kita tanam akan kita tuai. Jadi saya akan terus menanam yang baik-baik saja sehingga kebaikan juga yang akan saya tuai nantinya," ujar ibu dua anak ini. Sangat beralasan jika dr. Andralia mewujudkan "proyek hidup" yang ia canangkan tersebut dengan mendirikan FMN (*Feel More Natural*) Clinic pada 2007, sebuah klinik kecantikan yang mengusung konsep *Nature Meets Technology*, memadukan produk-produk berbahan alami dengan alat-alat kecantikan berteknologi tinggi.

Menyusul FMN, dr. Andralia mengembangkan jaringan Jakarta Wellness Clinic (JWC) mulai Maret 2022 yang kini sudah memiliki empat cabang di Jakarta, tepatnya di Tanah Abang, Cideng, Gajah Mada, dan Kuningan City. Sama dengan FMN, JWC juga mengandalkan bahan-bahan natural dan teknologi terkini dalam merawat pasien-pasiennya.

Dengan kedua klinik tersebut dr. Andralia menebarkan manfaat dari ilmu yang ia miliki kepada masyarakat yang membutuhkan. Anak keempat dari enam bersaudara ini mengunduh ilmu S1 di Fakultas Kedokteran Unika Atma Jaya Jakarta, S2 di London School of Hygiene & Tropical Medicine Inggris, dan S3 di Program Magister Ilmu Biomedik Universitas Indonesia, Jakarta.

Dalam rangka menebarkan ilmunya itu pula, dr. Andralia mengajak masyarakat turut berinvestasi bersama untuk mengembangkan cabang-cabang JWC melalui sebuah *partnership*. Syaratnya, harus memiliki *passion* di dunia

kesehatan dan kecantikan. “Dana dan *passion* adalah perpaduan yang ideal untuk meraih sukses di bidang ini, yaitu membantu masyarakat dalam mewujudkan hidup yang berkualitas,” katanya. “Dan makin banyak cabang JWC, makin banyak pula masyarakat yang terbantu.”

WALK YOUR TALK

Menjadi dokter merupakan cita-cita dr. Andralia sejak kecil. Mungkin karena masa kecilnya sering bertemu dokter akibat tubuhnya yang sering sakit-sakitan. Ia mengagumi profesi dokter yang dianggapnya sebagai pahlawan karena dedikasinya dalam menolong orang-orang sakit. Andralia sendiri tumbuh dalam keluarga penyembuh. Dari kakek, bapak, hingga pamannya menekuni penyembuhan herbal Traditional Chinese Medicine.

Cita-cita Andralia tidak berubah seiring waktu. Ia justru tekun belajar untuk meraihnya. Tidak heran ia selalu masuk dalam tiga besar siswa berprestasi semasa SMA dan terpilih menjadi Bibit Unggul Daerah. Hingga kini, selain kedokteran antiaging, estetik dan biomedis, Andralia juga menguasai disiplin ilmu lain seperti hipnoterapi, kinesiologi, *nutritional microscopy*, akupunktur, *magnet therapy*, hingga *emotional freedom technique*.

Konsekuensi dengan prinsip kecantikan holistik yang ia pegang, dr. Andralia menerapkannya dalam hidup sehari-hari. Dari luar, ia melakukan sejumlah perawatan kulit (dan rambut) *homecare* senatural mungkin, sementara dari dalam ia memilih asupan nutrisi yang tepat sesuai kebutuhan tubuh, tidur yang cukup, aktif bergerak, dan selalu mengelola stres. “Sehat spiritual juga sangat penting. Saya berusaha selalu memperbesar rasa cinta dan syukur, banyak tertawa, serta berpikir positif. Jadi, *healthy body-mind-soul*. Holistik,” aku pemilik hobi *reading* dan *dancing* ini.

EDUKASI MEJA MAKAN

Kesibukan kariernya tidak membuat dr. Andralia melupakan urusan keluarga. Seperti kebanyakan wanita multiperan, penulis buku *The Secret of Magnet Therapy* ini juga berusaha menjalani peran sebagai seorang istri dan ibu dengan sebaik-baiknya. Baginya, karier dan keluarga itu sama penting. Karena itu di sela-sela kesibukan memantau beberapa kliniknya, ia juga menyempatkan waktu untuk menemani sekaligus memantau perkembangan anak-anaknya.

“Saya paling suka mengobrol bersama anak-anak di meja makan. Karena hanya ada saya, suami, dan anak-anak, jadi



komunikasinya bisa intim. Di situlah saya menyisipkan nasihat dan edukasi kepada mereka,” jelas wanita yang pernah menjadi dosen di Universitas Hasanuddin, Makassar dan Universitas Prima Indonesia, Medan ini. Biasanya, lanjut dr. Andralia, ia menyiapkan waktu di akhir pekan untuk melakukan itu, atau di waktu jeda aktivitas kala *weekdays*.

Pencapaian hidupnya hingga sampai titik ini diakui dr. Andralia berkat inspirasi yang ia serap dari lima sosok idola dalam hidupnya. “Saya terus berusaha untuk selalu menjadi pekerja keras seperti mama, jujur seperti papa, elegan seperti Ratu Elizabeth II, dicintai banyak orang seperti Lady Diana, dan menolong penuh cinta seperti Bunda Theresa,” katanya.

Diakuinya, ia selalu termotivasi dengan orang-orang yang tidak hanya menjadi pengikut, tapi sebagai pionir dan yang menebarkan ilmunya untuk memberi manfaat kepada orang lain. Ia meyakini hukum timbal balik, bahwa semua yang ia terima harus juga dibagikan sehingga energinya tetap mengalir termasuk ke diri kita sendiri. “Karena itu saya tidak pernah pelit berbagi ilmu, rezeki, dan sebagainya. Karena saya yakin saya juga akan mendapatkan manfaatnya,” ucap dr. Andralia menutup perbincangan dengan senyum cantiknya.

“ *Believe me, feeling good and looking good is not a coincidence. It's the result of an effort.* ”

EVERYDAY IS A TRAINING DAY AT JWC

Jakarta Wellness Clinic (JWC) adalah salah satu “kendaraan” bagi dr. Andralia dalam upayanya membantu masyarakat untuk memenuhi kebutuhan kesehatan dan kecantikan. Untuk tujuan tersebut, dr. Andralia menyebutkan, JWC berkomitmen menyediakan layanan yang teraman, terbaik, dan juga harga terjangkau. Sejumlah layanan yang diberikan JWC antara lain perawatan kulit wajah, tubuh, dan rambut dengan produk-produk berbahan natural dan alat-alat berteknologi terkini. Salah satunya adalah Ultherapy, yaitu terapi untuk antipenuaan dini dengan menggunakan teknologi *ultrasound*. Kelebihan dari terapi ini adalah noninvasif, meningkatkan kolagen, tidak menyebabkan ketergantungan, dan hasilnya natural.

Setiap klinik cabang memiliki setidaknya dua orang dokter dan beberapa staf termasuk perawat dan *beautician*. Untuk memperkuat potensi timnya, dr. Andralia memberlakukan prinsip “*everyday is a training day*”. “Saya ingin punya tim yang kuat dan berkualitas yang akan menjadi partner ideal dalam bekerja,” tegasnya.

Layanan yang bagus, tim berkualitas, dan misi yang baik—yaitu melayani masyarakat, membuat dr. Andralia yakin JWC akan berkembang baik. Itulah mengapa ia tidak merasa ragu meski membuka kliniknya di tengah masa pandemi Covid-19. Ia bahkan sudah ancap-ancang untuk membuka cabang-cabang lain, yang tidak menutup kemungkinan di luar Jakarta juga.

PESAN PELANGI

*Tanpa hujan dan cahaya matahari,
warna-warni pelangi tidak akan pernah
memperindah angkasa.*

Rasanya tak seorang pun yang tidak suka dengan keindahan pelangi. Memandangi warna-warninya yang membelah langit biru itu selalu membuat hati tenteram. Apalagi di masa kita kecil dulu. Sorak sorai saya dan teman-teman langsung membahana melihat pelangi yang muncul begitu hujan mereda. Sambil berjingkrak-jingkrak kami meneriakkan lafal 'me-ji-ku-hi-bi-ni-u'. Senangnya kebangetan. Saking senangnya, kami pun berlari mengejar ujung pelangi, bermaksud menemui para bidadari yang turun dari kahyangan untuk mandi di telaga. Tapi tentu saja itu merupakan sebuah pengejaran yang sia-sia. Makin kami mengejarnya, makin menjauh dia, lalu memudar dan menghilang.

Tapi tentu saja kami tidak kecewa. Pelangi masih akan selalu muncul selagi hujan masih mau turun. Karena memang begitulah mekanismenya. Begitu hujan mereda, butiran-butiran air yang tersisa di angkasa membiaskan cahaya matahari yang menyimpannya dan merefleksikannya menjadi deretan warna-warna indah. Jadi, untuk sampai kepada fase munculnya warna-warni pelangi yang indah, kita harus melewati fase hujan lebih dulu.

"Matahari, hujan, dan pelangi itu satu paket," kata ibu saya waktu itu. "Kamu tidak akan melihat pelangi kalau tidak ada matahari dan hujan." Sebuah pesan yang tidak hanya saya ingat tapi juga saya tanamkan di dalam hati, menjadi sebuah bekal untuk menghadapi hidup.

Barangkali begitu juga mekanisme tercapainya sebuah kesuksesan di dalam kehidupan. Harus melewati hujan masalah dan disuntik dengan cahaya semangat untuk meraih indahny sebuah keberhasilan (tapi lupakan soal bidadarinya). Bukti nyatanya sudah banyak. Ketik saja kata kunci di mesin



peramban "kisah sukses", maka kita akan disuguhi beragam cerita perjalanan orang-orang sukses dari berbagai bidang. Yang sama dari kisah-kisah tersebut adalah adanya unsur masalah atau hambatan, semangat, dan sukses. Hujan, matahari, dan pelangi.

PELANGI DI TENGAH PANDEMI

Pandemi Covid-19 yang belum juga berlalu sampai sekarang ini memang menjadi fase "hujan lebat" bagi seluruh sektor kehidupan. Dari dunia usaha, industri, kesehatan, ekonomi, hingga bagi diri pribadi. Tapi jika kita menyikapinya dengan *stick*



to filosofi pelangi, saya yakin kita semua akan mampu bertahan, bahkan bangkit dan menikmati sukses pada akhirnya.

Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, ekonomi Indonesia tumbuh tinggi pada triwulan kedua 2022 yang mencapai 5,44 (yoy), jauh di atas capaian triwulan pertama 5,01 (yoy). Pencapaian ini terjadi di tengah risiko pelemahan ekonomi global dan meningkatnya tekanan inflasi. Konsumsi rumah tangga juga tumbuh tinggi sebesar 5,51% (yoy), jauh di atas capaian triwulan sebelumnya sebesar 4,34% (yoy). Hal ini menandakan daya beli masyarakat yang meningkat. Jika pencapaian-pencapaian

tersebut belum kita anggap sebagai sebuah pelangi, setidaknya bisa kita anggap sebagai cahaya matahari yang menjadi pemicu semangat optimisme untuk bangkit dan pulih.

Kites rise highest against the wind - not with it. Pesan tersirat di balik kata-kata Winston Churchill ini layak untuk kita serap. Kita akan mampu bangkit dari keterpurukan dengan menghadapi masalah yang datang, bukan terlarut bersamanya. Mirip dengan kata-kata almarhumah ibu saya yang disampaikan ketika saya sedang mengalami krisis percaya diri, "Kalau kamu takut gagal, itu sudah merupakan sebuah kegagalan."



MANDIRI JADI DIGITAL DAN KEKINIAN: MENINGKATKAN INKLUSI KEUANGAN MELALUI DIGITAL BANKING

Perekonomian tumbuh sehat dengan dukungan sistem perbankan yang kuat dan maju.

Sektor perbankan memainkan peran yang sangat penting dalam sistem keuangan di suatu perekonomian. Sektor perbankan juga memiliki tugas untuk memfasilitasi sistem pembayaran yang kuat serta pemberian kredit untuk memenuhi kebutuhan bisnis, pemerintah dan masyarakat umum. Secara keseluruhan, sektor perbankan merupakan pusat kegiatan ekonomi suatu negara. Oleh karena itu, sistem perbankan yang kuat dan sehat sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi.

Saat ini sektor perbankan Indonesia sedang menyaksikan revolusi TI (Teknologi dan Informasi) menuju digitalisasi. Internet dan TI telah sepenuhnya mengubah cara kerja bank dan lembaga keuangan. TI diperkenalkan di sektor perbankan pada tahun 2000an, dimulai dari *SMS banking*, kemudian *internet banking* hingga *mobile banking*. Namun, saat ini fase revolusi TI lebih maju, bukan hanya pada sektor perbankan itu sendiri, namun juga pada struktur dan arah ekonomi secara keseluruhan. Modernisasi sektor perbankan saat ini memberikan manfaat baik bagi nasabah maupun bank, karena tidak hanya terbatas pada transaksi di cabang, tetapi pada *smartphone*. Fase perbankan saat ini dapat disebut **“Digital Banking”** atau perbankan digital. Layanan perbankan digital memiliki berbagai layanan yang memiliki banyak kelebihan, di antaranya yaitu nasabah tidak harus mendatangi bank secara langsung; hemat waktu dan biaya; dapat diakses dimana saja; mudah dan praktis; memberikan keamanan dan kenyamanan; serta mengurangi penggunaan kertas.

Otoritas Jasa Keuangan (OJK) telah mengeluarkan peraturan mengenai pelayanan perbankan digital dalam Peraturan OJK Nomor 12/POJK.03/2018 tentang **Penyelenggaraan Layanan Perbankan Digital Oleh Bank Umum**. OJK juga telah menerbitkan panduan mengenai pelayanan perbankan digital dalam Panduan Penyelenggaraan

Digital Branch oleh Bank Umum. OJK menegaskan bahwa layanan perbankan digital memungkinkan calon nasabah dan/atau nasabah bank untuk memperoleh informasi, melakukan komunikasi, registrasi, pembukaan rekening, transaksi perbankan, dan penutupan rekening, termasuk memperoleh informasi lain dan transaksi di luar produk perbankan, antara lain nasihat keuangan (*financial advisory*), investasi, transaksi sistem perdagangan berbasis elektronik (*e-commerce*), dan kebutuhan lainnya dari nasabah Bank.

Berdasarkan laporan Celios dan PwC, disebutkan bahwa **“the future of digital banking is all about digital services”**. Berdasarkan tabel 1, perbankan digital di masa depan tidak hanya melayani jasa perbankan saja, namun melayani jasa keuangan non-bank, bahkan non-jasa keuangan. Peran perbankan digital untuk para milenial sebagai contoh, dapat memudahkan keperluan jasa keuangan non-bank seperti transfer dan pembayaran tagihan. Selain itu untuk non-jasa keuangan, para milenial dapat menikmati layanan *e-commerce*, fasilitas penukaran mata uang juga layanan perjalanan. Untuk layanan perbankan, para milenial juga dapat mendapat fasilitas kredit, investasi, tabungan dan asuransi.
















Tabel 1. Perbankan Digital di Masa Depan

Non-financial services	<ul style="list-style-type: none"> E-commerce Educational platform 	<ul style="list-style-type: none"> E-commerce Forex services Booking facilities for travel (hotels, flights, and trains) 	<ul style="list-style-type: none"> Job search platform Skill enhancement platform 	<ul style="list-style-type: none"> Assisted e-commerce Booking facilities for travel (trains and buses)
Non-banking financial services	<ul style="list-style-type: none"> Money transfer (UPI) Mobile recharges Personal finance management 	<ul style="list-style-type: none"> Money transfer (UPI) Mobile recharges Bill payments (BBPS) Personal finance management 	<ul style="list-style-type: none"> Money transfer (DMT and AePS) Bill payments 	<ul style="list-style-type: none"> Money transfer (DMT and AePS) Bill payments and rechargers
Banking services	<ul style="list-style-type: none"> Prepaid card services Sachet loans 	<ul style="list-style-type: none"> Savings account Credit Investment Insurance 	<ul style="list-style-type: none"> Saving account Credit on tap Sachet insurance 	<ul style="list-style-type: none"> Savings account Credit Micro investments
	Teenagers	Digital millennials	Blue/grey-collar workers	Gig economy workers and freelancers

Sumber: Celios dan PwC

Berbagai layanan perbankan digital telah berkembang di Indonesia. Berdasarkan tabel 2, Jenius dari Bank BTPN merupakan pionir layanan perbankan digital di Indonesia, yang berdiri pada bulan Agustus 2016, disusul oleh Permata Mobile X pada Januari 2019. Sebagai tambahan informasi, sebuah survei tentang bank digital terpopuler yang dilakukan oleh Dailysocial.id terhadap 1.500 responden pada tahun 2021. Hasil survei menunjukkan Jenius menempati peringkat pertama bank digital yang paling dikenal oleh masyarakat dengan persentase sebesar 64,2%.

Tabel 2. Berbagai Bank Digital di Indonesia

Company	AppsName	Launched	Asset 1Q'22	Kredit 1Q'22
PT Allo Bank Indonesia Tbk	Allo Bank 	Mei 2022	IDR 9.4 trillion	IDR 4.8 trillion
PT Bank MNC Internasional Tbk	Motion Banking 	September 2021	IDR 13.5 trillion	IDR 6,6 trillion
PT Bank Jago Tbk	Jago 	September 2021	IDR 12,82 trillion	IDR 6,14 trillion
PT Bank Digital BCA	Blu 	September 2021	IDR 6.9 trillion	IDR 1,07 trillion
PT Bank DBS Indonesia	Digibank 	August 2021	IDR 89.8 trillion	IDR 48,2 trillion
PT Bank KEB Hana Indonesia	Line Bank 	August 2021	IDR 43.1 trillion	IDR 29,6 trillion
PT Bank Neo Commerce Tbk	NeoBank 	August 2021	IDR 12.52 trillion	IDR 4,8 trillion
PT Bank Mandiri (Persero) Tbk	New Livin' 	August 2021	IDR 1734.1 trillion	IDR 1072.8 trillion
PT Bank OCBC NISP Tbk	Nyala 	August 2021	IDR 225.7 trillion	IDR 119.6 trillion
PT Bank Seabank Indonesia	SeaBank 	March 2021	IDR 15.03 trillion	IDR 9,37 trillion
PT Bank UOB Indonesia	TMRW 	August 2021	IDR 126.6 trillion	IDR 81,9 trillion
PT Bank Bukopin Tbk	Wokee 	June 2021	IDR 81.0 trillion	IDR 52,4 trillion
PT Bank BTPN Tbk	Jenius 	August 2016	IDR 192.4 trillion	IDR 131,7 trillion
PT Bank Raya Indonesia Agroniaga Tbk	Raya 			
PT Permata Bank Tbk	PermataMobile X 	January 2019	IDR 240.9 trillion	

Sumber: Financial Statement

Dilihat dari data Google Play pada bulan September 2022, terdapat 100 peringkat aplikasi perbankan digital terbaik di dunia berdasarkan kinerjanya, dan aplikasi Livin' by Mandiri berada di posisi ke 6, dan disusul oleh Allobank di peringkat ke 12, kemudian Seabank di posisi 14. Berdasarkan tabel 3, aplikasi layanan perbankan digital Livin' by Mandiri juga telah diunduh lebih dari 10 juta pengguna dan menunjukkan kinerja terbaiknya dibandingkan aplikasi perbankan digital lain di Indonesia.

