KONTEN

WORDS of The Week

EDI T.

Adrie Subono
Pendiri Java Musikindo

"Semua yang baru dimulai pasti terasa sulit. Saya bisa menjadi seperti ini setelah 15 tahun."

FOKUS 4

Bisnis.com
@Bisniscom
epaper.bisnis.com
www.bisnis.com

Siasat Bertahan Industri Musik

BISNIS/RAHMAN

Industri musik Indonesia mengalami pasang surut. Sempat mengalami masa puncak kejayaan ketika penjualan kaset Band Peterpan, Sheila On-7, dan Jamrud pada era 90-an bisa mencapai lebih dari 1 juta *copy*.
Namun, seiring dengan berjalannya waktu, prestasi itu nyaris tidak mungkin untuk digapai lagi. Pembajakan musik semakin menjadi-jadi dan telah menjadi bencana bagi perkembangan musik Tanah Air. Kerugian material dan nonmaterial akibat pembajakan pun terbilang sangat besar. Apa kiat pelaku musik Indonesia agar bisa bertahan?

GRIYA 15

Kaca Berpori untuk Hunian Hemat Energi

Isu mengenai bangunan ramah lingkungan bukan lagi hal baru dalam konteks laju industri properti saat ini. *Green property* tidaklah sekadar memperbanyak taman dan pepohonan, tetapi juga menyangkut desain. Lantas apa itu kaca berpori?

KULINER 21

Menu Sehat ala Harris Cafe

Menikmati menu makanan sehat, tentu banyak caranya. Di antaranya dengan menyeimbangkan gizi, protein hewani dan nabati serta zat besi. Bila cukup seimbang, makan dengan menu berkolesterol tinggi tak perlu terlalu dicemaskan, asalkan jangan terlalu sering dan berlebihan. Resto Cafe Harris Hotel Sunset Road, Bali, tampaknya bisa menjadi alternatif memilih sajian menu sehat.

Desain cover: Ilham Nesabana
Foto cover: *Antara*

AUTOVAGANZA 29

Mazda Biante, Ambisi Jadi Jawara

BISNIS/ANDHIKA ANGGORO WENING

Kehadiran Mazda Biante yang diluncurkan pada September 2012 di ajang Indonesia International Motor Show (IIMS) semakin memberikan banyak pilihan bagi penyuka mobil jenis *multi purpose vehicle*. Apa saja keunggulan dari fitur-fitur yang ditawarkan Biante sehingga Mazda Motor Indonesia begitu percaya diri bersaing dengan pemain lama Nissan All-New Serena maupun pendatang terbaru Toyota Nav1?

TRAVELLING 30

Kehangatan Hannover Weihnachtsmarkt

Natal dan Tahun Baru merupakan momen yang tidak biasa. Salah satu tempat yang dapat dijadikan tujuan wisata menjelang momen pergantian tahun itu adalah Hannover, Jerman. Setiap akhir Tahun, wisatawan akan disambut salju dan kemeriahan festival khas Jerman yakni *Weihnachts-markt*. Selain itu, jajanan di tempat ini menjadi surga tersendiri bagi penikmat kuliner.

Bisnis Indonesia

Pemimpin Umum: Dr. H. Sukamdani S. Gitosardjono. **Wakil Pemimpin Umum:** Ahmad Djauhar. **Pemimpin Perusahaan:** Soebronto Laras. **Wakil Pemimpin Perusahaan:** Haryadi B. Sukamdani. **Pemimpin Redaksi/Penanggungjawab:** Arif Budisusilo. **Wakil Pemimpin Redaksi:** Y. Bayu Widagdo.

Redaktur Pelaksana: Chamdan Purwoko, M. Rochmat Purboyo, Setyardi Widodo. **Kepala Desk Investigasi dan Liputan Khusus:** Abraham Runga Mali. **Kepala Bisnis Indonesia Online:** Lahyanto Nadie. **Kepala Jaringan Informasi Bisnis Indonesia:** Inria Zulfikar. **Kepala Indonesia Bisnis Daily:** Aprilian Hermawan

Pengembangan Redaksi: Linda Tangdialla, Gung Panggodo Supryanto, M. Syahran W. Lubis, Adhitya Noviardi, Hery Trianto, Eries Adlin,Djoni Edward, M Yunan Hilmi, Tri Dirgantara Pamenan, Hilda Sabri Sulistyo.