Tabel 3. Kinerja Berbagai Bank Digital di Indonesia

Rank	Digital Bank	Top Download
#6		10M+
#12		1M+
#14		5M+
#22		5M+
#29		10M+
#61		5M+
#67		1M+

Sumber: AppBrain, Sucor Research

Pandemi Covid-19 terbukti menjadi faktor pendorong utama bagi perkembangan layanan perbankan digital. Sektor jasa keuangan, telah memberikan serapan yang lebih besar untuk aplikasi seluler dan digital.

Saat terjadi *lockdown* pada saat pandemi Covid-19 terutama di tahun 2021, bank-bank konvensional dan juga *fintech* berlomba untuk mengintegrasikan

aplikasi keuangan dengan *platform* lain atau bahkan aplikasi non-jasa keuangan, seperti aplikasi Livin'by Mandiri yang telah diluncurkan pada Agustus 2021. Berdasarkan laporan Mandiri Institute pada Juli 2022 dengan judul *"Maximizing the Benefit of Digitalization"*, pada semester 1 tahun 2022, bank-bank terbesar di Indonesia telah menunjukkan kinerja yang sangat baik. Terbukti, lonjakan rasio profitabilitas dan pendapatan menjadi sorotan, namun angka yang tumbuh signifikan adalah peningkatan rasio BOPO atau biaya operasional terhadap pendapatan operasional, sebuah indikator yang menunjukkan efisiensi operasional sebuah bank dimana rasio BOPO perbankan mengalami penurunan. BOPO keseluruhan pada April 2022 adalah 78,57%. Rasio BOPO menurun secara signifikan dibandingkan dengan Desember 2021 yakni sebesar 83,55%. BOPO Bank Mandiri berhasil ditekan menjadi 56,37% pada triwulan I 2022. Sementara itu, BRI dan BNI mencatat rasio BOPO sebesar 64,93% dan 70,20% masing-masing. Bank-bank terbesar lainnya juga mengalami rasio biaya operasional terhadap pendapatan yang lebih rendah di tahun ini. Hal ini menunjukkan bahwa peran layanan perbankan digital mendukung efisiensi serta pemenuhan inklusi keuangan yang lebih baik.

Astari Adityawati
Wealth Specialist and Advisory



MEWASPADAI PENYAKIT CACAR MONYET

*Penyakit cacar monyet memang tidak separah COVID-19,
tapi Anda tetap diminta untuk waspada
agar tidak sampai tertular.*

Belum juga pandemic COVID-19 usai, berbagai penyakit menular lainnya sudah muncul di hadapan. Salah satu yang terbaru adalah penyakit cacar monyet (*monkeypox*) yang disebabkan oleh infeksi virus bernama sama. Walaupun penularannya dan fatalitasnya tidak setinggi COVID-19, tapi tak ada salahnya mewaspadaai penyakit ini karena dapat memicu beberapa komplikasi medis

PENULARAN VIRUS CACAR MONYET

Dari namanya Anda mungkin mengira bahwa penyakit cacar monyet merupakan *zoonosis*, yaitu penyakit yang ditularkan hewan ke manusia, yang berasal dari monyet. Padahal, tak hanya berbagai spesies monyet yang menularkan penyakit ini, tapi juga beberapa spesies tupai, tikus Gambia, hewan pengerat bernama dormice, dan lainnya.

Menurut CDC (*Centers for Disease Control and Prevention*), penyakit cacar monyet berasal dari benua Afrika, terutama di negara-negara yang terdapat di Afrika tengah dan barat. Penyakit ini pertama kali ditemukan pada 1958 saat terjadi wabah penyakit yang gejalanya mirip dengan cacar air pada koloni monyet untuk penelitian. Inilah yang membuat penyakit tersebut dinamai cacar monyet.

Kasus cacar monyet baru ditemukan pertama kali di manusia pada 1970. Penularannya dari hewan ke manusia bisa terjadi lewat gigitan atau cakaran hewan yang sudah terinfeksi virus tersebut, mengonsumsi daging atau memakai produk

yang diolah dari hewan yang terinfeksi, dan kontak langsung dengan cairan dan ruam di hewan yang terinfeksi. Sementara penularannya dari manusia ke manusia terjadi akibat kontak langsung, kontak erat, dan penggunaan benda-benda yang sama dengan orang yang terinfeksi. Ibu hamil dapat menularkan virus cacar monyet ke janinnya.

GEJALA-GEJALA PENYAKIT CACAR MONYET DI MANUSIA

Gejala utama saat seseorang tertular virus cacar monyet adalah munculnya ruam di atau di dekat alat kelamin (penis, testis, labia, dan vagina) atau anus. Bisa juga ruam muncul di tangan, kaki, dada, wajah, dan mulut. Awalnya, ruam ini bisa berbentuk seperti bentol jerawat atau bentol berisi air yang terasa sakit dan gatal. Lama-kelamaan ruam akan berubah menjadi kerak sebelum akhirnya sembuh.

Gejala-gejala lain dari penyakit cacar monyet adalah:

- Demam.
- Meriang.
- Pembengkakan kelenjar getah bening.
- Mudah lelah.
- Nyeri di persendian dan di punggung.
- Sakit kepala.
- Muncul masalah pernapasan, seperti batuk, tenggorokan sakit, dan hidung tersumbat.



Gejala-gejala yang dialami penderita cacar monyet bisa berbeda. Ada yang hanya mengalami ruam tanpa gejala yang lain, ada yang komplet mengalami ruam dan gejala-gejala lain, ada juga yang mengalami gejala-gejala seperti sedang flu baru kemudian muncul ruam di kulit. Biasanya gejala-gejala ini muncul setelah tiga minggu setelah terpapar virus cacar monyet.

Penyakit ini biasanya akan berlangsung selama 2—4 minggu. Penderita akan diminta untuk mengisolasi diri, baik dari anggota keluarga maupun hewan peliharaan, sampai ia benar-benar sembuh. Pengobatan yang diberikan umumnya lebih kepada meredakan gejala-gejala yang muncul, karena sampai saat ini belum ada obat khusus untuk mengatasi cacar monyet. Kemungkinan penderita akan diberi obat antivirus, obat antinyeri, serta diminta untuk minum banyak air putih dan mengonsumsi makanan bergizi.

MENCEGAH TERTULAR CACAR MONYET

Saat ini sudah terkonfirmasi pasien penderita cacar monyet pertama di Indonesia pada Agustus 2022 lalu. Pemerintah meyakinkan agar masyarakat tidak panik karena daya tular dan fatalitasnya tergolong rendah. Namun tak ada salahnya Anda untuk waspada agar diri Anda, keluarga, dan orang-orang terdekat tidak sampai menderita penyakit ini.

Beberapa cara berikut bisa Anda terapkan untuk mencegah tertular cacar monyet adalah:

1. Menghindari kontak langsung atau kontak erat dengan seseorang yang memiliki gejala-gejala penyakit cacar monyet.
2. Hindari mengurus barang-barang yang telah digunakan oleh orang atau hewan yang pernah menderita cacar monyet, seperti pakaian spre, tempat tidur, peralatan makan, dan lain-lain.
3. Hindari kontak dengan hewan yang berpotensi membawa virus cacar monyet.

Kementerian Kesehatan RI juga menghimbau agar masyarakat selalu menerapkan Perilaku Hidup Bersih dan Sehat (PHBS) dan menerapkan protokol kesehatan, baik saat di rumah maupun di lingkungan beraktivitas. Penerapan keduanya tak



hanya untuk mencegah penularan penyakit cacar monyet, tapi juga penyakit menular lainnya secara umum. Jika muncul gejala-gejala di atas, walaupun belum tentu merupakan penyakit cacar monyet, sebaiknya Anda segera memeriksakan diri ke fasilitas kesehatan terdekat.

Mungkin Anda masih ingat tentang fenomena Citayam Fashion Week beberapa waktu lalu, yang sempat menjadi viral tak hanya di Jabodetabek tapi juga skala nasional. Berawal dari invasi yang dilakukan oleh para remaja asal Citayam, Bogor, dan beberapa daerah lainnya di kota-kota penyangga Jakarta ke area seputaran stasiun Sudirman; dari hanya sekadar *hang out* menjadi gerakan untuk mengekspresikan gaya *fashion* sesuai jati diri.

Fenomena ini memang sudah berakhir. *Zebra cross* yang menjadi *catwalk* dari Citayam Fashion Week sudah tak lagi dipadati pengunjung yang penasaran dengan gebrakan dari remaja-remaja sub-urban ini. Namun Citayam Fashion Week ini menjadi salah satu bukti bahwa gerakan anak-anak muda bisa berpengaruh pada dunia *fashion*, seperti yang sudah beberapa kali terjadi di seluruh dunia.

FASHION DAN ANAK MUDA: SALING MEMENGARUHI

Sejak dahulu, *fashion* dan anak muda memang selalu terkoneksi. Disebutkan kalau remaja merupakan “makhluk” yang paling sadar di muka Bumi; mereka cenderung sangat memperhatikan busana yang mereka kenakan sampai ke detailnya. Ini tak lepas dari anak muda yang menjadikan sebagai salah satu cara untuk mengekspresikan jati diri. *fashion* pula yang membuat mereka terafiliasi dengan kelompok, menjadi cara menunjukkan status sosial, serta menjadi semacam ikatan dengan teman-teman sebaya.

Sebaliknya, pengaruh anak muda terhadap *fashion* pun sejak dulu sangat besar. Berbagai bentuk gerakan dan subkultur yang diprakarsai anak muda kemudian membawa pengaruh kepada dunia *fashion*. Beberapa yang sangat populer adalah flaming youth pada dekade 1920-an, *mod* dan *hippie* pada dekade 1960-an, *punk*, *goth*, dan *hip-hop* pada dekade '70-an, dan masih banyak lagi. Masing-masing dari gerakan dan subkultur ini memiliki gaya *fashion*-nya tersendiri yang sangat unik dan khas, sebagai cerminan dari identitas anak-anak muda ini sebagai sebuah komunitas.





Ini pula yang terjadi dengan fenomena Citayam Fashion Week, dari yang awalnya merupakan sekelompok anak remaja sub-urban yang ingin nongkrong di ruang terbuka yang keren di ibukota, lalu tanpa sengaja berubah menjadi ajang mengekspresikan jati diri lewat gaya busana yang mereka kenakan. Memang, masih belum ada gaya *fashion* yang dapat dijadikan identitas oleh komunitas ini, tapi jika tidak dihentikan, bisa jadi akan ada satu gaya *fashion* baru yang muncul dari mereka.

PADU IDE BUSANA DARI ANAK-ANAK MUDA KREATIF

Membahas tentang hubungan *fashion* dan subkultur anak muda, tak bisa lepas dari *streetwear* yang merupakan perwujudan gaya busana dari hubungan ini.

Jika ditelusuri ke sejarahnya, *streetwear* merupakan busana yang dikenakan oleh masyarakat di Inggris pada masa setelah Perang Dunia II. Pada masa itu, harga-harga yang melambung tinggi membuat busana sulit untuk didapatkan, sehingga anak-



anak muda di Inggris memadupadankan apa saja busana yang ada tanpa mempertimbangkan tren *fashion* yang berlaku. Gaya *fashion* hasil padu-padan ini dapat dijumpai di jalan dan dikenakan oleh masyarakat biasa, karena itu disebut dengan *fashion street style*, disebut juga dengan *streetwear* oleh orang Amerika.

Dalam perkembangannya, *streetwear* ini kemudian malah dihubungkan dengan identitas komunitas subkultur anak muda, karena kebanyakan, komunitas-komunitas ini “besar” di jalanan. Anak-anak muda ini tak memikirkan tren *fashion* yang sedang berlangsung, tapi mereka dengan kreatif memadupadankan berbagai busana yang ada, tak peduli dari gaya apa, sehingga menjadi tampilan yang cocok untuk identitas mereka.

Streetwear bisa dikaitkan dengan komunitas anak muda apa pun, mulai dari musik, gerakan sosial, budaya, seni, sampai olahraga. Begitu besarnya pengaruh *streetwear* sehingga dapat mempengaruhi tren *fashion* pada masanya, bahkan muncul di hasil karya dari para perancang busana kenamaan. Kreativitas anak-anak muda ini dalam memadupadankan busana, menjadi inspirasi yang menyegarkan bagi para perancang busana ini.

Jenama-jenama *fashion* raksasa pun tak ketinggalan mengadopsi dan mengadaptasi *streetwear* ke koleksi yang mereka rilis. Ini membuat beberapa gaya *fashion* yang tadinya identik dengan komunitas tertentu, sekarang menjadi gaya *fashion* yang bisa dikenakan oleh siapa saja. Bahkan masyarakat kelas atas tak ketinggalan mengikuti gaya ini karena ingin mengikuti tren. Gaya *streetwear* yang sudah naik kelas seperti ini sering tak lagi dianggap unik, tapi kreasi-kreasi gaya baru selalu bermunculan sehingga akan selalu ada pembeda antara *streetwear* dan gaya *fashion* yang sedang tren.

THRIFTING, GERAKAN ANAK MUDA MENDUKUNG SUSTAINABLE FASHION

Beberapa tahun terakhir, anak-anak muda dunia sedang menggemari *thrifting*, yaitu berburu busana bekas di toko-toko busana bekas sampai ke lapak penjual busana bekas di pasar. *Thrifting* sebenarnya merupakan praktik belanja yang sudah ada sejak zaman dahulu, di mana hasil penjualan busana-busana bekas ini akan didonasikan untuk amal.

Saat ini, *thrifting* menjadi tren karena *sustainable fashion* sedang digaungkan dengan intens. *Thrifting* menjadi cara agar busana-busana bekas yang kualitas baik bisa menemukan pemilik baru dari pada berakhir di tempat pembuangan akhir sampah. Selain itu, *thrifting* juga menjadi opsi yang lebih baik dari pada membeli busana yang baru, sehingga dapat meredam *fast fashion* yang membuat produksi dan konsumsi busana baru setiap tahunnya mengalami peningkatan.

Anak-anak muda, sebagai agen perubahan, sangat antusias melakukan *thrifting* karena selain bisa mendukung *sustainable fashion*, mereka juga bisa berhemat karena busana-busana bekas ini biasanya dijual dengan harga murah. Dengan padu-padan yang tepat, busana hasil *thrifting* bisa terlihat *fashionable* saat dikenakan sehari-hari.

Namun di Indonesia, tujuan *thrifting* yang sebenarnya mulia ini sedikit kehilangan maknanya karena malah dijadikan ajang untuk berburu busana-busana dari jenama terkenal. Padahal, jenama-jenama ini kebanyakan merupakan pelaku *fast fashion* yang menjadi sumber segala masalah yang berkaitan dengan lingkungan hidup, terutama masalah sampah. Kebanggaan mengenakan busana *branded* yang didapat dengan harga murah mengalahkan nilai-nilai kebaikan yang ada di balik *thrifting*.

Seperti yang dituliskan Api Adyantari, S.A., M.B.A., Dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, dalam artikel yang dimuat di Tribun Jogja, jadilah konsumen yang bijak dengan melakukan pembelian sesuai kebutuhan bukan karena keinginan saja. *Thrifting* seperti ini malah bertentangan dengan konsep *sustainable fashion* karena hanya akan menambah sampah pakaian, bukannya menguranginya.

INDONESIA MENGHADANG KRISIS

Meski persentasenya jauh lebih kecil dibanding negara-negara lain, ancaman resesi terhadap Indonesia perlu disikapi dengan serius.

Situasi ekonomi global di tengah pandemi Covid-19 yang perlahan mulai membaik beberapa waktu lalu terhambat oleh invasi militer Rusia terhadap Ukraina akhir Februari 2021. Situasi kembali porak poranda dan ancaman resesi menghadang di depan mata. Ini lantaran kedua negara tersebut punya peran strategis di perdagangan global dengan menjadi produsen dan eksportir utama sejumlah komoditas.

Kita tahu Rusia merupakan negara pengeksportir gandum terbesar di dunia, eksportir terbesar kedua minyak mentah, dan eksportir terbesar ketiga batu bara. Di pihak lain, Ukraina menguasai ekspor *seed oil* terbesar dunia, pengeksportir jagung terbesar keempat, dan pengeksportir gandum terbesar kelima di dunia. Otomatis harga-harga komoditas penting di pasar dunia melejit bersamaan.

Tekanan inflasi tinggi yang tidak bisa diimbangi dengan pertumbuhan ekonomi di sejumlah negara membuat Bank Dunia menjerit. Presiden Bank Dunia David Malpass bahkan mengaku pesimis dunia bakal mampu menghadapi gelombang resesi yang menghadang. Rasa pesimistis Malpass ini bagaikan puncak keputusan dunia setelah sebelumnya Wall Street dan bank sentral di seluruh dunia memperingatkan terjadinya terjun bebas ekonomi dunia.

Bank Dunia kembali mengingatkan kemungkinan terjadinya resesi global September 2022 lalu dengan menerbitkan laporan risetnya berjudul *Is a Global Recession Imminent?* Dalam laporan tersebut Bank Dunia menyebutkan dua indikasi akan terjadinya resesi global, yaitu melemahnya pertumbuhan ekonomi dunia dan merosotnya perekonomian di negara-negara besar. Dan keduanya terjadi saat ini.

Amerika Serikat (AS) sebagai negara dengan ekonomi terbesar di dunia, mengalami hal itu. Dalam dua kuartal di tahun yang sama, 2022, AS mencatatkan pertumbuhan negatif. Produk Domestik Bruto (PDB) AS pada kuartal I-2022 mengalami kontraksi atau negatif 1,6% secara tahunan (*year-on-year/yoy*). Lantas pada kuartal II-2022 *yoy*, pertumbuhan pun tercatat negatif sebesar 0,9%. Pada Juni 2022 lalu inflasi di AS mencapai 9,1%, tertinggi selama 40 tahun terakhir. Ini membuat the Fed menaikkan suku bunga acuan sebesar 75 bps menjadi 1,5 hingga 1,75%.

Sementara itu negara ekonomi kedua terbesar, China, pada kuartal II-2022 juga mengalami pertumbuhan negatif 0,4% dari kuartal sebelumnya, 2,5%. Sedangkan kondisi negara-negara lain bisa terbaca dari hasil survei *Bloomberg* beberapa waktu lalu. Ada 15 negara yang masuk daftar paling berisiko mengalami resesi. Srilanka (85%), New Zealand (33%), Korsel dan Jepang (25%), China, Hong Kong, Australia, Taiwan, Pakistan (20%), Malaysia (13%), Vietnam dan Thailand (10%), Filipina (8%), Indonesia (3%), dan India 0%.



Kembali ke hasil riset Bank Dunia, lembaga ini menyebut, situasi saat ini memiliki banyak kemiripan dengan era 1970-an. Kala itu terjadi gangguan di sisi pasokan yang terus-menerus didahului oleh kebijakan moneter yang akomodatif di negara-negara maju. Bank Dunia memproyeksikan, seandainya nanti terjadi resesi, perekonomian dunia baru akan membaik pada 2024, itu pun hanya sebesar 2% setelah sebelumnya akan mengalami jatuh bangun di 2022-2023. Dampak dari resesi ini akan lebih dirasakan oleh negara-negara maju, sementara negara berkembang akan mampu tumbuh positif meski melambat.

PERLUNYA KERJA SAMA INTERNASIONAL

Menyikapi krisis ekonomi global yang terjadi saat ini, Dana Moneter Internasional (IMF) memperingatkan bahwa prospek ekonomi global akan mengalami *darkened significantly*. Dalam laman [imf.org](https://www.imf.org) Managing Director IMF Kristalina Georgieva menyebutkan bahwa tahun 2022 akan menjadi tahun yang menantang dan tahun 2023 bisa menjadi lebih berat dengan bertambahnya risiko resesi.