Redaktur: Afriyanto, Bastanul Siregar, Budi Prakarsa, Firman Hidranto, Firman Wibowo, Gajah Kusumo, Hery Lazuardi, Ismail Fahmi, Martin Sihombing, M. Sarwani, Rahayuningsih, Rustam Agus, Sutarno, Suwantin Oemar, Yeni H. Simanjuntak, Zufrizal.

Manajer Sekretariat Redaksi: Indyah Sutriningrum.

Asisten Redaktur: Andry T. Kurniady, Aprika Rani Hernanda, Arif Gunawan Sulistiyono, Bambang P. Jatmiko, Bambang Supriyanto, Fahmi Achmad, Hendra Wibawa, Lutfi Zaenudin, Maria Y. Benyamin, Moh. Fatkhul Maskur, Ratna Ariyanti, Roni Yunianto, Sylviana Pravita R.K.N., Taufik Wisastra, Tomy Sasangka, Yayan Indrayana, Yusran Yunus.

Staf Redaksi: Achmad Aris, Agust Supriadi, Ahmad Puja Rahman Altiar, Ana Noviani, Anggi Oktarinda, Anugerah Perkasa, Asep Dadan Muhanda, Berliana Elisabeth, Bunga Chitra Arum N., Demis Rizky Gosta, Dewi Andriani, Diena Lestari, Donald Banjarnahor, Edwina, Erwin Tambunan, Gita Arwana Cakti, Gloria Natalia D., Hendri T. Asworo, Herry Suhendra, Irvin Avriano, John A. Oktaveri, Lavinda, Linda Teti Silitonga, Mia Chitra Dinisari, M. Kholikul Alim, M. Tahir Saleh, M. Taufikul Basari, Mulia Ginting Munthe, Nurbaiti, Nurudin Abdullah, Rahmayulis Saleh, Reni Efita Hendry, R. Fitriana, Rika Novayanti, Sekti Dewi Mayestika, Sepudin, Siti Nuraisyah Dewi, Stefanus Arief Setiaji, Surya Mahendra Saputra, Vega Aulia Pradipta, Yusuf Waluyo Jati.
Fotografer: Dedi Gunawan, Endang Muchtar, Kelik Taryono, Yayus Yuswoprihanto.
Artistik: Husin Parapat, Ilham Nesabana, Radityo Eko Budi, Tutun Purnama.
Manajer Produksi: Andri Trisuda, **Asisten Manajer Tata Letak dan Setter:** A. Hamid Sihite, **Asisten Manajer Produksi Iklan dan QC:** Muhammad Furqon.
Ekonom/Kepala Bisnis Indonesia Intelligence Unit: Rofikoh Rokhim, **Manajer Dokumentasi:** Najmia Razak, **Asisten Manajer Dokumentasi:** Iin Solihin, **Manajer Data & Analisa:** Mardianah Noerdjali, **Asisten Manajer Data & Analisa:** Erlan Imran, **Editor Buku:** Rahmon Amri, **Manajer Bisnis Indonesia Consulting:** Super S. P. L. Tobing, **Analis:** Indra, Winarni, Ratu Lela Mamduhah.

Penerbit PT Jurnalindo Aksara Grafika

Presiden Direktur: Lulu Terianto
Direktur Produksi & Pengembangan Produk: Ahmad Djauhar
Direktur Pemasaran & Penjualan: Endy Subiantoro
Direktur Pemberitaan: Arif Budisusilo

GM Pemasaran: Hadi Gunowo, **Manajer Sirkulasi:** Werry Suhaimy, **Asisten Manajer Penjualan Iklan:** M. Rheza Adrian, **Asisten Manajer Traffick Iklan:** Dahriusalam, **Asisten Manajer Layanan Iklan:** Cita Kismayanti, **Asisten Manajer Penjualan Sirkulasi:** Erinto Hary Priono. **Asisten Manajer Layanan Sirkulasi:** Indah Swarni Lestari. **GM Pengembangan Usaha:** Asep Mh. Mulyana, **Asisten Manajer Pemasaran Media Digital:** Nur El Fathi.

ISSN 0215-2045. Surat izin: SK Menpen No; 017/SK/Menpen/SIUPP/A.7/1985, 4 Desember 1985, Anggota SPS No. 116/1985/11/A/2002, terbit 7 kali seminggu.

Kantor Pusat: Wisma Bisnis Indonesia, Lt. 5-8, Jl. KH Mas Mansyur No. 12A, Karet Tengsin, Tanah Abang, Jakarta Pusat 10220. Telepon: (021) 57901023 (hunting). **Faks. redaksi:** (021) 57901025, **Pemasaran:** (021) 57901024. **Perusahaan:** (021) 57901028. **Rekening bank:** PT Jurnalindo Aksara Grafika, BCA cab. Wisma Asia 084-303.757-4; PT Jurnalindo Aksara Grafika, Bank Mandiri cab. Wisma Bisnis Indonesia 121-009.009999-9; PT Jurnalindo Aksara Grafika, Bank BNI ($) cab. Kramat 10528868.

Tarif Iklan (Rp/mmk)

Umum		
Jenis Iklan	Hitam Putih	Berwarna
Display	36.000	52.000
Lap. Keuangan	23.000	36.000
Kolom*	28.000	–
Baris**	19.000	–
Advertorial	37.000	54.000
Creative Ad	47.000	69.000

*) Minimum 1 kolom x 50mm
**) Minimum 3 baris

Spesifikasi		
Jenis Iklan	Hitam Putih	Berwarna
Lowongan	20.000	34.000
Duka Cita	27.000	40.000
Kemitraan-Layanan Masyarakat-Politik	30.000	44.500
Pendidikan-Hotel/Cafe Seminar-Kasus Hukum-Lelang-Hari Besar	33.500	49.500

Harga Langganan (Rp/bulan)
Pulau Jawa : 117.000, Luar-Jawa : 117.000

Kantor Perwakilan

Bali: Samantha Ardiansyah (Koordinator), Ashari Purwo Adi. **Alamat:**Denpasar Grha Merdeka Corner No. 4-5 Jl. Merdeka-Dewi Madri Denpasar 80235-Bali Telp. 0361-233433, 0361-7446604, Fax. (0361) 222020.

Bandung: Hilman Hidayat (Manajer), Fajar Sidik. **Alamat:** Jl. Buah Batu No. 46B, Bandung 40261 Telp. (022) 7321627, 7321637, 7321698, Fax (022) 7321680.

Makassar: M. Noor Korompot (Manajer). **Alamat:** Indonesia Timur, Jl. Metro Tanjung Bunga Mall GTC Makassar GA-9 No. 16, Telp. (0411) 8114203 Fax: (0411) 8114253.

Balikpapan: Siti Munawaroh (Koordinator), Rachmad Subiyanto. **Alamat:** Balikpapan Superblock, Jl. Jend. Sudirman Stal Kuda Blok A/18, Balikpapan Telp. (0542) 7213507, Fax. (0542) 7213508.

Medan: Melvin A. Sebayang (Manajer), Erna Sari Ulina Girsang (Asisten Redaktur), Master Sihotang.

Alamat: Sumatra Utara, Kompleks Istana Bisnis Center, Medan Maimun Jl. Brigjend. Katamso No. 6, Medan, Telp. (061) 4554121/4553035 Fax: (061) 4553042.

Semarang: Rahmat Sujianto (Koordinator), Endot Brilliantono. **Alamat:** Jl. Sompok Baru No. 79 Semarang, Telp. (024) 8442852, Fax. (024) 8454527.

Surabaya: Galih Prakoso (Manajer), Wahyu Darmawan. **Alamat:** Jawa Timur, Jl. Raya Berbek No. 45 Sidoarjo, Tel. (031) 8673151, Fax. (031) 8678324.

Malang: A. Faisal Kurniawan (Koordinator). **Alamat:** Malang, Pertokoan Sarangan Jl. Sarangan No. 1 a Malang, Telp. (0341) 402727, (0341) 480630, Fax (0341) 402728.