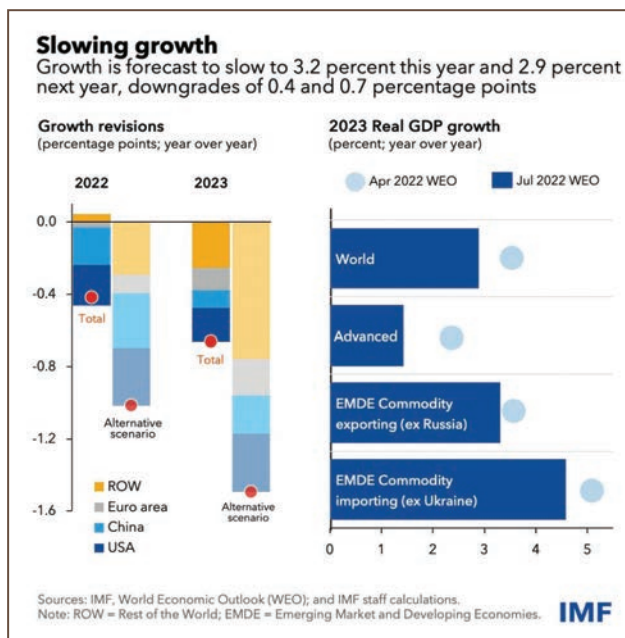
Ini terlihat dari pertumbuhan ekonomi dunia yang melambat dari 6,1% tahun lalu menjadi 3,2% tahun 2022 dan 2,9 persen pada 2023, turun 0,4 dan 0,7 poin persentase dari April. Hal ini mencerminkan perlambatan pertumbuhan di tiga negara ekonomi terbesar dunia—Amerika Serikat, China, dan kawasan euro—dengan konsekuensi penting bagi prospek global.

Tragedi kemanusiaan akibat perang Rusia-Ukraina yang tak kunjung usai telah memperparah dampak ekonomi global. Tingkat inflasi lebih tinggi dari yang diprediksi, bahkan meluas ke sektor selain pangan dan energi. “Semua ini akan memperburuk krisis biaya hidup pada ratusan juta orang, terutama saudara-saudara kita yang kekurangan dan tidak mampu menghidupi keluarga,” kata Kristalina.

Pengetatan moneter dari bank-bank sentral layak dilakukan untuk meredam inflasi, tapi di sisi lain hal tersebut bisa membebani upaya-upaya pemulihan. Ditambah dengan disrupsi yang terjadi akibat pandemi yang belum usai serta hambatan-hambatan baru pada rantai pasokan global akan menghambat aktivitas ekonomi.

Untuk itu IMF menyerukan kepada semua negara anggotanya untuk mengerahkan segala upaya dalam meredam inflasi. Hal ini sangat mendesak dilakukan, terutama untuk negara dengan ekspektasi inflasi yang mulai mengalami *de-anchor* (perubahan harga-harga dalam jangka pendek memengaruhi ekspektasi inflasi jangka panjang). Tanpa adanya tindakan, negara-negara ini dapat menghadapi spiral kerusakan upah-harga yang akan membutuhkan pengetatan moneter lebih kuat, dengan dampak yang lebih besar lagi terhadap pertumbuhan dan lapangan kerja.

Kristalina juga menyarankan perlunya tindakan tegas dan kerja sama internasional yang kuat, dipimpin oleh G20. Kuncinya adalah untuk membangun kemajuan terkini di berbagai bidang, mulai dari perpajakan dan perdagangan hingga kesiapsiagaan menghadapi pandemi dan perubahan iklim. “Dana baru G20 sebesar USD1,1 miliar untuk pencegahan dan kesiapsiagaan pandemi menunjukkan sesuatu yang mungkin, seperti yang sudah dibuktikan baru-baru ini di World Trade Organization,” paparnya. “Pertemuan G20 di Bali merupakan momen yang harus dimanfaatkan untuk membantu mereka yang membutuhkan.”



Latest World Economic Outlook Growth Projections

(IMF, annual percent change)

	2021	2022	2023
World Output	6.1	3.2	2.9
Advanced Economies	5.2	2.5	1.4
United States	5.7	2.3	1.0
Euro Area	5.4	2.6	1.2
Germany	2.9	1.2	0.8
France	6.8	2.3	1.0
Italy	6.6	3.0	0.7
Spain	5.1	4.0	2.0
Japan	1.7	1.7	1.7
United Kingdom	7.4	3.2	0.5
Canada	4.5	3.4	1.8
Other Advanced Economies	5.1	2.9	2.7
Emerging Market and Developing Economies	6.8	3.6	3.9
Emerging and Developing Asia	7.3	4.6	5.0
China	8.1	3.3	4.6
India	8.7	7.4	6.1
ASEAN-5	3.4	5.3	5.1
Emerging and Developing Europe	6.7	-1.4	0.9
Russia	4.7	-6.0	-3.5
Latin America and the Caribbean	6.9	3.0	2.3
Brazil	4.6	1.7	1.1
Mexico	4.8	2.4	1.2
Middle East and Central Asia	5.8	4.8	3.5
Saudi Arabia	3.2	7.6	3.7
Sub-Saharan Africa	4.6	3.8	4.0
Nigeria	3.6	3.4	3.2
South Africa	4.9	2.3	1.4
Memorandum			
Emerging Market and Middle-Income Economies	7.0	3.5	3.8
Low-Income Developing Countries	4.5	5.0	5.2

Sources: IMF, World Economic Outlook Update, July 2022.
Note: For India, data and forecasts are presented on a fiscal year basis, with FY 2021/2022 starting in April 2021. For the July 2022 WEO Update, India's growth projections are 7.4 percent in 2022 and 5.3 percent in 2023, based on calendar year.

INTERNATIONAL MONETARY FUND **IMF**

RI SIAPKAN STRATEGI

Meski Indonesia termasuk 'lumayan' aman dari risiko resesi, bukan berarti kita bisa duduk manis melihat perkembangan ke depan. Menteri Keuangan Sri Mulyani menyatakan bahwa kita tidak boleh terlena dengan hasil survey *Bloomberg* tersebut. Karena itu ia menyebutkan, pemerintah tetap waspada dengan potensi resesi yang mungkin terjadi. Menteri Sri Mulyani memaparkan, kemungkinan dampak dari krisis global ini terhadap Indonesia adalah melonjaknya harga energi dan pangan, serta akan memengaruhi neraca pembayaran Indonesia dalam bentuk *capital outflow* atau arus modal keluar.

Melonjaknya harga sudah dipastikan akan menghantam daya beli masyarakat. Untuk itu pemerintah akan melihat berbagai mekanisme yang bisa dijalankan untuk menstabilkannya. "Pemerintah tetap akan menggunakan semua instrumen kebijakan, baik fiscal policy, *moneter policy* di OJK pada *financial sector*, dan juga regulasi yang lain untuk memonitor itu, terutama regulasi *exposure* dari korporasi Indonesia," papar menteri.

Perbaikan di berbagai sisi juga masih terus dilakukan, seperti fiskal, reformasi struktural, serta meningkatkan stabilitas dan fundamental ekonomi makro kita. Hasilnya cukup menggembirakan. Neraca pembayaran dan neraca perdagangan Indonesia mengalami surplus selama 28 bulan berturut-turut berkat naiknya harga komoditas dan meningkatnya volume ekspor komoditas.

Selain itu, menteri Sri Mulyani menambahkan, Indonesia juga melakukan beberapa reformasi struktural melalui UU Cipta Kerja, reformasi perpajakan melalui UU Harmonisasi Peraturan Perpajakan, juga reformasi di bidang belanja fiskal. "Intinya, ketika situasinya sulit, kita percepat reformasi. Selalu memastikan bahwa kerentanan kita akan merendah hingga tingkat yang sangat minimum sehingga kita tidak akan terkena sesuatu yang berada di luar kendali kita seperti pengetatan Dollar, serta kenaikan suku bunga," katanya.

Pada kesempatan lain, Menteri Koordinator Bidang Perekonomian Airlangga Hartarto menyampaikan keyakinannya



bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga akhir 2022 dapat mencapai kisaran 5,3% hingga 5,9%. Ini didasarkan pada keyakinan bahwa konsumsi masyarakat akan terus tumbuh pada paruh kedua tahun 2022. "Sumber inflasi global adalah komoditas pangan dan energi. Jadi, dengan menahan lonjakan harga kedua komoditas ini, inflasi domestik akan terkendali," katanya. Airlangga menambahkan, selain itu pemerintah juga akan terus menjaga stabilitas harga bahan pokok di pasar untuk mencegah inflasi naik.

Dari sisi ini, strategi yang dijalankan pemerintah antara lain dengan menggalakkan intensifikasi pertanian untuk menggantikan pasokan komoditas pangan impor yang mulai menipis. Airlangga mencontohkan dengan mengganti gandum impor dengan meningkatkan budi daya sorgum di dalam negeri. Sementara untuk mengantisipasi krisis energi pemerintah melakukan penambahan subsidi energi diambil dari APBN agar lonjakan harga energi dunia tidak ditertransmisi terhadap harga bahan bakar minyak (BBM), elpiji, dan tarif dasar listrik.

PRESIDEN ADAKAN RAPAT KONSULTASI

Sejumlah tantangan dihadapi oleh Indonesia dalam menghadapi ancaman resesi ini. Hal ini diungkapkan Ketua MPR RI Bambang Soesatyo alias Bamsot dalam rapat konsultasi bersama Presiden Joko Widodo dan para ketua lembaga tinggi negara di istana negara, Agustus lalu. Dalam rapat tersebut presiden menargetkan defisit anggaran pada 2023 bisa di bawah 3%, maksimal 2,8%. Sebuah target yang menurut Bamsot perlu kerja keras mengingat kondisi pemulihan global yang tidak menentu.

Beberapa faktor lain juga menjadi tantangan tersendiri, seperti peningkatan utang yang signifikan, yang menimbulkan beban pembayaran bunga tambahan. Hal ini akan berpengaruh pada pengurangan cadangan devisa. Bulan Juli 2022 kebutuhan impor dan pembayaran utang luar negeri Indonesia mencapai USD21,6 miliar per bulan. Sementara posisi cadangan devisa di bulan yang sama masih senilai dua kali lipat lebih dari standar kecukupan internasional.

Di sisi lain, tantangan juga menghadang dari sisi fiskal, yaitu normalisasi defisit anggaran, menjaga proporsi utang luar negeri terhadap Produk Domestik Bruto, dan keberlanjutan pembiayaan infrastruktur. Sedangkan tantangan terbesar dari sisi moneter adalah mengendalikan laju inflasi, menjaga cadangan devisa dan stabilitas nilai tukar rupiah.

Untuk itu pemerintah akan menyiapkan berbagai strategi. Dalam jangka pendek, misalnya, strategi yang dijalankan adalah dengan menyusun prioritas dan alokasi anggaran secara tepat. Kebijakan *burden sharing* yang tidak hanya dengan moneter tetapi juga dengan dunia usaha, dinilai dapat menjadi opsi dalam upaya pembiayaan ketidakpastian di masa mendatang. Sedangkan strategi jangka panjang, akan dibuat perencanaan pembayaran utang setidaknya untuk 30 tahun ke depan. Tentu saja agar bisa terlaksana, perlu dipastikan kondisi fiskal dan moneter tetap terjaga.

Bamsot menegaskan, Indonesia memiliki pondasi utama bagi pembangunan nasional jangka panjang, yang sekaligus bisa mencegah berbagai risiko di masa depan. Pondasi tersebut adalah pengembangan kemampuan sektoral, terutama konsolidasi demokrasi, ekonomi hijau, infrastruktur digital, dan pembangunan Ibu Kota Negara, yang harus ditunjang dengan keberlanjutan komitmen lintas pemerintahan. "Untuk itu diperlukan *road map* pembangunan bangsa—yaitu Pokok-Pokok Haluan Negara (PPHN)—yang menjadi pijakan bagi pemerintahan periode-periode berikutnya agar tetap menjalankan arah pembangunan bangsa secara tepat, khususnya untuk mencapai visi Indonesia sebagai negara maju pada tahun 2045," tandas Bamsot.



FOTO: 123RF.COM, PIXABAY, UNSPLASH

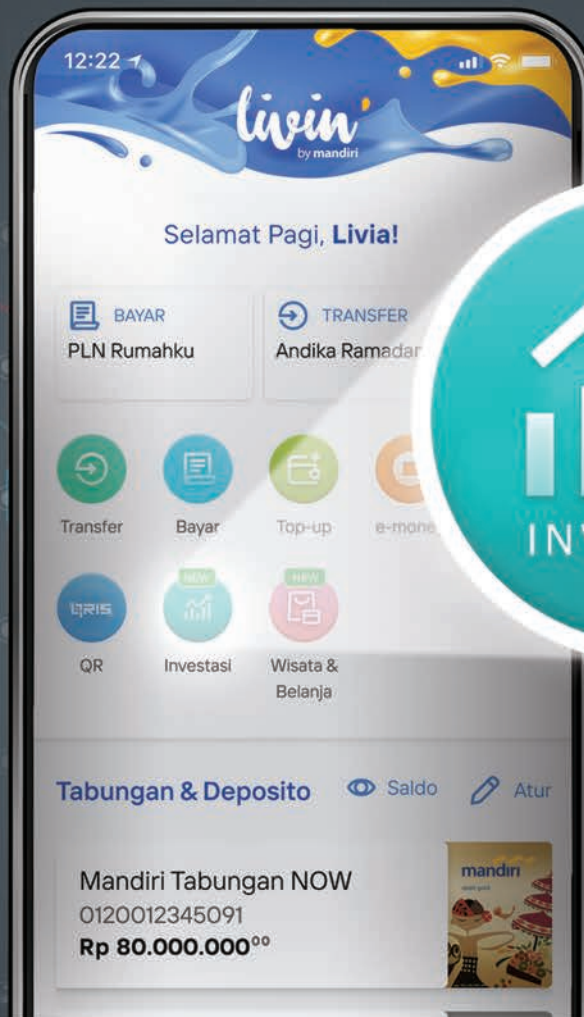
BUMN UNTUK INDONESIA

mandiri
prioritas

bebas biaya investment plan*

untuk transaksi reksa dana di *livin'*
by mandiri

hingga 31 Desember 2022
*info: bmri.id/iplivin



mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id
f Bank Mandiri @bankmandiri Bank Mandiri @bankmandiri

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan  Serta Menupakan Peserta Penjaminan LPS 

MUSIK YANG MENYEMBUHKAN

*One good thing about music,
when it hits you, you feel no pain
– Bob Marley*



Masyarakat Yunani kuno menggunakan terapi musik buat menyembuhkan gangguan mental atau kejiwaan. Sejarah pun mencatat bahwa musik sering digunakan untuk membangkitkan *mood* dan memotivasi para tentara yang akan pergi ke medan perang. Sementara dalam keseharian, bisa jadi Anda gemar berolahraga sambil diiringi musik, bukan?

TERAPI MUSIK

Sudah sejak lama dunia kesehatan memetik *benefit* dari terapi musik. Tapi seperti apakah terapi musik itu sebenarnya? Dijelaskan Healthline, terapi musik dapat berupa sesimpel mendengarkan musik, bernyanyi, menggerakkan badan sesuai irama musik, memainkan alat-alat musik, maupun meditasi menggunakan iringan musik.

Menurut aneka penelitian, musik bisa digunakan untuk terapi berbagai penyakit. Hingga kini musik masih terus dimanfaatkan untuk terapi kesehatan, terutama buat meredakan gejala gangguan saraf dan jiwa seperti depresi, demensia (penurunan daya ingat dan cara berpikir), serta skizofrenia.

ANEKA MUSIK DAN TIPE TERAPINYA

Beberapa jenis musik digunakan dalam terapi guna membantu memberikan efek positif pada psikis, bahkan fisik.

1. Nyanyian (chant), mantra, dan doa dalam meditasi

Chanting maupun merapal mantra atau doa berulang-ulang biasanya diikutsertakan dalam kegiatan meditasi. Lebih spesifik, dikenal sebagai *guided meditation*, yakni bentuk *sound healing* dengan cara bermeditasi mengikuti panduan suara, baik itu dalam kelas, sesi, maupun menggunakan video atau app.

Sebuah riset yang dipublikasi oleh National Institutes of Health (NIH) mengungkap bahwa meditasi, termasuk *guided meditation*, bermanfaat buat mengurangi stres, perasaan cemas, depresi, nyeri, menurunkan tekanan darah, kolesterol, risiko sakit jantung dan stroke, serta meningkatkan memori otak.

2. Musik pop, klasik, dan religi untuk terapi saraf

Kemampuan musik untuk mereduksi stres dan meningkatkan relaksasi terbukti sanggup menurunkan tingkat kecemasan sebelum operasi. Dan sebuah studi di AS yang dipublikasi jurnal klinis *Nursing* tahun 2017 menyebut bahwa terapi musik selama 30 menit, digabungkan dengan pengobatan tradisional, dapat mengurangi nyeri selepas operasi tulang belakang.

Treatment pada terapi musik untuk saraf di sini meliputi mendengarkan musik, menyanyi, hingga olah tubuh mengikuti irama musik dari genre pop, klasik, maupun musik religi.

Dalam praktiknya, terapi saraf ini bisa digunakan dalam proses rehabilitasi fisik dan cedera otak traumatik, serta mengurangi rasa nyeri.

3. Musik klasik pada Bonny Method

Musik klasik juga bisa dimanfaatkan pula dalam sebuah terapi yang dikenal sebagai Bonny Method. Namanya sesuai dengan nama penciptanya, Helen L. Bonny PhD. Metode ini menggunakan musik klasik dan penggambaran untuk membantu mengeksplorasi pertumbuhan, kesadaran, dan transformasi personal.

Tujuannya untuk meningkatkan kesehatan psikologis dan fisiologis pada orang dewasa dengan kebutuhan medis dan kesehatan mental.

Jadi, siapkan *playlist* Anda hari ini, dan mulai petik manfaat kesehatan melalui cara yang menyenangkan sekaligus menenangkan, yaitu terapi musik. *Indeed, when music hits you, you feel no pain.*



ANTARA SUARA DAN CAKRA

Bagaimana musik dapat berefek positif bagi kita? Salah satu pendekatan menyebut bahwa setiap titik cakra dalam diri seseorang cenderung merespon nada dan irama dari instrumen tertentu. Cakra merupakan pusat aktivitas reseptor, asimilasi, dan transmisi energi kehidupan.

Monty P Satiadarma, dalam bukunya *Terapi Musik*, menyebut bahwa cakra dasar, yang memberi pengaruh besar pada sirkulasi tubuh (pengolahan makanan dan pembuangan sisanya), merespon secara khusus nada-nada bas (*bass*).

Sejumlah penelitian mengungkap musik Baroque punya karakteristik yang memberi stimulasi positif juga pada cakra dasar. Nada yang berkorelasi dengan cakra dasar yaitu nada C, termasuk C minor dan C kres (*sharp*).

Sementara berbagai musik Renaissance cenderung bersifat menenangkan aktivitas cakra jantung, yang berkorelasi erat dengan afeksi manusia (cinta, ketulusan hati, dan kasih sayang). Jika diperhatikan, musik Renaissance memang banyak bertutur soal ketiga hal tersebut, mengingat zaman itu menandai kebangkitan spiritual yang mengutamakan cinta, pengorbanan, dan kasih sayang.

Cakra jantung berkaitan dengan nada F, termasuk F minor dan F kres. Dan, tangga nada tertentu yang dihasilkan oleh bunyi dawai, perkusi, dan sebagainya juga memiliki efek spesifik pada cakra tertentu.

“Musik tertentu memang memiliki alun vibrasi yang selaras dengan kumparan energi cakra seseorang.” Monty mengingatkan, “yang lebih penting adalah proses latihan dalam membuat sinkronisasi antara vibrasi eksternal (musik dan suara) dan internal (vibrasi dari dalam tubuh) itu.”