Batam & Pekanbaru: Suyono Saputra (Manajer). **Alamat:** Batam, Kompleks Ruko Mahkota Raya Blok C No.8 Batam Centre - Batam Telp: (0778) 748 3156 / Fax (0778) 748 3154

Palembang: Irsad. **Alamat:** Jl. Demang Lebar Daun No. 01C, Palembang Telp. (0711) 444773, Fax. (0711) 444772.

Wartawan *Bisnis Indonesia* selalu dibekali tanda pengenal dan tidak diperkenankan menerima atau meminta imbalan apa pun dari nara sumber berkaitan dengan pemberitaan.

Pertanyaan, saran, kritik, dan komentar dapat disampaikan ke redaksi melalui:
bim@bisnis.co.id dan www.bisnis.com

Life, Music & Piracy

"Without music, life would be a mistake."
(Friedrich Nietzsche)

CHAMDAN PURWOKO
BISNIS INDONESIA

Bagi Friedrich Nietzsche, musik dianggap mampu memberikan kehidupan yang utuh sekaligus memposisikan manusia sebagai mahluk purna. Musik dan manusia tidak mungkin dipisahkan. Lewat musik, kecintaan pada kehidupan menjadi lebih utuh. Begitulah Nietzsche memaknai musik dalam hidup.

Friedrich Nietzsche (1844-1900) adalah seorang filsuf seniman asal Jerman. Dia juga ahli ilmu filologi yang meneliti teks-teks kuno. Dia telah banyak mengilhami seni modern Eropa pada awal abad ke-20.

Menurut dia, musik dapat menaklukkan apa yang disebut sebagai nihilisme (Überwindung der Nihilismus) atau kedatangan kekal yang sama, yang dalam terminologi Nietzsche: 'die Ewige Wiederkehr des Gleichen', yaitu siklus berulang-ulang dalam kehidupan tanpa makna yang berarti seperti datang dan perginya kegembiraan, duka, harapan, kenikmatan, kesakitan, kekhilafan, dan seterusnya.

Kini, kehidupan modern semakin mengonfirmasi apa yang dikatakan Friedrich Nietzsche. Musik telah menjadi kebutuhan dan bagian dari kehidupan manusia. Dan karenanya, musik menjadi industri raksasa yang menghasilkan miliaran dolar setiap tahun.

Kehadiran teknologi digital, termasuk Intenet, yang sekarang telah merasuki kehidupan manusia modern hingga ke area privat, membuat setiap orang seolah dimanjakan dalam memperoleh dan menikmati musik.

Namun, pada saat yang sama, teknologi juga membawa ancaman baru bagi kelangsungan musik itu sendiri. Lewat teknologi canggih ini, musik dapat diakses dengan mudah secara online, sekaligus dapat dengan mudah pula untuk mencurinya.

Pembajakan (*piracy*) musik telah menjadi virus mematikan bagi industri musik. Insan musik menjadi enggan berkreasi karena karyanya seolah tak dihargai. Pembajakan secara perlahan akan mematikan daya kreasi.

Meskipun, pembajakan tidak akan dapat membuat mati industri musik yang telah sedemikian meraksasa , pelanggaran hak cipta ini tetaplah menjadi ancaman paling serius. Sebab, hasil kreativitas apapun tidak akan berkembang baik jika dia tidak dihargai secara layak. Siapa yang mau berkarya tapi kemudian karyanya dicuri dengan begitu gampangnya?

Apalagi industri musik tidaklah berdiri sendiri. Di sana ada perusahaan rekaman, produser, penulis lirik, penata rekam, dan sebagainya yang sangat dirugikan oleh aksi pembajakan.

Dalam sebuah laporan yang dirilis Federasi Internasional Industri Fonografis memperkirakan 95% dari *download* musik dilakukan secara ilegal.

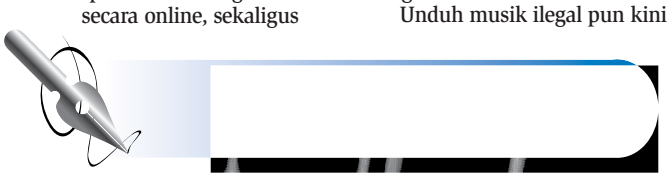
Unduh musik ilegal pun kini telah menjadi masalah global di mana Indonesia berada di urutan ke-43 sebagai negara yang paling banyak mengunduh lagu secara ilegal di kawasan Asia Pasifik. Urutan ini tidak seburuk Malaysia yang ada di urutan 35, Singapura 32 dan Filipina yang berada di 10 besar pengunduh musik secara ilegal. Data ini didasarkan pada laporan MusicMetric.