Ia menambahkan, “Lagi pula, musik cakra tertentu mungkin berpengaruh positif pada satu orang, belum tentu bagi yang lain. Oleh karena itu, sebaiknya pemandu mestinya melakukan eksplorasi lebih dulu bersama kliennya sebelum memanfaatkan suatu musik untuk membangkitkan cakra.”



SENI MERAJUT, HOBI SERU YANG BISA JADI PELUANG BISNIS

Mengisi waktu luang dengan hobi baru ternyata juga bisa dijadikan sumber penghasilan tambahan.

Selama masa pandemi, ada banyak hobi unik dan menarik yang muncul kembali. Salah satunya adalah seni merajut. Dalam seni merajut ada dua teknik yang bisa dipelajari yaitu *knitting* dan *crochet*. Apa perbedaan keduanya dan susahkah untuk memulai hobi ini? Simak penjelasannya untuk mengetahui teknik dan peluang bisnis yang bisa Anda peroleh dari hobi ini.

KNITTING VS CROCHET

Baik *knitting* maupun *crochet* menggunakan benang rajut untuk menghasilkan aksesoris seperti topi, sarung tangan, selimut bahkan tas atau dompet. Walaupun sepiintas hasil dari kedua teknik ini terlihat sama, namun kedua teknik merajut ini cukup berbeda. Dari segi motif, alat dan aplikasinya terdapat perbedaan yang cukup banyak.

Knitting menggunakan sepasang jarum panjang untuk membentuk jahitan. Ada tiga macam jarum, yakni *single pointed needle* yang memiliki satu mata jarum, *double pointed needle* yang



memiliki dua mata jarum, dan *circular needle* yang jarumnya memiliki sambungan serupa kabel atau selang panjang yang fleksibel. Namun dalam praktiknya, beberapa proyek rajutan dengan teknik *knitting*, akan butuh lebih dari sepasang jarum tergantung dengan tingkat kerumitannya.

Berbeda dengan *knitting*, *crochet* hanya mengenal satu jarum yakni *hook* atau yang dikenal pula dengan sebutan hakpen. Hakpen memiliki bentuk khas dengan pengait di salah satu ujungnya. Seperti jarum *knitting*, hakpen di pasaran juga tersedia dalam berbagai material dan ukuran. Semakin besar ukuran diameter benang rajut yang digunakan, semakin besar pula jarum rajut yang dibutuhkan.

TINGKAT KESULITAN UNTUK PEMULA

Setelah membaca perbedaan *knitting* dan *crochet*, Anda mungkin penasaran dengan tingkat kesulitan yang akan dihadapi saat mulai belajar keduanya. Pada metode *knitting*, Anda menggunakan sepasang jarum panjang untuk membentuk *loop*, memindahkan satu set *loop* dari satu jarum ke jarum lainnya; jahitan dipegang pada jarum. Sedangkan

untuk metode *crochet*, Anda hanya menggunakan satu kait untuk menghubungkan *loop* secara langsung pada rajutan yang dikerjakan. Perbedaan utama inilah yang membuat *crochet* lebih mudah dikerjakan daripada *knitting*.

Jika Anda seorang pemula dan penasaran apakah *knitting* atau *crochet* yang lebih mudah, sejujurnya mempelajari dasar-dasar setiap kerajinan tidak lebih sulit antara satu dan lainnya. Ada yang awalnya mungkin merasa memegang dua jarum agak sulit. Namun ada juga pemula yang merasa bahwa mencoba teknik *crochet* dan memegang hakpen menjadi cukup kaku pada awalnya, karena pemula biasanya masih kaku saat memegang dan menggerakkan jarum rajutnya. Tapi kenyataannya, tidak ada jawaban sederhana, ini semua tergantung apakah Anda berani mencobanya dan menemukan mana yang terasa paling nyaman bagi Anda. Jika Anda kesulitan, bersabar dan tetaplah mencoba. Anda pasti butuh waktu untuk membiasakan diri saat memulai belajar kerajinan baru.

Namun, untuk pemula memang lebih disarankan untuk belajar teknik *crochet*. teknik ini memiliki tingkat kesulitan yang lebih mudah diatasi karena penggunaan alat dan akses yang

lebih mudah. Salah satu keunggulan *crochet* yang cocok untuk pemula adalah sangat mudah untuk membetulkan kesalahan yang Anda buat. Jika Anda menyadari bahwa Anda telah melakukan jahitan yang salah atau kelewatan satu lubang, Anda cukup melepas kait Anda, tarik benang yang akan mengurai jahitan Anda sampai ke titik di mana Anda salah, lalu masukkan kembali kait Anda ke dalam lingkaran yang sudah jadi. Selain itu, hasil pengerjaannya juga lebih bervariasi tergantung tingkat kesulitannya. Menggunakan teknik *crochet*, Anda bisa menghasilkan berbagai produk mulai dari produk kebanyakan seperti taplak meja, selimut, tatakan gelas, boneka dan gantungan kunci, hingga produk *wearable* seperti rompi, baju, topi, bahkan tas.

HOBİ JADI PELUANG BISNIS

Salah satu keuntungan menjadikan hobi sebagai peluang bisnis adalah Anda tidak akan merasa berat menjalaninya. Karena dengan menjalani hobi tersebut, Anda sudah mendapat kepuasan dan kesenangan batin tersendiri. Ditambah lagi dengan peluang usaha yang bisa didapatkan saat Anda menekuni hobi tersebut secara lebih profesional.

Saat Anda memutuskan untuk menekuni hobi merajut dan terampil dalam aplikasinya, ada peluang lain yang bisa didapat selain kepuasan batin melihat hasil rajutan. Berbekal kreativitas Anda, hobi *crochet* bisa menghasilkan beragam produk unik dan bernilai jual. Produk yang dihasilkan dari sekadar hobi dan kemudian menjadi penghasilan tambahan, tentunya akan memiliki nilai spesial dan keunikan tersendiri.

Jika dulu rajutan identik dengan syal, selimut atau taplak meja, kini ada banyak juga aksesoris, seperti sarung tangan dan kaos kaki bahkan pernak pernik seperti boneka dan gantungan kunci yang bisa dihasilkan dari hobi *crochet*. Bukan hanya itu, banyak juga perajin rajutan juga mulai memproduksi tas, dompet, dan sepatu rajut. Ini merupakan peluang bisnis yang cukup banyak mengundang peminat. Salah satu bisnis tas dan dompet rajut yang sudah memiliki nama di Indonesia adalah Dowa dan Kaboki. Kedua brand ini sudah sangat dikenal oleh masyarakat luas dan bahkan menjadi salah satu ikon *fashion* rajut di Indonesia. Selain terlihat modis, sentuhan rajut pada produk tas dan dompet memberi kesan kasual namun tetap gaya. Hal ini membuat penggunaannya terlihat unik



dibandingkan dengan menggunakan tas dengan bahan biasa. Bagi kaum hawa, tas dan sepatu rajut tersebut bisa menjadi aksesoris tersendiri dalam kelengkapan gaya berbusana.

Jika Anda berminat memulai peluang bisnis melalui hobi, mulailah mempertimbangkan strategi dalam pengelolaannya. Ada banyak hal yang perlu Anda persiapkan saat meningkatkan hobi menjadi peluang bisnis. Namun hal pertama yang jangan sampai terlewatkan adalah melakukan survei dan riset terlebih dahulu untuk menemukan tren dan perilaku konsumen saat ini. Lakukan analisa secara lengkap dan detail agar nantinya barang yang akan dijual bisa langsung diterima pasar dengan harga yang bersaing. Kemudian, buat strategi pemasaran dan jadikan barang Anda memiliki ciri khas tersendiri. Selain itu, tumbuh di era digital saat ini memudahkan para calon penjual untuk melakukan promosi dengan mudah melalui sosial media. Jangan lupa merancang branding dan konten promosi semenarik mungkin untuk menarik para konsumen.

FILM



GUILLERMO DEL TORO'S PINOCCHIO

Sutradara: Guillermo del Toro, Mark Gustafson

Pemain: Ewan McGregor, David Bradley, Cate Blanchett, Christoph Waltz, Tilda Swinton
Netflix, 2022

"From my many wanderings on this earth, I had so much to say about imperfect fathers and imperfect sons.... I want to tell you a story. It's a story you may think you know, but you don't — the story of the wooden boy."

Begitulah suara narasi yang membuka trailer film *Pinocchio*, atau biasa disebut juga *Guillermo del Toro's Pinocchio*. Judulnya merujuk pada nama sang sutradara mengingat tahun ini ada tiga film Pinocchio – dua yang lain rilisan Lionsgate Entertainment dan Disney+.

Tapi tentu bukan cuma itu alasannya. Reputasi del Toro sebagai sutradara pemenang penghargaan serta gaya khas film garapannya: dongeng dan fantasi dengan sentuhan horor, membuat *Pinocchio* yang ini patut dinanti dengan *excitement* yang lebih besar.

Sebagaimana akarnya, novel klasik Italia tahun 1889 karya Carlo Collodi, film ini mengisahkan petualangan Pinocchio (Gregory Mann) bersama penciptanya, seorang penebang kayu yang kesepian, Geppetto (David Bradley). Namun sentuhan del Toro, tentunya, menjadikan film ini lebih kelam dan dewasa. Pria asal Meksiko itu membawa dongeng Pinocchio ke periode 1930-an, saat fasisme berkembang di Italia seiring Benito Mussolini mengukuhkan kendalinya atas pemerintahan negara itu.

Dalam wawancara dengan *Vanity Fair*, sang sutradara mengungkapkan bahwa, pada sebuah adegan, Pinocchio yang nakal tidak berubah menjadi seekor keledai, melainkan seorang tentara. "Ia dimasukkan ke kamp militer di desa, karena pejabat fasis di sana berpikir bahwa boneka tidak bisa mati," tuturnya, "sehingga akan menjadi prajurit yang sempurna."

Jika diperhatikan, del Toro memang punya *track record* menempatkan fasis sebagai musuh dalam film-filmnya. Di antaranya *Hellboy* yang bertarung melawan Nazi, dan *Ofelia* di *Pan's Labyrinth* melawan kapten tentara fasis yang tak lain adalah ayah tirinya. Jadi, amat menarik untuk menyaksikan meleburnya fasisme dengan kisah klasik yang sudah akrab di tengah keluarga.



CORSAGE

Sutradara: Marie Kreutzer

Pemain: Vicky Krieps, Florian

Teichtmeister, Katharina Lorenz,

Finnegan Oldfield, Colin Morgan

Alamode Film, Ad Vitam

Distribution, 2022

Menginjak usia 40 tahun, memudarnya kehangatan pernikahan, serta anak-anak yang beranjak dewasa, memantik rasa bosan berikut kegelisahan pada diri Empress Elisabeth of Austria *a.k.a* Sissi. Itu membawanya bepergian tanpa henti keliling Eropa: mengunjungi teman-teman lama dan para mantan kekasih, berkuda dan melakukan kegiatan olahraga lainnya, untuk meredakan frustrasi karena tidak memiliki kekuatan politik yang nyata.

Ini bukan kali pertama kehidupan Sissi diangkat ke layar lebar. Pada dekade 1950-an silam, sebuah film berbahasa Jerman mengisahkan dirinya dalam cerita drama sejarah serta sebagai dewi *fashion*. Ya, sebuah tema yang cocok untuk masa-masa itu.

Namun kini fokus film menyoroti periode kehidupan sang permaisuri yang lebih depresif. Di akhir 1870-an, dirinya mulai mengenakan semacam topi yang menutupi sebagian wajahnya, serta menarik diri dari publik.

Seperti yang dialami oleh mendiang Lady Diana, Sissi menderita gangguan selera makan, yang antara lain disebabkan oleh dunia yang memandangnya tak lebih dari seorang - meminjam istilah kekinian - *influencer*. Ibaratnya, perubahan sekecil apa pun pada gaya rambutnya akan memicu kontroversi, bahkan protes, di tengah-tengah masyarakat.

Paralel dengan kehidupan pernikahan abad ke-19 yang mengekang spirit modern Sissi, kita akan disajikan dekorasi berikut kostum gaya monarki pada zaman tersebut dengan sentuhan 'nakal' lagu-lagu pop abad 21 serta bahasa yang salty. Sementara, aksi Vicky Krieps pun cukup menuai pujian dalam memerankan Sissi, apalagi didukung oleh wajahnya yang terbilang aristokratik. Di film ini, aktris asal Luksemburg itu tak ketinggalan unjuk kebolehan dengan berbicara dalam tiga bahasa, termasuk bahasa Hungaria.

Corsage, yang sempat tayang di Cannes Film Festival 2022, disebut-sebut sebagai salah satu yang paling menarik di antara film sejenisnya. Masih ingat dengan *Marie Antoinette* (2006) arahan Sofia Coppola? Sudah cukup lama rasanya untuk kembali menyaksikan lika-liku hidup seorang ratu, dalam sebuah paparan yang berkualitas tentunya.

MUSIK



PROFOUND MYSTERIES III ROYKSOPP

Dog Triumph, 2022

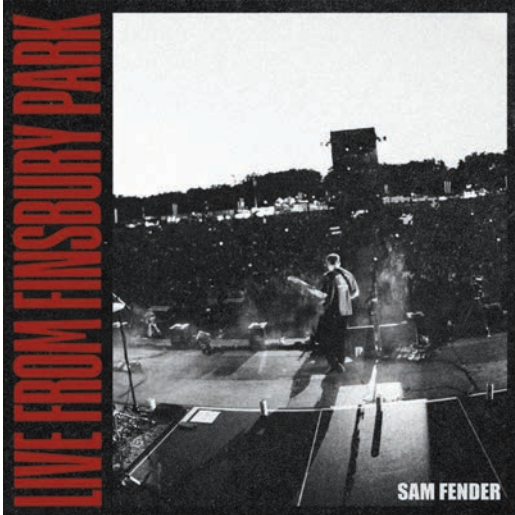
Lengkap sudah rangkaian album tahun ini, yang dimulai oleh Royksopp lewat *Profound Mysteries* (April 2022), kemudian diikuti *Profound Mysteries II* (Agustus 2022).

Seperti dua sekuelnya, *Profound Mysteries III* dihiasi kolaborasi bersama beberapa musisi. Antara lain *singer-songwriter* Skandinavia, Susanne Sundfør dan Astrid Smeplass, serta tentunya Alison Goldfrapp dari duo elektronika asal London, Goldfrapp.

Salah seorang personel Royksopp, Svein Berge, menceritakan pengalamannya bekerja sama dengan Sundfør kepada *NME*, “Kami sudah pernah bekerja sama dengannya di masa lalu. Katika menulis lagu tertentu, yang lebih melankolis, saya cenderung membayangkan Susanne yang menyanyikannya. Atmosfer suaranya cocok bagi lagu-lagu tersebut.”

Royksopp pernah menghentak melalui album debut *Melody A.M.*, dengan popularitas single *Remind Me* sampai hingga telinga pendengar musik di Indonesia pada awal dekade 2000-an. Kini berbekal rangkaian *Profound Mysteries*, duo Norwegia ini merilis album dengan gaya yang tidak tradisional.

Ya, tidak setiap hari kita menjumpai musisi yang menelurkan tiga album dalam setahun. Atau, jika dibalik, dalam setahun sebuah rangkaian album yang dipecah jadi tiga episode. Nampak ambisius? Setelah 20 tahun lebih berlalu dari debut mereka, bisa jadi momen ini menjadi lompatan yang baru lagi bagi Royksopp menuju kesuksesan berikutnya.



LIVE FROM FINSBURY PARK SAM FENDER

Polydor, 2022

Pertengahan tahun ini, Sam Fender menggelar konser di Finsbury Park, London. Nah, aksi tersebut diabadikan dalam album *Live from Finsbury Park* yang dirilis akhir tahun. Selain dalam format *vinyl* dan digital *streaming*, album ini rencananya tersedia sebagai bagian dari album *Seventeen Going Under* edisi *deluxe*.

“Album ini benar-benar sebuah *highlight* bagi saya dan personel yang lain,” ujar Sam kepada *Rolling Stone* dengan bangga, saat mengumumkan perilisan *Live from Finsbury Park*. “Jadi, kami bersemangat buat memberitahukan kepada Anda.”

Di konser tersebut, ia membawakan lagu *Alright* dan *Saturday* secara *live* untuk pertama kali. Bagi Anda penggemar Sam Fender, pastinya tidak ingin melewatkannya, seperti halnya mereka yang datang langsung dan sontak *ber-sing along*.

Konser ini pun ibarat batu pijakan. Sebab, sambil mengumumkan perilisan album, Sam membocorkan rencana konsernya di St. James Park, stadion milik klub sepak bola Newcastle United, musim panas tahun depan. Sebagai seorang *Geordie* (penduduk asli Tyneside, tempat wilayah Newcastle berlokasi) dan suporter Newcastle United, itu akan menjadi momen menakjubkan. Spiritnya kira-kira seperti ketika Oasis manggung di Maine Road, stadion lama Manchester City.

Tapi sebelumnya, nikmati dulu ingar bingar Finsbury Park di album yang satu ini.

BUKU



Grand Central Publishing, 2022
www.lilybrookedalton.com

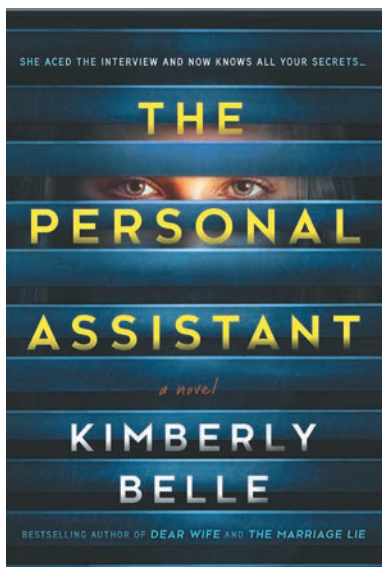
THE LIGHT PIRATE LILY BROOKS-DALTON

Cuaca yang buruk dan tidak beraturan polanya, ditambah naiknya permukaan laut, secara bertahap menimbulkan kekacauan infrastruktur di Florida. Badai mendekati sebuah kota kecil di pantai tenggara. Seorang anak lahir prematur. Wanda namanya, diambil dari nama badai tropis yang mengantarnya kepada masyarakat yang nyaris luluh lantah.

Ayah Wanda, Kirby Lowe, adalah seorang pekerja jalur listrik. Menjelang Wanda lahir, Kirby tengah meninggalkan istrinya sendirian untuk mencari kedua anaknya yang lain. Para bocah lelaki itu hilang sesaat sebelum badai menerjang.

Seiring Wanda tumbuh menjadi dewasa, dirinya beradaptasi bukan cuma dengan lanskap yang berubah, tapi juga dengan orang-orang yang tinggal di balik tempat yang ditinggalkan oleh peradaban. Tidak lagi punya keluarga, Wanda mencari petualangan, cinta, dan tujuan hidup di tempat yang direkonstruksi oleh alam.

Keteguhannya diuji kala ia harus bertahan di tengah ketidakpastian dan keindahan dunia yang ternyata berubah dengan cepat. *The Light Pirate* mengantar kita kepada perubahan yang tak ingin kita lihat, masa depan yang tak ingin kita temui, dan cantiknya maupun kejamnya alam liar yang tak dapat dijinakkan.



Park Row, 2022
www.kimberlybellebooks.com

THE PERSONAL ASSISTANT KIMBERLY BELLE

Seorang ibu yang suka nge-*blog* tiba-tiba menjadi *influencer*. Kultur internet masa kini melumrahkan itu terjadi. Bisa jadi Anda salah satunya. Seperti yang dialami Alex.

Tanpa niatan menjadi seorang *influencer*, ia awalnya gemar mem-*posting* momen-momen keluarganya serta pesan-pesan motivasi secara *online*. Sampai suatu ketika jumlah *follower*-nya meningkat drastis, hobi tersebut pun berubah menjadi pekerjaan *full time*, dan mustahil ditangani tanpa bantuan asisten pribadinya, AC, yang begitu cakap.

Namun keberadaan *follower* tersebut menjadi *toxic* saat sebuah postingan kontroversial tiba-tiba viral. Alex menghubungi AC untuk mengendalikan situasi, namun tidak ada jawaban. Wanita muda itu, yang ia percayai buat menyimpan semua rahasianya, yang punya akses menuju informasi personalnya, termasuk kondisi pernikahan dan kehidupan keluarganya, kini menghilang.

Polisi mencari Alex dan suaminya buat menemukan jawaban. Seiring Alex menggali identitas AC, barulah dirinya menyadari bahwa ancaman terbesar bukanlah datang dari postingan yang viral itu, tapi dari ruang keluarganya. Ia menemukan bahwa sang asisten pernah melakukan pembunuhan.

Seintas seperti sebuah cerita yang klise. Namun karena karya dari penulis *best selling* USA Today ini ditulis dari beberapa sudut pandang: Alex, suaminya, bahkan AC yang misterius, tensinya terasa lebih hidup karena kita punya akses ke alam pikiran mereka. Dan kucing-kucingan di antara para tokohnya akan bikin kita terus menerka-nerka hingga akhir.

BUMN UNTUK
INDONESIA

mandiri
prioritas

dapatkan cash reward*
untuk transaksi switching SBN



segera download



hingga 31 Desember 2022
*info: bmri.id/rebalancing



mandiri call 14000 | www.bankmandiri.co.id
f Bank Mandiri t @bankmandiri c Bank Mandiri s @bankmandiri

 Bank Mandiri Terdaftar dan
Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan  Otoritas
Perilaku

EVOLUSI ELEKTRIK

*Bertahap mobil listrik menyiapkan
pesta di aspal dunia.
Pelan tapi party.*

Dunia tengah bersiap menghapus secara bertahap kendaraan pembakaran internal (*internal combustion engine*, ICE) yang konvensional, untuk digantikan dengan kendaraan listrik (*electric vehicle*, EV). 27 negara yang tergabung dalam Uni Eropa berencana memulainya di tahun 2035, dan diharapkan selesai pada 2040.

KARAKTERISTIK TIPE-TIPE MOBIL 'BERBAHAN BAKAR' LISTRIK

Berkat ramah lingkungan dan lebih ekonomis dalam penggunaan sumber daya, popularitas kendaraan bertenaga listrik belakangan mulai menanjak, terutama mobil. Jika kita menoleh ke belakang, pemanfaatan listrik sebagai sumber tenaga mobil mulai dikenal secara luas lewat dirilisnya mobil *hybrid* Toyota Prius pada 1997.

Evolusi akhirnya membawa kita pada kehadiran mobil listrik sepenuhnya. Meski begitu, mobil tipe *hybrid* sampai saat ini masih beredar. Seperti apa karakteristik dari masing-masing tipe mobil yang menggunakan tenaga listrik?

1. Mobil hybrid

Mobil jenis ini lebih dulu populer sebelum mobil listrik. Sesuai namanya, mobil berteknologi *hybrid* menggunakan dua sumber tenaga (*powertrain*), yakni motor listrik bertenaga baterai dan mesin konvensional berbahan bakar bensin atau solar untuk mesin diesel.

Lewat kehadiran dua *powertrain*, mobil *hybrid* mampu berjalan menggunakan mesin konvensional atau motor listrik, maupun paduan keduanya. Kedua *powertrain* tersebut bekerja secara bergantian maupun simultan.

Jika mesin konvensional memperoleh energi dari bahan bakar minyak, motor listrik mendapatkannya dari rangkaian baterai. Lantas, apakah mobil *hybrid* perlu melakukan pengisian baterai (*charging*) dengan mencolokkan ke *outlet* listrik? Tidak, karena mobil dapat mengisi baterai secara otomatis saat digunakan.

Selain itu, daya baterai untuk menggerakkan motor juga dihasilkan dari tenaga regeneratif, contohnya tenaga yang dihasilkan ketika mobil melakukan pengereman. Dan walaupun daya tersimpan tidak cukup buat menggerakkan mobil, mobil tetap dapat dikendarai menggunakan mesin konvensional.

Nah, berkat keberadaan *powertrain* yang memanfaatkan energi listrik, berdampingan dengan mesin konvensional, penggunaan BBM dapat dikurangi.

Toyota Prius, yang dibuat pada tahun 1997, memperkenalkan mobil hybrid kepada ranah mainstream. Tahun ini Lexus sempat merilis mobil hybrid-nya, NX350h F Sport.



2. Mobil plug-in hybrid

Mirip dengan mobil *hybrid*, mobil berteknologi *plug-in hybrid electric vehicle* (PHEV) juga memanfaatkan dua *powertrain*. Perbedaannya, kapasitas baterai pada *plug-in hybrid* lebih besar, sehingga mobil dapat berjalan lebih jauh saat memanfaatkan tenaga motor listrik.

Umumnya ketika baterai terisi penuh, jarak yang dapat ditempuh mencapai 30 hingga 80 km tanpa harus mengaktifkan mesin konvensional. Namun karena kapasitas baterainya yang besar, mobil jenis ini memerlukan *charging manual*, dengan mencolokkan (*plug-in*) pada *outlet* listrik seperti *charging station* atau listrik rumah menggunakan konverter khusus.

Mobil PHEV yang beredar di Indonesia antara lain BMW i8 (*coupe* dan *roadster*) serta Mitsubishi Outlander PHEV.

3. Mobil listrik

Hanya menggunakan listrik sebagai sumber tenaga, tapi mobil listrik alias EV (*electric vehicle*) dapat menggunakan konfigurasi dua motor listrik atau lebih, yang akan berpengaruh pada jarak tempuh dan performa.

Arus listrik DC disimpan di dalam baterai melalui proses *charging* pada *outlet* listrik. Kemudian, arus tersebut dialirkan ke inverter dan diubah menjadi arus AC sebagai energi untuk menggerakkan motor. Motor listrik itulah yang akan menggerakkan roda, juga membantu mengisi ulang daya listrik ke baterai memanfaatkan energi regeneratif saat mobil berdeselerasi (mengurangi kecepatan) atau mengerem.

Waktu pengisian daya pada mobil jenis ini bergantung pada kapasitas baterai. Lebih besar kapasitasnya, maka lebih lama waktu yang dibutuhkan. Memang kini teknologi *fast charging* telah diaplikasikan pada mobil listrik guna memangkas waktu pengisian baterai, namun jika ingin melakukan perjalanan jauh sebaiknya rencanakan dengan matang untuk urusan *charging*-nya.

Tak dapat dimungkiri, mobil listrik ramai menjadi buah bibir berkat kemunculan Tesla. Model keluaran tahun ini, Tesla Model Y, hadir di Indonesia. Sementara mobil listrik lain, Porsche Taycan, mengaspal lebih dulu tahun lalu.

SIAP BERLAGA DI MEDAN MOBIL LISTRIK

Meski mobil konvensional masih mendominasi di tengah masyarakat, gaung mobil listrik kian terdengar, dengan para pabrikan berlomba merilis mobil listriknya masing-masing. Berikut ini beberapa yang 'terhangat'.



Lexus UX 300e

Berbekal motor listrik yang dipadukan dengan baterai *lithium-ion* berkapasitas 54,3 kWh, UX 300e mampu menghasilkan tenaga maksimal 201 tk dan torsi puncak 300 Nm. Sementara jarak tempuhnya mencapai 300 km dalam kondisi baterai terisi penuh.

MINI Electric

Mobil listrik perdana MINI yang dipasarkan di Indonesia ini mengusung motor listrik bertenaga 184 dk dengan torsi 270 Nm. Tenaga dan torsi tersebut disalurkan ke dua roda depan melalui transmisi otomatis *single speed*.

Baterai *lithium-ion* berkapasitas 28,9 kWh hadir sebagai sumber tenaga MINI Electric. Dalam kondisi *fully charged*, mobil ini sanggup menempuh jarak sejauh 232 km.

Hyundai IONIQ 5

Tidak cuma *brand* otomotif premium yang menghadirkan mobil listriknya tahun ini. Hyundai, contohnya, merilis IONIQ 5. Mobil yang memulai debutnya di ajang pameran otomotif IIMS Hybrid 2022 ini dirakit secara lokal di Cikarang, Jawa Barat.

IONIQ 5 terdiri dari beberapa varian. Tipe tertingginya adalah Prime Long Range, dengan tenaga maksimum 217 PS atau 160 kW, dan torsi maksimum 350 Nm. Jarak tempuh maksimum dalam kondisi baterai penuh mencapai 481 km, memanfaatkan baterai *lithium-ion* berkapasitas 72,6 kWh yang didukung sistem pendingin menggunakan cairan (*liquid cooled*).

SUDAH SIAPKAH INDONESIA?

Dengan rencana dihapuskannya penggunaan mobil konvensional secara bertahap di masa depan, industri manufaktur tiap negara, termasuk Indonesia, perlu mengantisipasinya.

Dirjen Industri Logam, Mesin, Alat Transportasi, dan Elektronika (ILMATE), **Taufiek Bawazier**, mengatakan dalam sebuah seminar di ajang GIIAS 2022 beberapa waktu lalu, "Indonesia selama ini mengekspor mobil ICE ke banyak negara. Kalau kita masih membuat mobil ICE, pasar semakin sulit, dan ini menjadi *concern* mengapa kita mempersiapkan *roadmap*



secara kuat. Hal ini harus diantisipasi Indonesia agar pasar ekspor bidang otomotif tetap terjaga."

Selain sisi industri, kebiasaan masyarakat serta infrastruktur pun tentunya perlu dipersiapkan, dari hulu ke hilir. Kementerian ESDM mencatat telah ada 332 unit Stasiun Pengisian Kendaraan Listrik Umum (SPKLU)/charging station di 279 lokasi publik, dan 369 unit Stasiun Penukaran Baterai Kendaraan Listrik Umum (SPBKLU)/battery swap station tersebar di seluruh wilayah Indonesia.

Termasuk di antaranya *charging station* di destinasi pariwisata, contohnya untuk Presidensi G20 dibangun 24 charging station di 17 lokasi di Bali (2 di antaranya merupakan unit *UltraFast Charging* 200kW). *Charging station* juga telah dibangun di Kompleks Taman Wisata Candi Borobudur dan Labuan Bajo.

Data tersebut disampaikan dalam acara E-Mobility Day yang dilaksanakan oleh PT PLN (Persero) di Bali pertengahan tahun ini. Direktur Teknik dan Lingkungan Ketenagalistrikan, **M.P. Dwinugroho**, menjelaskan, "Diharapkan dengan jumlah SPKLU yang semakin banyak, dan dibarengi teknologi



pengisian yang makin maju, proses pengisian ulang baterai kendaraan listrik hanya memerlukan waktu antara 30 sampai 90 menit, sehingga dapat membuat mobil listrik makin menarik bagi para pengguna kendaraan bermotor," seperti dilansir situs resmi Kementerian ESDM.

Dari pihak pemerintah juga telah mengeluarkan regulasi guna mendukung upaya transisi menuju kendaraan listrik. Yaitu melalui Perpres No. 55 Tahun 2019, PP No. 74 Tahun 2019, UU No. 1 Tahun 2022, Permenperin No. 36 Tahun 2021, Permenperin No. 6 Tahun 2022, Permenperin No. 28 Tahun 2020, dan Permenperin No. 7 Tahun 2022.

Peraturan-peraturan ini mengatur mulai dari kebijakan secara umum, insentif, hingga pengembangan industri Kendaraan Listrik Berbasis Baterai (KLBB), termasuk di dalamnya soal teknologi dan tingkat komponen dalam negeri pada kendaraan.

Saat ini konversi mobil konvensional ke mobil listrik di masyarakat umum tampak masih samar, jauh di horizon. Tapi kalau sekali lagi menengok kemunculan Toyota Prius pertama kali, rasanya waktu berlari dengan amat cepat.

PERBANDINGAN JARAK DAN HARGA ANTARA BBM DENGAN LISTRIK



Per liter BBM dapat digunakan untuk menempuh jarak sekitar 10-12 km. Harga satu liter bensin berada pada kisaran Rp 14.500.



Jarak tempuh per liter bensin tersebut setara dengan konsumsi listrik sebesar 1,3 kWh. Harga listrik per kWh hanya sekitar Rp 1.400-an.



WAKTU CHARGING MOBIL LISTRIK DARI 0-100%


CHARGING STATION

3
jam
menggunakan
charger biasa

1
jam
menggunakan
fast charger

RUMAH

17
jam



Para tokoh ini rela mendedikasikan waktu, harta, juga kebiasaan demi keberlanjutan lingkungan hidup.

STEP UP FOR **SUSTAINABILITY**

Perubahan iklim nyata terjadi, karena telah dirasakan sendiri oleh masyarakat dunia. Kita di Indonesia, pastinya dapat merasakan kalau cuaca sehari-hari makin panas, bukan? Di Inggris, coba tengok pertandingan sepak bola Premier League musim ini. Saking tingginya temperatur udara saat musim panas, sampai-sampai diberlakukan *time-out* untuk minum bagi seluruh pemain, pelatih, hingga ofisial. Ini belum pernah terjadi pada musim-musim liga sebelumnya. Itu hanya secuil contoh.

Mengingat isu perubahan iklim kian mengkhawatirkan, Bumi membutuhkan bantuan kita semua buat meredam efeknya. Tidak kurang, para tokoh pun bergerak untuk turut berusaha melestarikan lingkungan hidup, bahkan menjadi aktivis. Dari sosok yang dikenal dunia hingga dalam negeri, peran mereka patut diacungi jempol.

LEONARDO DICAPRIO

Pujaan generasi '90-an ini menjadi salah satu aktor Hollywood yang paling vokal dalam menyuarakan isu-isu lingkungan hidup. Pada 1998 ia mendirikan Leonardo DiCaprio Foundation yang fokus pada masalah-masalah lingkungan hidup yang mengkhawatirkan, pemulihan ekosistem yang vital, dan perlindungan bagi spesies- spesies yang terancam punah.

Populer sebagai aktor, Leo tak ketinggalan memanfaatkan medium film buat meningkatkan kesadaran lingkungan hidup kepada masyarakat. *The 11th Hour* (2007), di mana dirinya berlaku sebagai *co-writer*, produser, serta narator, mengangkat isu *global-warming*. Film dokumenter tersebut berhasil mengumpulkan \$40 juta dan menjadi ajang amal lingkungan dengan pendapatan tertinggi sepanjang masa.

Sementara, yayasan miliknya menyumbang \$1 juta untuk melindungi populasi harimau liar di Nepal pada 2010. Dilansir *Volunteer FDIP*, Leonardo DiCaprio Foundation telah menghibahkan sekitar \$80 juta serta mendanai proyek-proyek lingkungan hidup di lebih dari 50 negara di seluruh dunia

GRETA THUNBERGA

Wanita yang satu ini telah dikenal dunia internasional sebagai aktivis iklim meski usianya baru 19 tahun. Ia disebut-sebut mewakili suara generasi muda yang khawatir akan menghadapi krisis iklim, sebagai konsekuensi dari gagalnya partai politik

untuk meredam perubahan iklim. Kalantangannya dari luar gedung parlemen Swedia pada Agustus 2018 'bergema' bersama banyak generasi muda di seluruh dunia.

Atas desakannya kepada para pemimpin politik untuk segera menginisiasi aksi bagi iklim, Greta dinominasikan dalam Nobel Peace Prize pada 2019 dan masuk daftar *Person of the Year* dari majalah Time di tahun yang sama.

Tidak hanya protes, ikon muda ini pun mendonasikan seluruh uang dari penghargaan yang diterimanya, senilai 1 juta Euro, untuk amal bidang iklim demi melindungi lingkungan hidup serta perbaikan peradaban manusia. kesehatan mental.

SHAILENE WOODLEY

Selain sibuk berlakon dalam film dan serial tv, Shelaine Woodley juga dikenal sebagai aktivis yang tidak bosan-bosannya mendorong perlindungan bagi lingkungan hidup. Dirinya menjadi *Ocean Ambassador* bagi Greenpeace untuk memerangi sampah plastik di laut pada 2019.

Aksinya tidak selalu berjalan mulus. Wanita yang mencuri perhatian publik lewat film *The Fault in Our Stars* (2014) ini sempat ditahan, pada 2016, ketika dirinya ikut serta dalam demonstrasi memprotes pembangunan Dakota Access Pipeline di Bismarck, North Dakota. Shailene juga dikenal vokal menyuarakan ketidakadilan lingkungan bagi masyarakat marjinal.

DIAN SASTROWARDYO

Ya, sih, Dian lebih dulu dikenal peduli kepada dunia pendidikan, seni, budaya, dan pemberdayaan perempuan Indonesia dengan mendirikan Yayasan Dian Sastrowardoyo. Tapi Belakangan dirinya juga turut menggugah kesadaran masyarakat buat melestarikan lingkungan.

Di antaranya, lewat kolaborasi dengan *brand fashion* Sejauh Mata Memandang tahun lalu menghasilkan film *Bara*. Juga dikenal dengan judul *The Flame*, film ini mengisahkan perjuangan dalam memperoleh sertifikat dan hak atas hutan adat, serta memaparkan isu deforestasi. Bara diputar di beberapa festival film, di Eropa dan Asia.

Selain itu, wanita yang melejit kariernya setelah membintangi video klip *Jadikanlah Aku Pacarmu* dari Sheila on 7 ini mengimbau agar masyarakat mengurangi limbah *fashion*. Caranya dengan merawat pakaian agar lebih panjang usia pakainya.

TASYA KAMILA

Eks penyanyi cilik ini bukan saja sudah memiliki anak, tapi juga 'anak didik' untuk urusan lingkungan hidup. Lewat yayasan *Green Movement* yang dirikannya, Tasya mengadakan aneka program, seperti pelatihan menanam pohon bagi murid-murid sekolah dan pemilahan sampah organik dan anorganik. Ia pun ikut serta dalam penerapan energi alternatif yang ramah lingkungan di desa-desa. Keren, ya.

Ide pendirian yayasan itu muncul setelah 10 tahun dirinya ditugaskan sebagai Duta Lingkungan Hidup oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK). Hingga kini, tugas tersebut sudah ia emban sekitar 17 tahun lamanya. Wow!

Berasal dari generasi yang lebih muda, Tasya pun percaya anak-anak muda mampu menerapkan kebiasaan yang berefek positif bagi lingkungan hidup. Menurutnya anak muda punya kapabilitas lebih untuk bisa beradaptasi dengan kebiasaan-kebiasaan baru, karena lebih terbuka untuk menerima perubahan.

NADINE CHANDRAWINATA

Selain sebagai model dan aktris, Nadine kerap disibukkan oleh aktivitasnya sebagai seorang pegiat lingkungan hidup. Bersama seorang rekan, dirinya mendirikan *Sea Soldier Foundation*. Yayasan ini berkomitmen menggerakkan generasi muda untuk menerapkan gaya hidup baru, yang lebih peduli kepada pelestarian lingkungan hidup. Salah satu program yang digencarkan adalah menyelamatkan mangrove di pantai-pantai di seluruh Indonesia.

Ia sempat dinobatkan menjadi duta lingkungan hidup untuk beberapa isu, di antaranya Duta Gajah Sumatera pada 2019 dan Duta Wisata Bahari pada 2017.