Namun, ini bukan berarti Indonesia berhasil melawan pembajakan. Sebab, penetrasi Internet di Indonesia hanya 22%, masih jauh dari Malaysia yang mencapai 62%, Singapura 77% dan Filipina 29%.

Harus diakui, Kementerian Komunikasi dan Informatika tidak tinggal diam. Kementerian ini telah memblokir sejumlah situs penyedia konten musik secara ilegal. Dirjen HAKI juga aktif merazia pusat perbelanjaan menjual produk bajakan.

Namun, semua itu sama sekali belum cukup. Perlu ada hukuman yang lebih keras untuk melawan pembajakan karena teknologi terus berkembang pesat yang menuntut penyesuaian atas peraturan hak cipta, seperti yang dilakukan Korea Selatan dan Jepang.

Di saat bersamaan, industri musik Indonesia juga harus memanfaatkan teknologi dan mencari cara-cara inovatif untuk melancarkan jalur distribusi agar karyanya semakin mudah diakses secara resmi. Sebab, masalah pembajakan juga terkait dengan keinginan orang untuk mengonsumsi musik secara mudah tanpa terlalu peduli sumbernya apakah legal atau ilegal. *(chamdan@bisnis.co.id)*



Lestarikan Tenun Sebagai Warisan Budaya

Untuk menjaga hasil warisan budaya Indonesia yang salah satunya adalah tenun, adalah sebuah langkah konkret yang harus dilakukan oleh pemerintah saat ini. Menurut pendapat saya pribadi, masih banyak hasil budaya Indonesia yang belum dipublikasikan ke dunia.

Melalui tenun, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, saya berharap dunia Internasional mengakui bahwa tenun merupakan milik Indonesia yang tidak boleh diakui oleh pihak manapun.

Berkaca dari pengalaman sebelumnya, banyak warisan budaya Indonesia yang diklaim bangsa lain. Maka dari itu, perlu sekali pemerintah Indonesia menjaga dan melestarikan budaya tersebut dengan mendaftarkannya secara langsung kepada UNESCO.

Begitu pula dengan para pelaku pengrajin tenun Indonesia, saya berharap sepenuhnya pada pemerintah untuk terus berupaya melakukan publikasi mengenai kain tenun ini, agar masyarakat Indonesia sepenuhnya cinta serta melestarikan budaya yang telah diwariskan oleh nenek moyang kita.

Vivi Siagian
Jl. Pesanggrahan Raya
Jakarta Barat

Industri Kreatif Kunci Pertumbuhan Ekonomi

Pertumbuhan ekonomi Indonesia memang bisa dikatakan positif peningkatannya, dalam hal ini sektor industri kreatif dan jasa memberikan sumbangsih terbesar bagi peningkatan perekonomian nasional.

Pendapat saya pemerintah memang perlu mendorong terus sektor industri kreatif ini, karena saya anggap peran dari sektor industri kreatif sangat baik bagi pertumbuhan perekonomian nasional kini. Jangan sampai nantinya industri kreatif tersebut justru diambil oleh negara lain.

Kesimpulannya, saya berkeyakinan pemerintah kita perlu mencari celah dan solusi tepat untuk terus lakukan kekuatan ekonomi nasional, agar dunia Internasional mengakui bahwa Indonesia kuat ekonominya.

Yunus Mulyono
Jalan Raya Mampang Prapatan
Jakarta Selatan

Siasat Bertahan Industri Musik

BISNIS/PAULUS TANDI BONE

Sukirno & Roberto Purba

Industri musik di Indonesia mengalami pasang surut. Sempat mengalami masa puncak kejayaan ketika penjualan kaset band Peterpan, Sheila On-7 dan Jamrud pada 90-an bisa mencapai lebih dari 1 juta copy.

Seiring berjalannya waktu, prestasi itu semakin sulit untuk digapai lagi. Pembajakan musik menjadi bencana bagi perkembangan musik Indonesia. Kerugian material dan nonmaterial akibat pembajakan terbilang sangat besar.