Dalam kesehariannya, Nadine gemar membuat karya DIY (*do it yourself*) dari barang-barang bekas. Dirinya juga menyarankan hal-hal yang simpel buat diterapkan namun cukup bermanfaat untuk mendorong pelestarian lingkungan, seperti ketika memesan makanan secara *online*, tanpa sendok, garpu, atau sedotan plastik karena semua peralatan itu, sebaiknya, sudah tersedia di rumah.

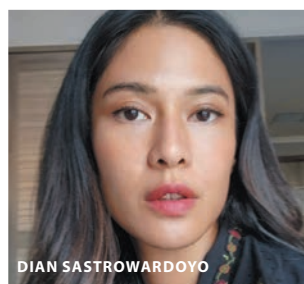
Tokoh idola Anda juga peduli akan kelestarian lingkungan hidup? Yuk, petik inspirasi serta contoh perilaku mereka dalam menyikapi isu ini.



LEONARDO DICAPRIO



GRETA THUNBERG



DIAN SASTROWARDOYO



SHAILE WOODLEY



TASYA KAMILA



NADINE CHANDRAWINATA





PENERAPAN TEKNOLOGI HIJAU UNTUK PENGENDALIAN PERUBAHAN IKLIM

Ancaman perubahan iklim yang semakin mengkhawatirkan, telah mendorong manusia untuk melakukan mitigasi yang cepat dan ekstrem agar kondisi Bumi tidak menjadi lebih buruk. Teknologi, yang selama ini digunakan oleh manusia untuk mempermudah hidup, merupakan salah satu sektor yang ikut mengalami penyesuaian karena memiliki peran signifikan dalam pemanasan global yang menjadi penyebab perubahan iklim.

Untuk membantu memerangi perubahan iklim dan mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, maka saat ini teknologi telah diubah agar lebih ramah lingkungan, dikenal dengan sebutan teknologi hijau. Secara sederhana, teknologi hijau bisa diartikan sebagai bentuk teknologi apa pun, baik berupa produk atau jasa, yang dirancang agar ramah lingkungan, mulai dari proses produksi, rantai pasokan, sampai ke penggunaannya. Teknologi hijau juga diciptakan untuk mengurangi dampak negatif dari aktivitas manusia.

TELAH MENDAPAT PERHATIAN SEJAK SEABAD LALU

Inovasi teknologi memang dapat mendukung aktivitas dan meningkatkan produktivitas manusia, sehingga hidup menjadi lebih baik. Namun dalam praktiknya selama ini, tak banyak yang mempertimbangkan dampaknya ke lingkungan hidup. Sehingga, walaupun isu lingkungan telah mendapat perhatian sejak satu abad lalu, tapi baru benar-benar mendapat perhatian intens dalam 20 tahun terakhir.

Para ilmuwan sebenarnya telah mulai meneliti dampak penerapan teknologi terhadap lingkungan hidup, terutama pada sektor industri, sejak awal abad 19, salah satunya adalah dampak pembakaran batubara yang berlangsung di pabrik-pabrik ke lingkungan sekitarnya. Inisiatif ini membuat para pelaku industri manufaktur mulai memikirkan cara-cara agar limbah dan polusi yang dihasilkan di pabrik-pabrik ini bisa dikurangi agar tidak merusak lingkungan.

Penerapan teknologi hijau sebenarnya juga sudah dilakukan oleh manusia sejak zaman dahulu kala dalam bentuk yang sangat sederhana, misalnya dengan penggunaan tenaga angin untuk menggerakkan kapal atau menggiling biji-bijian. Penggunaan tenaga surya pun telah dilakukan sejak dulu, misalnya dengan menggunakan kaca pembesar untuk mengubah sinar surya menjadi api. Pada zaman yang lebih modern, tenaga surya digunakan sebagai energi untuk menggerakkan kapal uap.

Dalam perkembangannya, berbagai istilah digunakan untuk menjabarkan teknologi hijau. Misalnya saja teknologi bersih, yaitu teknologi yang digunakan untuk menghasilkan produk



atau jasa yang dalam prosesnya menggunakan sumber daya tidak terbarukan dalam jumlah yang sangat kecil atau tidak menggunakannya sama sekali. Teknologi bersih juga ditujukan untuk mengurangi produksi limbah dibandingkan teknologi yang sebelumnya.

Adapula istilah teknologi berwawasan lingkungan. Teknologi ini tidak membedakan antara yang “kotor” dan “bersih”, tapi mengusahakan agar teknologi yang ada bisa lebih ramah lingkungan. Karena itu, cakupannya lebih menyeluruh, mulai dari keahlian, prosedur produksi, perlengkapan yang digunakan, prosedur manajerial, sampai produk dan jasa yang dihasilkan.

Apa pun istilah yang digunakan, semua mengarah kepada yang saat ini disebut dengan teknologi hijau, yang mencakup berbagai bidang teknis dengan tujuan untuk menurunkan dampak negatif dari perubahan iklim.

BENTUK-BENTUK TEKNOLOGI HIJAU

Berkaitan dengan teknologi hijau, UNFCCC membagi teknologi



menjadi dua tipe, yaitu adaptasi dan mitigasi. Adaptasi diartikan sebagai penyesuaian di alam atau sistem manusia yang dilakukan sebagai respons terhadap perubahan iklim atau dampaknya, sehingga dapat mengurangi dampak yang negatif dan memanfaatkan dampak yang positif. Sedangkan mitigasi lebih fokus kepada menemukan solusi dari masalah emisi GRK, atau menyerapnya ke dalam semacam tempat penyimpanan.

Bentuk dari teknologi adaptasi bisa dalam bentuk lunak seperti penerapan pengetahuan-pengetahuan tradisional (misalnya pola rotasi dalam bercocok tanam), atau dalam bentuk keras seperti pembuatan sistem irigasi dan penggunaan benih tahan kekeringan. Penerapan keduanya dapat dijadikan sistem peringatan dini.

Sedangkan bentuk teknologi mitigasi di antaranya adalah pemanfaatan energi yang terbarukan (panel surya, turbin angin, bahan bakar nabati, atau pembangkit listrik tenaga air), kendaraan listrik atau hibrid, pengelolaan limbah hewan ternak, tempat penyimpanan karbon, teknologi batubara bersih, serta bangunan hijau atau berkelanjutan.

Terlepas dari jenisnya, beberapa bentuk teknologi hijau yang saat ini sedang populer adalah:

- **Konstruksi rendah karbon**
Konstruksi bangunan bertanggung jawab atas emisi GRK sebanyak 38 persen di seluruh dunia. Karena itulah dirancang bangunan yang dapat memproduksi emisi karbon sangat rendah selama penggunaannya. Bangunan-bangunan ini butuh energi sangat kecil untuk mendinginkan dan memanaskan suhu di ruangan-ruangannya, memproduksi limbah dan polusi yang sangat sedikit, serta menggunakan bahan-bahan yang ramah lingkungan.
- **Penangkapan dan penyimpanan karbon**
Teknologi ini ditujukan untuk mengurangi jumlah karbon yang ada di atmosfer dengan “menangkap” dan menyimpan karbon hasil tangkapan ini di tempat penyimpanan khusus, kemudian diubah menjadi sumber energi sintetis. Cara ini dipercaya dapat membantu mengurangi suhu Bumi dari mengalami kenaikan sebesar 1,5 derajat Celcius. Saat ini, biaya penangkapan dan penyimpanan karbon masih sangat tinggi, tapi diperkirakan biayanya akan menurun jauh pada masa depan.
- **Upcycling**
Merupakan bentuk pengelolaan limbah atau sampah dengan penerapan ekonomi sirkular sehingga dapat menjadi bahan mentah bahkan produk yang baru. Saat ini, sudah banyak perusahaan yang melakukan *upcycling* untuk limbah dan sampah produk mereka, baik berupa fesyen, bahan bakar minyak, pupuk, elektronik, onderdil kendaraan bermotor, dan lainnya.
- **Kendaraan hidrogen**
Saat ini penggunaan kendaraan listrik masih terus digaungkan untuk mengurangi penggunaan kendaraan berbahan bakar minyak. Selain kendaraan listrik, ada juga kendaraan hidrogen yang disebut sebagai kendaraan masa depan. Kendaraan ini menggunakan hidrogen sebagai sumber energi. Saat ini konsep kendaraan hidrogen masih terus dikembangkan agar pada 2050, jumlah pemakaian kendaraan hidrogen sudah signifikan di seluruh dunia.



bumi terbesar di dunia dan urutan ke-13 dalam daftar negara dengan cadangan gas alam terbesar di dunia, pemerintah juga telah menghimbau agar para pelaku industri migas agar dapat menerapkan teknologi

hijau yang relevan dengan industri ini. Salah satu yang perlu dipertimbangkan adalah teknologi penangkapan dan penyimpanan karbon yang oleh pemerintah dianggap relevan dengan industri migas.

Fokus lain pemerintah saat ini adalah melakukan transisi dari penggunaan energi yang tak terbarukan ke energi yang terbarukan oleh semua kalangan. Dikutip dari Kompas.com yang melansir dari Pusat Studi Energi Universitas Gadjah Mada, beberapa potensi energi terbarukan di Indonesia adalah angin, panas bumi, air, energi surya, dan biomassa. Karena itu, pengembangan teknologi yang mendukung penggunaan sumber energi terbarukan tersebut perlu menjadi prioritas.

Namun diakui oleh Kepala Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN), Laksana Tri Handoko, pengembangan teknologi hijau di Indonesia masih menghadapi berbagai kendala. Dikutip dari Bisnis.com, ia mengatakan bahwa kendala utamanya adalah biayanya yang cenderung mahal. Ia juga mengatakan bahwa riset aplikatif yang telah dilakukan selama ini mengenai teknologi hijau tak selalu dapat langsung diserap pasar. Karena itu, di Indonesia, perlu dibuat terobosan berupa teknologi hijau yang juga memiliki tingkat keekonomian yang memadai.

PENERAPAN TEKNOLOGI HIJAU DI INDONESIA

Menurut data BMKG pada 2020, Indonesia merupakan negara dengan suhu terpanas di dunia dengan rata-rata suhu mencapai 27,3 derajat Celcius dan anomali sebesar 7 derajat Celcius. Kondisi ini menuntut partisipasi Indonesia secara aktif dan nyata dalam menurunkan emisi RGK dan mencegah kenaikan suhu Bumi sampai 1,5 derajat Celcius akibat global warming.

Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah Indonesia dalam pengendalian perubahan iklim adalah penerapan teknologi hijau dan dukungan kepada masyarakat untuk penerapan teknologi hijau. Bentuk teknologi hijau yang saat ini tengah didorong percepatan pelaksanaannya oleh pemerintah adalah kendaraan bermotor listrik berbasis baterai (KBLBB). Apalagi Indonesia merupakan produsen nikel terbesar di dunia, dan nikel merupakan komponen penting di baterai KBLBB. Dengan memproduksi baterai sendiri, diharapkan harga KBLBB akan menjadi lebih terjangkau.

Sebagai salah satu produsen minyak bumi dan gas alami di dunia—urutan ke-24 dalam daftar negara penghasil minyak

MENYEGARKAN RUMAH DENGAN TANAMAN HIAS

Layaknya barang langka, tanaman hias kini diburu dan dijadikan koleksi. Bentuk yang unik dan cantik membuat harga tanaman hias melambung hingga ratusan juta rupiah.



Tidak hanya dapat mempercantik ruangan dalam rumah, kini tanaman hias menjadi koleksi yang meningkatkan gengsi. Saat ini banyak tanaman hias yang berharga fantastis, bahkan mencapai puluhan juta rupiah.

MENGAPA TANAMAN HIAS BISA BERNILAI TINGGI?

Untuk orang awam, harga tanaman hias Janda Bolong atau *Monstera Adansonii* yang mencapai puluhan juta mungkin membuat kaget. Tapi tidak bagi pecinta tanaman yang bahkan harus menyetor uang muka (*down payment*), selayaknya membeli rumah hanya untuk memiliki tanaman ini. Lalu mengapa *Monstera* dan beberapa jenis tanaman lain dihargai sangat tinggi?

Ada beberapa faktor penyebab kondisi. Pertama, karena adanya pandemi Covid-19 yang menyebabkan banyak orang terpaksa menghabiskan waktu di dalam rumah. Memelihara tanaman jadi salah satu aktivitas yang jadi tren selama pandemi lalu. Akibatnya, tingkat permintaan akan tanaman jenis tertentu ikut meningkat sehingga harga tanaman ikut melonjak.

Keunikan dari tanaman itu sendiri juga menjadi penyebab harganya ikut meningkat. Apalagi, jika varietas tanaman tersebut langka dan jumlahnya sangat terbatas di dunia. Misalnya, *Episcia Cleopatra* dengan daun yang berwarna pink disertai corak warna hijau dan putih serta bunga berwarna oranye kemerahan membuat tanaman hias unik dibanderol ratusan ribu hingga jutaan rupiah.

Tanaman hias juga bisa dihargai sangat mahal jika teknik budidaya tanaman tersebut sulit, seperti bonsai. Butuh waktu 5-10 tahun untuk membentuk tanaman dengan teknik bonsai hingga tumbuh menjadi tanaman kerdil yang indah dan artistik.

TERMAHAL DI INDONESIA

Tren tanaman hias yang paling banyak dicari di tahun 2022 ini masih belum banyak berubah sejak tahun 2020. Seperti *Monstera Variegata* yang menjadi viral di tahun 2021 karena penampilannya yang unik. Perpaduan warna hijau tua dan putih pada daun tanaman ini membuat *Monstera Variegata* tampak cantik dan unik. Untuk ukuran kecilnya dihargai sekitar Rp8 juta dan yang berukuran besar harganya dapat mencapai puluhan juta rupiah.

Tanaman hias lain yang juga memiliki harga tinggi adalah *Anthurium*. Salah satu jenis tanaman hias yang memiliki harga termahal adalah, *Anthurium*. Jenis *Anthurium* yang cukup mahal adalah jemani *king cobra varigata*. Sesuai dengan namanya, bentuk dan lekuk daun *anthurium* jemani *king cobra varigata* memang terlihat sangat mirip dengan kepala ular cobra dalam posisi siap menyerang. Bentuk daunnya yang lebar dan besar ini, membuat tanaman ini sangat cocok untuk diletakkan di teras rumah. Harga sebuah *Anthurium* jenis ini berkisar antara ratusan ribu hingga jutaan rupiah.

Tanaman hias lain berharga fantastis sekaligus langka adalah Anggrek Hitam Papua. Anggrek langka ini termasuk dalam familia *Orchidaceae* dan memiliki kelopak berwarna hitam yang elegan dengan perpaduan warna ungu, putih dan kuning. Harga satu buah Anggrek Hitam Papua juga tidak tanggung-tanggung, sekitar Rp100 juta.

Caladium Hibrida atau lebih dikenal dengan sebutan keladi hibrida. Sebutan ini muncul karena daunnya yang tampak seperti daun keladi/umbi-umbian. Bentuk daunnya memanjang, berwarna hijau muda dan berukuran kecil sehingga cocok ditanam dalam pot dan dijadikan hiasan dalam ruangan. Harga Keladi Hibrida bervariasi tergantung ukuran dan banyaknya daun, harga termurah sekitar Rp4,3 juta.

Di awal kemunculannya, tanaman Janda Bolong hadir dengan harga yang fantastis. Bahkan, tanaman ini termasuk dalam tanaman mewah karena memiliki harga puluhan hingga ratusan juta rupiah. Ciri khas dari tanaman ini ada pada daunnya, yaitu terdapat lubang-lubang dengan warna hijau yang pekat serta mengkilap. Saat ini harganya sudah berangsur turun karena semakin banyak yang membudidayakannya.

Sementara, tanaman Bonsai masih menjadi tanaman hias dengan harga yang mahal. Tanaman dengan ukuran yang pendek atau kerdil ini bisa dimiliki dengan harga mulai dari Rp4 juta hingga Rp50 juta. Tanaman hias lainnya yang tergolong mahal dan sulit didapat adalah *Philodendron Pink Princess*. Seperti namanya, tanaman hias ini memiliki dua warna daun, hijau tua dan merah muda yang terbentuk oleh mutasi genetik pada daun. Warna daunnya yang unik dan cantik membuat tanaman hias ini banyak diburu dengan harga termurah sekitar Rp3 juta.



DEKORASI RUMAH DENGAN TANAMAN HIAS

Tanaman hias berharga tinggi tidak saja menjadi koleksi, namun juga bisa digunakan untuk mempercantik rumah. Berikut beberapa ide mendekorasi interior rumah dengan memanfaatkan tanaman hias.

- **Mulai dengan yang sederhana**

Untuk memulai mendekor rumah dengan tanaman hias, mulai dengan jumlah yang sedikit, tidak perlu menumpuk beberapa jenis tanaman di pojok ruangan. Letakkan satu-dua tanaman di sudut ruangan sehingga tanaman dapat menjadi titik fokus atau pemanis ruangan yang menyenangkan.

- **Kombinasi beragam jenis tanaman**

Gabungan beberapa jenis tanaman hias dengan ukuran yang berbeda akan memberi kesan kontras yang memikat mata. Tanaman hias dengan warna daun yang berbeda-beda juga dapat dikombinasikan atau gunakan tanaman berbunga untuk memberi warna cerah yang cantik di dalam ruangan.

- **Sesuaikan dengan gaya interior rumah**

Sebaiknya pilih tanaman dengan bentuk yang sesuai dengan gaya interior rumah sehingga terlihat serasi. Misalnya, Anda bisa memilih tanaman dengan bentuk simpel untuk interior rumah modern-minimalis.

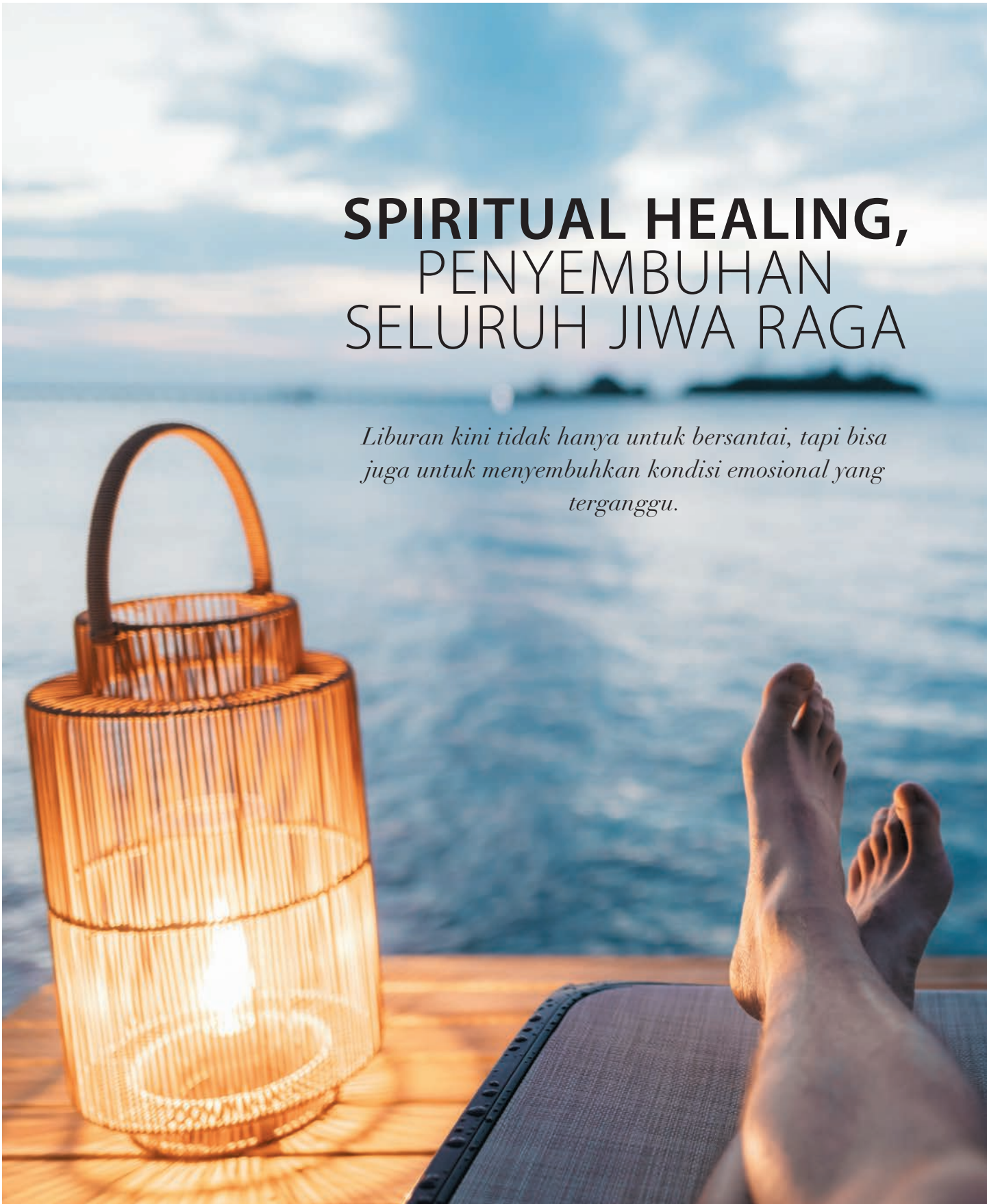
- **Pilih pot atau wadah tanaman yang unik**

Pilihan pot atau wadah tanaman yang unik dapat menjadi salah satu poin dekorasi rumah. Gunakan pot dengan material dan desain yang cocok dengan tema interior rumah agar terlihat serasi.



SPIRITUAL HEALING, PENYEMBUHAN SELURUH JIWA RAGA

Liburan kini tidak hanya untuk bersantai, tapi bisa juga untuk menyembuhkan kondisi emosional yang terganggu.





Mens sana in corpore sano, istilah ini tentu sudah tidak asing bagi Anda. Dikatakan bahwa di dalam tubuh yang sehat terdapat jiwa yang kuat. Agaknya ungkapan ini masih relevan, terutama sejak kita dilanda pandemi, kebutuhan akan penyembuhan spiritual yang menyentuh *mind, body, and soul* menjadi makin meningkat.

SEHAT FISIK, SEHAT EMOSIONAL

Ungkapan latin *Mens Sana In Corpore Sano* pertama kali dikenalkan oleh penyair Romawi, Decimus Iunius Juvenalis pada abad kedua. Dalam bukunya, Satire X, Juvenalis menuliskan "*Orandum est ut sit mens sana in corpore sano*" yang jika diterjemahkan artinya "Marilah kita berdoa agar dalam tubuh yang sehat terdapat pula jiwa yang sehat."

Dalam konteks nyata saat ini, ungkapan ini masih terasa benarnya. Contohnya di masa pandemi lalu, tenaga kesehatan selalu mengingatkan penderita Covid-19 untuk tidak stres karena dapat berpengaruh pada tingkat kesembuhan. Penelitian juga menyebutkan orang yang mudah cemas dan kurang dapat mengendalikan emosi lebih tinggi risikonya untuk terserang penyakit maag, hipertensi dan beberapa penyakit lain.

Namun di sisi lain, kita bisa melihat banyak orang yang rutin berolahraga dan terlihat baik-baik saja, ternyata mengalami depresi. Tekanan lingkungan dan stres di tempat kerja biasanya menjadi faktor pencetus kondisi ini. Dikutip dari Gatra.com, data di Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) tahun 2018, menunjukkan bahwa lebih dari 19 juta penduduk yang berusia lebih dari 15 tahun telah mengalami gangguan mental emosional. Serta lebih dari 12 juta penduduk yang berusia lebih dari 15 tahun mengalami kecemasan.

Menurut Berkeley Well Being Institute, kesehatan mental dan fisik tidak dapat dipisahkan. Kedua aspek ini berjalan beriringan dalam memengaruhi kondisi seseorang. Maka dari itu, selain berolahraga, *self healing* juga perlu dilakukan dengan konsisten.

APA ITU SELF HEALING?

Metode *self healing* belakangan populer lewat media sosial. Tak sedikit dari generasi Z yang memamerkan aktivitas liburan di sebuah lokasi wisata dan mengklaimnya sebagai "*self healing*". Meski konsep ini tidak sepenuhnya salah, namun *self healing* sendiri memiliki pengertian lebih luas. Istilah *self healing* sendiri didefinisikan sebagai proses pemulihan dari kesehatan emosional yang buruk.

Proses pemulihan ini dapat dilakukan dengan banyak metode, diantaranya dengan berkonsultasi dengan psikolog, meditasi, latihan pernapasan, menulis jurnal dan lainnya. Kondisi emosi yang terganggu akibat trauma atau depresi "dibersihkan" dengan mengakui gangguan tersebut, menerimanya serta memaafkan diri sendiri.

MENYEMBUHKAN DENGAN AIR

Proses membersihkan diri dari beban emosi dapat dilakukan

dengan banyak cara. Salah satu cara yang kini banyak diminati adalah dengan melakukan tradisi melukat. Prosesi yang berasal dari budaya Bali ini bertujuan untuk pembersihan diri dan mendamaikan pikiran. Prosesi ini bisa dilakukan siapa saja tanpa ada batasan agama. Tradisi melukat ini sempat viral dilakukan oleh beberapa selebritis tanah air seperti Cinta Laura, Jessica Iskandar, Pevita Pearce, dan Ariel Tatum.

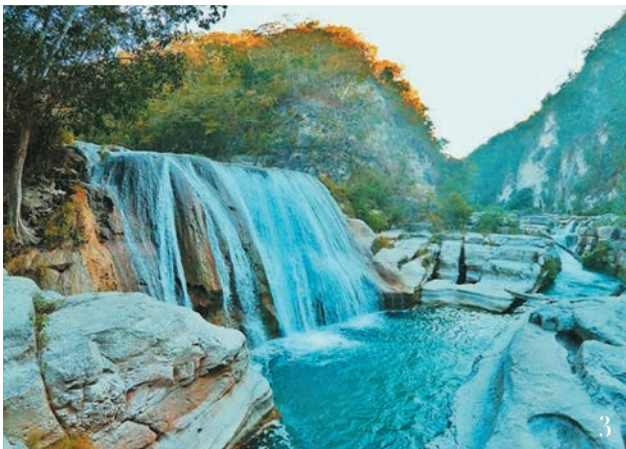
Prosesi ini hampir sama dengan ritual ruwatan yang dikenal dalam tradisi Jawa. Ritual ini dilakukan dengan cara mandi atau mengguyur tubuh seseorang dengan mata air. Ada tujuh jenis upacara melukat, yaitu melukat Asta Pungku untuk membersihkan dan menyucikan malapetaka akibat pengaruh hari kelahiran dan Tri Guna (Satwam, Rajas, Tamas) yang tidak seimbang.

Kemudian ada melukat Surya Yomana untuk melepas noda dan kotoran pada bayi, juga melukat Gini Ngelayang untuk pengobatan penyakit, melukat Prabu untuk memohon agar para pemimpin mendapatkan kemakmuran, juga melukat Gomana, melukat Semarebada dan melukat Nawa Ratna, yang seluruhnya bertujuan menyembuhkan dan membantu membuat hidup kita lebih baik.

Melukat biasanya dilakukan di tempat bersejarah, pura, tempat pemandian dan laut yang ada di Bali. Salah satu tempat melukat yang terkenal di Pulau Dewata adalah Pura Tirta Empul di Desa Manukaya, Kecamatan Tampak Siring, Kabupaten Gianyar.

Prosesi melukat dipimpin oleh seorang pendeta Hindu (Sulinggih), disertai beberapa sesajen yang sudah diberikan mantra oleh sulinggih. Orang yang akan melukat akan dimantrai oleh sulinggih, kemudian disiram dengan air suci. Ritual dilanjutkan dengan membasuh diri di mata air untuk membersihkan diri lahir dan batin.

Untuk melakukan prosesi melukat, ada beberapa aturan yang wajib diikuti. Beberapa aturan itu antara lain mengganti pakaian dengan kain Bali, bagi wanita tidak sedang haid, tidak mandi menggunakan sabun dan sampo, mengikuti prosesi dengan membawa sesajen, tidak boleh mengumpat dan berkata kasar, serta dilarang meludah dan kencing di tempat penyucian.



DESTINASI WISATA UNTUK SELF HEALING

Selain prosesi melukat, ada beberapa destinasi wisata air di tanah air dan dunia yang dapat membantu proses penyembuhan diri. Beberapa di antaranya:

1 Laut Mati, Israel

Laut Mati di Israel sebenarnya berupa danau garam yang terkurung daratan. Sudah sejak lama obyek wisata ini dikenal sebagai lokasi pengobatan fisik dan mental. Mulai dari mengoleskan lumpur hitam ke tubuh untuk pengelupasan kulit, meringankan masalah kulit seperti psoriasis hingga kekuatan alami yang diklaim dapat menyembuhkan asma, osteoporosis, radang sendi dan masalah lainnya. Selain itu, berjemur di Laut Mati dapat menyerap vitamin D tanpa risiko terbakar sinar matahari karena pada 400 meter di bawah permukaan laut, bahaya sinar UV tersaring lapisan penguapan di atas Laut Mati, lapisan atmosfer ekstra dan ozon.

2 Healing Hole, Bahama

Destinasi wisata ini yang terletak di pulau Bimini di kepulauan Bahama ini berupa sebuah kolam air tawar yang hanya dapat diakses dengan perahu. Disebut The healing hole karena beberapa orang yang pernah berkunjung ke sini mengaku saluran air tawar dingin yang berputar bersama air asin hangat di luar hutan bakau ini sebagai obat mujarab. Pulau Bimini dikenal memiliki air terjun yang konon dapat membuat siapa saja yang berenang atau minum dari air terjun ini selalu awet muda.

3 Air Terjun Tanggedu, Sumba

Bosan ke Bali, cobalah berwisata ke pulau Sumba di Nusa Tenggara Timur. Tepatnya ke Sumba Timur yang menjadi rumah bagi air terjun Tanggedu. Lokasi ini sering disebut sebagai Grand Canyon Sumba Timur karena lokasinya yang dikelilingi tebing-tebing indah. Memiliki dua air terjun yang jernih dengan ketinggian delapan meter dan di bawahnya terdapat kolam alami yang bisa digunakan untuk berendam atau berenang.

4 Maribaya Hot Spring, Lembang

Maribaya Natural Hot Spring yang berlokasi di Lembang ini merupakan wisata pemandian air panas yang tepat untuk melepas penat, lelah, serta stres dengan cara berendam di air panas. Pemandian air panas ini memiliki kandungan belerang yang dipercaya mampu membantu mengobati beragam penyakit kulit dan membuat tubuh terasa lebih rileks.

5 Likupang, Sulawesi Utara

Likupang merupakan kecamatan yang berada di Kabupaten Minahasa Utara, Sulawesi Utara. Daerah yang memiliki luas sekitar 200 hektar ini menyimpan berbagai pemandangan alam menakjubkan yang bisa dijadikan destinasi wisata layak dikunjungi. Ada Ekowisata Desa Bahoii dengan kondisi bawah lautnya yang masih terjaga dan kaya akan terumbu karang. Ada pula Pantai Pulisan yang berpasir putih dengan laut biru bersih yang cocok untuk aktivitas menyelam, *snorkeling* atau sekedar bersantai di pantai. Serta Pulau Gangga yang menawarkan pemandangan pasir putih serta air laut yang sangat jernih dan arus yang tenang. Pantainya juga dikenal sebagai spot untuk menyaksikan matahari terbenam yang indah.





AKSI KEPEDULIAN TERHADAP KONDISI BUMI DARI PARA PELAKU SENI

Lewat sustainable art, para seniman dan orang-orang yang terlibat di dunia seni menunjukkan kepedulian mereka terhadap kondisi lingkungan dan sosial.

Dengan semakin mengkhawatirkannya dampak perubahan iklim pada kondisi Bumi dan kehidupan manusia, berbagai pihak semakin serius dalam memberi dukungan untuk melawan perubahan iklim. Termasuk para pelaku seni, yang ingin membawa perubahan signifikan bagi kondisi Bumi lewat karya-karya seni yang berkelanjutan atau *sustainable art*. Harapannya, *sustainable art* tak hanya berlangsung sesaat, tapi selamanya dan menjadi masa depan dunia seni.

SUSTAINABLE ART DAN BENTUK-BENTUKNYA

Istilah *sustainable art* memiliki cakupan yang luas, bahkan pengertiannya pun paling tidak ada dua dan saling berkaitan. Saat seseorang menyebut *sustainable art*, kemungkinan pertamanya adalah ia mengacu kepada *green art*, yaitu karya seni yang diciptakan menggunakan metode, teknik, dan bahan-bahan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Para senimannya biasanya menggunakan bahan-bahan organik, energi yang terbarukan, dan berusaha seminimal mungkin memberi dampak ke lingkungan hidup.

Sedangkan kemungkinan keduanya adalah karya seni yang mengangkat isu-isu yang berkaitan dengan lingkungan hidup dan ekologi, dengan harapan agar dapat menginspirasi dan mempengaruhi masyarakat untuk lebih peduli tentang lingkungan dan keberlanjutan. Ini biasanya disebut dengan *environmental art*. Jenis seni ini mulai berkembang dan populer di masyarakat Barat berbarengan dengan mulai meningkatnya kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan ekologi pada dekade 1950-an dan 1960-an.

Beberapa aliran dan genre seni yang berkaitan dengan *sustainable art*, baik yang tergolong *green art* dan *environmental art*, di antaranya adalah:

☑ **Conceptual art (seni konseptual)**

Aliran seni ini lebih mementingkan konsep dan ide dalam penciptaan karya seni dibandingkan hasil akhirnya. Ide dan konsep yang dipilih, tentu saja, berkaitan dengan isu lingkungan dan sosial, yang diwujudkan lewat medium apa saja yang dirasa tepat oleh senimannya.

☑ **Ecological art (seni ekologi)**

Merupakan sebuah gerakan seni kontemporer yang tak hanya menekankan ide saja, tapi juga tindakan berupa aktivisme, restorasi, representasi, dan edukasi yang didasarkan semangat kepedulian terhadap lingkungan. Instalasi sering kali dipilih sebagai bentuk dari *ecological art*.

☑ **Land art**

Merupakan aliran seni yang menggunakan bahan-bahan dari alam dalam penciptaannya, seperti tanah, pasir, batu-batuan, kayu, daun, air, dan lainnya. Biasanya si seniman hanya akan menggunakan bahan-bahan yang terdapat di lokasi dan lingkungan sekitar ia menciptakan karya seninya.

☑ **Upcycle/recycle art**

Adalah sebuah praktik pembuatan karya seni yang menggunakan barang bekas atau sampah sebagai bahan-bahannya. Lewat karya seni ini, masyarakat diajak untuk memikirkan kembali tentang nilai dan keindahan, karena benda yang dianggap sampah bisa bertransformasi menjadi karya seni.

MENYALURKAN KEPEDULIAN LEWAT AKSI-AKSI PEDULI LINGKUNGAN

Kepedulian terhadap kondisi Bumi membuat para pelaku seni tergerak untuk melakukan aksi nyata, tak hanya dalam penciptaan karya seni yang lebih ramah dan peduli lingkungan. Mereka juga ikut serta mendukung berbagai inisiatif dan proyek yang berkaitan dengan kepedulian lingkungan.

Salah satunya adalah Gallery Climate Coalition (GCC), yaitu sebuah komunitas seni internasional yang didirikan untuk membantu mengurangi dampak terhadap lingkungan dari sektor seni. Kegiatan utama dari GCC adalah memberikan panduan mengenai keberlanjutan kepada orang-orang yang terlibat di sektor seni, melobi untuk adanya perubahan sistem, dan melakukan pengumpulan dana untuk pelaksanaan inisiatif yang berkaitan dengan lingkungan. Saat ini GCC telah memiliki 800 anggota dari kalangan seni.

Heath Lowndes, *co-founder* dari GCC, mengatakan kepada *The New York Times*, "Dunia seni memang kecil, tapi tak berarti



tak bisa berkelanjutan. Kita masih punya kesempatan untuk menetapkan standar mengenai tanggung jawab kita terhadap lingkungan, dan pada saat bersamaan, memperhitungkan potensi untuk mempengaruhi dan menjangkau khalayak yang lebih besar.”

Inisiatif lain yang menarik adalah proyek 1 Heart 1 Tree yang diadakan oleh UNFCCC (*United Nations Framework Convention on Climate Change*) pada Desember 2015. Proyek ini diadakan bersamaan dengan berlangsungnya United Nations Climate Change Conference (COP) 21 di Paris, Prancis. Proyek 1 Heart 1 Tree mengajak masyarakat untuk menanam pohon virtual yang akan tumbuh di Menara Eiffel. Seni instalasi cahaya yang terlihat di Menara Eiffel dalam bentuk video *mapping* merupakan karya dari **Naziha Mestaoui**, seorang seniman sekaligus arsitek dari Belgia.

Ada pula kampanye yang diinisiasi oleh ART 2030 juga digulirkan pada tahun 2020 dengan nama *Art for a Healthy Planet 2020*, yang berlanjut ke tahun 2021 dan 2022. Selama tiga kali pelaksanaannya, para seniman dunia yang selama ini dikenal dengan dukungan mereka terhadap lingkungan

dan aktif memerangi perubahan iklim, ikut menyertakan karya-karyanya, di antaranya adalah **Olafur Eliasson**, **Edward Burtynsky**, **Tomás Saraceno**, **Ernesto Neto**, **Diana Thater**, **Maya Lin**, **Andy Goldsworthy**, **El Anatsui**, dan **Agnes Denes**.

KARYA-KARYA SUSTAINABLE ART YANG IKONIK

Dengan caranya masing-masing, para seniman berkontribusi untuk ikut melawan perubahan iklim. Namun beberapa seniman telah membuat karya yang populer dan ikonik berkaitan dengan *sustainable art*. Ini beberapa di antaranya:

Ice Watch oleh Olafur Eliasson

Merupakan instalasi 30 buah bongkahan es yang merupakan pecahan dari gunung es di Kutub Utara yang ditemukan terapung di perairan Greenland. Dikerjakan bersama **Minik Rosing**, seorang geologis, **Olafur Eliasson** ingin memberi pengalaman langsung kepada masyarakat tentang proses mencairnya es di Kutub Utara, sekaligus mengingatkan tentang dampak perubahan iklim kepada lingkungan hidup.



TRASHION OLEH MARINA DEBRIS



UNHAPPILY EVER AFTER OLEH JEFF HONG



STORM KING WALL OLEH ANDY GOLDSWORTHY

Wheatfield – A Confrontation oleh Agnes Denes

Pada musim panas 1982, **Agnes Denes** mengubah sebuah tempat pembuangan akhir sampah di kota New York seluas 8.000 meter persegi menjadi ladang gandum. Menjadi salah satu instalasi seni yang paling signifikan di kota New York, *Wheatfield – A Confrontation* merupakan bentuk protes Agnes Denes terhadap *global warming* dan ketimpangan ekonomi di dunia.

Trashion oleh Marina Debris

Seniman dan aktivis lingkungan Marina Debris menunjukkan keprihatinannya mengenai masalah sampah dan polusi laut dengan menjadikan sampah-sampah dari laut yang terdampar di pantai sebagai materi busana. Diharapkan karya-karya seni ini dapat memberi efek kejut bagi masyarakat sehingga lebih peduli dan sadar tentang masalah sampah.

Unhappily Ever After oleh Jeff Hong

Bentuk protes terhadap kondisi lingkungan dan sosial di dunia dilakukan oleh **Jeff Hong**, seorang seniman *storyboard*

animasi, dengan mengubah akhir kisah film-film produksi Disney sesuai dengan realita kehidupan saat ini. Dengan karya-karyanya yang kontroversial, Jeff Hong ingin memicu diskusi, perdebatan, dan obrolan tentang kondisi lingkungan dan sosial di masyarakat.

Storm King Wall oleh Andy Goldsworthy

Instalasi tembok bebatuan yang dibangun di Storm King Art Center, New York, merupakan instalasi terbesar dari **Andy Goldsworthy**, seorang seniman *land art*. Batu-batuan yang ia gunakan sebagian diambil dari reruntuhan sebuah rumah peternakan di area tersebut. Penggunaan bahan-bahan dari alam merupakan salah satu cara untuk mengurangi dampak pembuatan karya seninya terhadap lingkungan.

WISATA KULINER DENGAN MISI LINGKUNGAN BERKELANJUTAN

Wisata kuliner kini tidak hanya dijadikan ajang memanjakan lidah saja, namun sebagai upaya menjaga keseimbangan alam dan sumber daya.

Memilih kuliner ramah lingkungan merupakan tantangan bahkan bagi para pejuang lingkungan yang paling berdedikasi. Industri makanan merupakan salah satu penghasil limbah terbesar yang diciptakan manusia, karena menggunakan sejumlah besar air, tanah, dan sumber daya lainnya sambil memproduksi sejumlah besar gas rumah kaca untuk pengembalian yang tidak efisien. Mengikuti gerakan *sustainable food tourism*, Anda bisa berkontribusi dalam gerakan ramah lingkungan dengan tetap bisa memanjakan lidah.

MENGENAL SUSTAINABLE FOOD

Sustainable food adalah jenis makanan ramah lingkungan yang meminimalkan emisi gas rumah kaca dan menggunakan sumber daya secara berkelanjutan. *Sustainable food* bertujuan untuk menurunkan jejak karbon yang terlibat dalam produksinya. Dengan memilih untuk melakukan *sustainable food tourism*, kita, pada gilirannya, membantu meminimalkan dampak lingkungan pribadi kita di tingkat global. Selain faktor lingkungan, *sustainable food* juga berfokus pada cara hewan dibesarkan dan disembelih serta bagaimana petani diperlakukan dan dibayar. Makanan di masa depan harus berkelanjutan jika kita ingin mengelola populasi manusia yang terus bertambah dan persediaan sumber daya yang terus berkurang (tanah, air, dan makanan itu sendiri) yang kita miliki di planet ini.

Sustainable food adalah kombinasi beberapa faktor, seperti bagaimana makanan diproduksi, didistribusikan, dikemas

dan dikonsumsi. Istilah *Sustainable food* adalah fenomena yang mulai sering dan mengundang minat dalam beberapa tahun terakhir. Meskipun merupakan gagasan penting untuk dipertimbangkan bagi planet ini, ini juga merupakan tren yang semakin populer di kalangan koki rumahan, koki, dan pelanggan.

Ikut serta dalam praktik *Sustainable food* memastikan bisnis atau rumah Anda berpartisipasi dalam lingkungan yang lebih baik. *Sustainable food* bertujuan untuk menghindari kerusakan atau pemborosan sumber daya alam. Hal ini meminimalkan kontribusi terhadap perubahan iklim karena ini berarti mengonsumsi lebih banyak makanan lokal yang tidak diangkut terlalu jauh. Memilih pertanian dengan sistem *sustainable* juga memastikan penghormatan terhadap keanekaragaman hayati karena seringkali pertanian lokal yang lebih kecil menanam berbagai buah dan sayuran untuk konsumen skala kecil yang, pada gilirannya, melindungi keanekaragaman hayati tanah dan tanah. Ini juga membantu untuk membantu pekerjaan yang baik dan dukungan masyarakat.

PENTINGNYA SUSTAINABLE FOOD TOURISM

Makanan lezat dapat menyaingi landmark, museum, landscape, dan atraksi lain sebagai daya tarik bagi wisatawan. Dalam beberapa tahun terakhir, wisata kuliner telah mendapatkan popularitas dengan kecepatan yang meningkat. Saat ini, kuliner sering menjadi pusat perhatian sebagai alasan utama, dan bahkan satu-satunya alasan banyak pelancong memilih tujuan mereka. Menurut sebuah studi tahun 2016 oleh Asosiasi





Perjalanan Makanan Dunia, makanan menempati peringkat lima teratas pertimbangan paling penting bagi wisatawan saat memesan perjalanan. Sementara wisata kuliner selalu diburu oleh wisatawan, memberikan titik pengaruh bagi organisasi pemasaran destinasi dan memberikan masyarakat cara unik untuk menarik wisatawan, wisata kuliner juga mendukung ekonomi lokal sambil berkontribusi pada pelestarian budaya dan tradisi di seluruh dunia. Beberapa hal lebih sederhana atau universal daripada makanan, namun sekaligus menangkap keunikan sebuah destinasi.

Sustainable food tourism merupakan cara paling tepat untuk kita bisa berpartisipasi dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dengan tetap menikmati kuliner lokal yang tersedia di daerah tujuan wisata. Berpartisipasi dalam *Sustainable food tourism* adalah cara mudah untuk memberikan kembali kepada masyarakat lokal dan menikmati pengalaman perjalanan yang lebih otentik.

Sustainable food tourism berfokus pada pendidikan, memfasilitasi dialog, dan yang paling penting, memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berpartisipasi aktif dalam

keberlanjutan. Pengalaman makanan berkelanjutan berpusat di sekitar kolektivitas, aktivitas langsung, dan partisipasi yang mengarah pada gangguan peran tradisional tamu dan tuan rumah. Pengalaman ini juga menginspirasi praktik berkelanjutan di luar konteks langsung dan menawarkan alat yang berlaku secara umum untuk konsumsi berkelanjutan yang dapat dibawa pulang oleh wisatawan.

PARTISIPASI *SUSTAINABLE FOOD TOURISM* DI INDONESIA

Destinasi wisata paling diminati di Indonesia sudah mulai mensosialisasikan *sustainable food tourism* dengan mengadakan **Bali Sustainable Food Festival**. Sudah berjalan sejak tahun 2021, Festival ini merupakan kerjasama Bali Hotel Association dengan Bali Restaurant and Café Association di tengah pandemi yang berdampak besar pada pergerakan pariwisata Bali. Festival ini memungkinkan anggota yang berpartisipasi untuk memamerkan karya inovatif yang telah mereka lakukan selama masa ini untuk beralih ke cara operasi yang lebih berkelanjutan, dari meningkatkan tingkat keterampilan anggota tim, hingga membangun hubungan baru atau yang sudah ada dengan pemasok lokal, plus mengerjakan tindakan pengurangan sampah.

Tema festival tahun ini sepenuhnya selaras dengan kampanye Kementerian Pariwisata Indonesia “*Spice Up the World*”, yang menampilkan hidangan khas seperti Rendang serta favorit Bali, Betutu, dengan cara yang kreatif dan penuh rasa. Untuk berpartisipasi, menu harus mematuhi kriteria utama yaitu, bahan yang digunakan harus 100% bersumber dari Indonesia, mengutamakan produk yang ditanam secara organik, hormati prinsip-prinsip perdagangan yang adil, dan jika memungkinkan perusahaan yang dijalankan perempuan.

Festival ini juga bertujuan untuk mengurangi keluaran sampah hingga mendekati nol, dengan mendorong kegiatan pengurangan sampah seperti pengomposan dan pemisahan sampah untuk memfasilitasi daur ulang. Mitra utama festival dalam pengalihan sampah tahun ini adalah *Scholars of Sustenance (SOS)* yang telah beroperasi di Bali selama bertahun-tahun memberikan dampak positif di masyarakat dengan menyediakan makanan bagi yang membutuhkan serta mengurangi sampah makanan ke TPA. Inisiatif ini dimaksudkan

untuk menetapkan tolok ukur untuk masa depan, dengan diterapkan di seluruh wilayah operasional di luar periode festival.

REKOMENDASI SUSTAINABLE FOOD TOURISM GLOBAL

Wisata kuliner dapat memainkan peran penting dalam melestarikan warisan lokal sambil membangun aset pariwisata yang ada dan mendorong inovasi. Dengan meningkatkan permintaan pengunjung akan makanan dan minuman lokal, wisata kuliner berkontribusi pada keberlanjutan jangka panjang pertanian lokal, sistem pangan, komunitas, dan budaya.

Secara global, gerakan *sustainable food tourism* sudah banyak diadaptasi di berbagai destinasi wisata kuliner dunia. Berikut ini rekomendasi restoran yang bisa Anda coba untuk perjalanan wisata selanjutnya.

AZZURMENDI DI SPANYOL

Restoran satu ini menerapkan *sustainable culture* pada setiap aspek. Mulai dari menu, proses berjalannya bisnis, sumber daya restoran hingga pengolahan limbah restoran. Azurmendi baru saja menerima, untuk kedua kalinya, penghargaan untuk restoran paling berkelanjutan dari 50 Restoran Terbaik Dunia. Upaya untuk memasukkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan dalam operasi Azurmendi telah diakui. Peringkat pada tahun 2014 adalah 84% dan pada tahun 2018 meningkat menjadi 92,33%.

OPEN FARM COMMUNITY DI SINGAPURA

Berada di dapur dan restoran berkonsep terbuka, Open Farm Community fokus pada hidangan lokal, musiman, dan inovatif. Restoran ini mengkurasi dan memberdayakan petani lokal, mendukung jaringan besar petani organik lokal dan Asia Tenggara. Mereka mencoba membatasi penggunaan plastik sekali pakai, mendaur ulang, dan melakukan yang terbaik untuk membatasi penggunaan air dan listrik yang boros.

DE KAS DI AMSTERDAM

Tempat makan luar biasa yang terletak di rumah kaca yang dulunya milik pembibitan kota, De Kas menawarkan bahan-bahan lokal paling segar dengan lingkungan yang indah untuk

bersantap. De Kas menanam sayuran sendiri, rempah-rempah dan bunga yang dapat dimakan, dan dilengkapi dengan produk musiman segar dari ladang mereka sendiri di wilayah Beemster, hanya 10 km dari Amsterdam. Menu mereka terdiri dari semua yang dipanen pada hari itu, disajikan dalam piring kecil sebagai hidangan individu.



AZZURMENDI



OPEN FARM COMMUNITY



DE KAS



FASHION

MONDIAL



HINGGA 12 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

21 Mar - 31 Des 2022

THE
PALACE



HINGGA 12 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

21 Mar - 31 Des 2022

Frank & co



HINGGA 12 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

21 Mar - 31 Des 2022

SAPTO DJOJOKARTIKO



CICILAN 0% S.D. 6 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

1 Agt 2022 - 30 April 2023

ADELLE



LIVIN'POIN + CICILAN 0% S.D 12 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

16 Feb 2022 - 15 Feb 2023

THE TIME PLACE



CICILAN 0% HINGGA 36 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

1 Juni - 31 Des 2022

GOLF

BIN[®] house
Indonesian Creation



S.D. 3 BULAN +
DISKON HINGGA 20% TUKAR LIVIN'POIN
MANDIRI KARTU KREDIT

Hingga 31 Des 2022

TIME
INTERNATIONAL



HINGGA 36 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

1 Jan - 31 Des 2022

BALI NATIONAL
GOLF CLUB



DISKON HINGGA 25%
MANDIRI KARTU KREDIT

Hingga Juni 2023

GOLF

SENTUL
HIGHLANDS



DISC HINGGA 20% + 10% DAN
CICILAN 0% S.D 18 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

1 Agt 2022 - 31 Juli 2023

CIPUTRA
GOLF CLUB & RESTO
SURABAYA



DISKON 10% + TAMBAHAN DISKON HINGGA 20%
TUKAR LIVIN'POIN + CICILAN 0% HINGGA 12 BULAN
MANDIRI KARTU KREDIT

1 Juni 2022 - 31 May 2023

DAGO
HERITAGE
1917
GOLF COURSE



DISKON HINGGA 25%
MANDIRI KARTU KREDIT

1 Jan - 31 Des 2022



ENTERTAINMENT



SPECIAL
PROMO

BELI 1 BONUS 1
DI THE PREMIERE STUDIO XXI

1 Juli 2022 - 31 Des 2022

EDUCATION ASSISTANCE



SPECIAL
PROMO

LAYANAN 8 EASY EDSTEPS
PERSIAPAN STUDI KELUAR NEGERI

1 Jan 2022 - 31 Des 2023

BEAUTY



disc
30%

OFFLINE & OFFICIAL WEBSTORE
(WARDAH, CRYSTALLURE, MAKE OVER)

1 Jan 2022 - 31 Des 2022

FOOD & BEVERAGES



disc
15%

MINIMUM PEMBELANJAAN
RP500 RIBU

15 Juli 2022 - 30 Juni 2023



disc up to
15%

MINIMUM PEMBELANJAAN
RP600 RIBU

1 Okt 2022 - 31 Des 2023



disc up to
30%

PEMERIKSAAN PANEL
DI LAB & KLINIK CITO

1 Okt 2022 - 31 Des 2023

HEALTH



disc up to
15%

DISC. 10% PEMERIKSAAN LAB &
DISC. 15% PANEL WELLNESS TESTING

1 Des 2021 - 30 Nov 2022



disc
10%

MCU, AIRPORT EVAC,
MMC PRIORITY MEMBERSHIP

1 Des 2021 - 31 Des 2022



disc up to
10%

DISC. 5% RAWAT INAP
DISC. 10% PEMERIKSAAN EKSEKUTIF

1 Jan 2022 - 31 Des 2023



disc up to
20%

DISC. 20% MCU
DISC. 5% BIAYA KAMAR RAWAT INAP

1 Mei 2022 - 31 Des 2022



disc
10%

PEMERIKSAAN
KESEHATAN

1 Okt 2022 - 31 Sept 2023



disc up to
20%

PEMERIKSAAN
PAKET COLUMBIA

1 Okt 2022 - 31 Des 202

airport executive lounge



balikpapan ✈

SAMS Sepingan

- ✳ Blue Sky Premier Lounge

bandung ✈

Husein Sastranegara

- ✳ Sapphire Lounge

banjarmasin ✈

Syamsudin Noor

- ✳ Concordia Lounge

denpasar

I Gusti Ngurah Rai
Internasional
Domestik

- ✳ Concordia Lounge ✈

jakarta ✈

Soekarno Hatta T3
Domestik

- ✳ Sapphire Temporary Lounge (Gate 13)
- ✳ Sapphire Temporary Lounge (Gate 18)

makassar ✈

Sultan Hasanudin

- ✳ Concordia Lounge

malang ✈

Abdul Rachman Saleh

- ✳ East Java Lounge

manado ✈

Sam Ratulangi

- ✳ Concordia Lounge

mataram ✈

Lombok

- ✳ Concordia Lounge

medan ✈

Kualanamu

- ✳ Sapphire Lounge

padang ✈

Minangkabau

- ✳ Banua Lounge

palembang ✈

Sultan Mahmud
Badaruddin II

- ✳ Syailendra Lounge

pekanbaru ✈

Sultan Syarif Kasim II

- ✳ Blue Sky Premier Lounge

pontianak ✈

Supadio

- ✳ Blue Sky Premier Lounge

semarang ✈

Ahmad Yani

- ✳ Concordia Lounge

solo ✈

Adi Sumarmo

- ✳ Concordia Lounge

surabaya ✈

Juanda Terminal 2
Internasional

- ✳ Concordia Lounge
- Juanda Terminal 2
Domestik
- ✳ Concordia Lounge

yogyakarta ✈

Kulon Progo

- ✳ Concordia Lounge

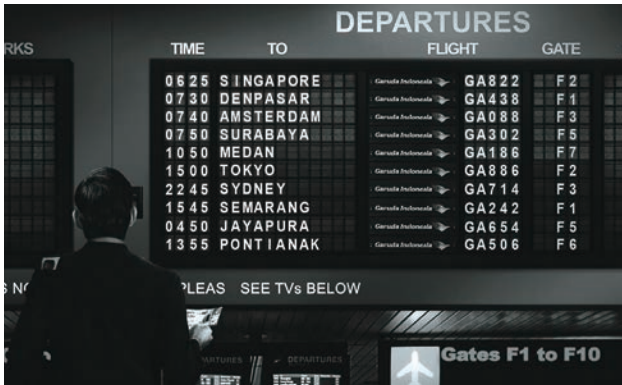


✈ Layanan Airport Executive Lounge&Merchant Bandara sudah beroperasi normal.

✈ Layanan Airport Executive Lounge&Merchant Bandara ditutup sementara terkait Covid-19.

Untuk bandar udara yang memiliki lebih dari 1 executive lounge/merchant bandara, Nasabah Prioritas/Private hanya dapat menggunakan 1 pilihan executive lounge/merchant bandara untuk setiap kali penerbangan.

airport premium assistance



- ◆ **Tangerang**
Terminal 3 Domestik Bandara Soekarno Hatta
- ◆ **Denpasar**
Terminal Domestik Bandara I Gusti Ngurah Rai
- ◆ **Surabaya**
Terminal 2 Domestik Bandara Juanda
- ◆ **Medan**
Terminal Domestik Bandara Kualanamu
- ◆ **Makassar**
Terminal Domestik Bandara Sultan Hasanuddin

airport vip transfer



- **Jakarta**
Dari dan menuju Bandar Udara Soekarno Hatta
- **Surabaya**
Dari dan menuju Bandar Udara Juanda
- **Denpasar**
Dari dan menuju Bandar Udara I Gusti Ngurah Rai
- **Medan**
Dari dan menuju Bandara Kualanamu
- **Singapura**
Dari dan menuju Bandara Changi

golf clinic



- └ **Jakarta.** Pondok Indah Golf Driving Range
- └ **Jakarta.** The Club Gading Mas Driving Range
- └ **Jakarta.** Damai Indah Golf-PIK Course
- └ **Bandung.** Parahyangan Golf Club
- └ **Surabaya.** Ciputra Golf Driving Range
- └ **Bali.** Bali National Golf Driving Range
- └ **Makassar.** Padivalley Golf Driving Range

BUMI UNTUK INDONESIA

mandiri
prioritas

diskon s.d. 30%*
dengan debit prioritas dan private



hingga 31 Desember 2022
*info: bmri.id/healthprivilege



MITA 08118414000 | mandiri.call 14000
www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri Terdaftar dan Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan
OK
Serta Merupakan Peserta Penjaminan LPS
LEMBAGA KEAMANAN DEPOSITAN

BUMN UNTUK INDONESIA

mandiri
prioritas

reward s.d. Rp20 jt*
member get member
nasabah prioritas dan private



hingga 31 Desember 2022
info: bmri.id/mgmwealth22

mandiri
24

MITA 08118414000 | mandiri call 14000
www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri Terdaftar dan
Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan



Serta Merupakan Peserta
Penjaminan LPS



BUMN UNTUK
INDONESIA

mandiri
prioritas

nikmati kemudahan
personal loan s.d.
Rp1 milyar*



Periode hingga 31 Desember 2022

*Info: bmri.id/ksmprioritas


G20
INDONESIA
2022

mandiri
24

 MITA 08118414000  mandiri call 14000
www.bankmandiri.co.id

Bank Mandiri Terdaftar dan
Diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan

 OK
Layanan
Keuangan

Serta Merupakan Peserta
Penjaminan LPS

 LPS
LEMBAGA
PENJAMIN
SIKAPAH