Pembajakan bukan hanya terjadi di konten fisik seperti *compact disc* (CD) dan kaset. Namun lebih parah lagi ketika sudah memasuki era digitalisasi. Penikmat musik bisa mengunduh secara gratis di berbagai situs Internet secara ilegal.

Ketua Asosiasi Industri Rekaman Indonesia (ASIRI) Marualam J. Hutahuruk mengungkapkan kerugian akibat pembajakan bisa mencapai Rp2 triliun setiap tahunnya. Jumlah itu dihitung dari rata-rata sebuah *website* diunduh sekitar 6 juta lagu ilegal per hari dan satu lagu dihargai Rp1.000. Kerugian material bisa mencapai Rp6 miliar per hari dari satu *website*.

ASIRI juga mencatat setidaknya terdapat 70 *website* di Indonesia yang menawarkan konten bajakan termasuk musik bajakan. Sebagai contoh, ada tiga website ilegal yang menyediakan konten musik bajakan a.l *Gudanglagu.com, Index-of-mp3.com* dan *4shared.com*.

Situs favorit ilegal *downloader* adalah *4shared.com* yang dikunjungi 7,5 juta pengunjung. Halaman *website* itu dibuka sebanyak 130 juta kali dan memfasilitasi pengunduhan ilegal sebanyak 65 juta kali. "Sekarang pembajakan digital sudah sangat memprihatinkan," ujar Marualam.

Data ASIRI menunjukkan penjualan musik secara fisik yang diberi stiker PPN terus menurun sejak 1996. Pada saat itu, stiker PPN penjualan musik secara fisik masih pada kisaran 70 juta -- 80 juta dan merosot hingga tersisa 10 juta -- 20 juta pada 2010.

Dinar Hidayat, gitaris band Seurieus menceritakan pengalaman pahit grupnya saat salah satu lagu yang baru saja direkam tetapi sudah beredar di pasaran. "Ternyata *bocor* [dibajak] padahal saat itu belum dapat label [rekaman]. Bahkan [lagu itu] juga sudah ada di tempat karaoke."

"Pembajakan itu bukan lagi karena kebutuhan ekonomi, tetapi lebih kepada *attitude*, kebiasaan. Tidak ada penghargaan untuk karya musisi. Sampai saat ini belum ada sistem yang bisa mengatasi pembajakan itu."

Menurutnya, salah satu upaya yang dilakukan musisi dan perusahaan rekaman adalah dengan menjual CD dalam bentuk sampul lunak (*soft pack*) dengan harga mencapai Rp10.000 per CD lebih murah dibandingkan dengan CD musik biasa berkisar antara Rp35.000—Rp50.000.

Personel Slank Abdee Negara menuturkan pembajakan sangat merugikan banyak pihak. Dampak secara langsung akibat pembajakan adalah menurunnya kreativitas musisi dalam bermusik.

"Dengan adanya pembajakan, otomatis keberanian untuk berinvestasi juga menurun. Karena tidak ada kepastian jumlah yang laku di pasaran."

Keyboardis band Kla Project Adi Adrian mengatakan penjualan CD di toko-toko kaset sekarang sudah sangat *drop*. "Tanpa dibajak saja sudah mati penjualan secara fisik."

Memang sempat muncul harapan baru dari konten nada sambung pribadi (*ring back tone*/RBT) yang mampu meraup 20juta-25 juta pelanggan sejak 2004 hingga 2011. Namun, sejak adanya Surat Edaran Badan Regulasi Telekomunikasi Indonesia (BRTI) No.177/BRTI/X/2011 tertanggal 18 Oktober 2011 bisnis RBT pun ambruk.

Bagi Adi, RBT hanya sebuah tren yang pada akhirnya harus kembali anjlok. Sekarang pelanggan RBT hanya tinggal 5%-10% saja dari sebelumnya. Pada masa jayanya pelanggan bisa mencapai 5 juta, saat ini hanya mampu meraup 100.000 pelanggan.

> "Ini [*event organizer*] merupakan salah satu upaya *record* label mengisi *revenue* yang hilang dari turunnya traffic pengguna RBT."

Musik Digital

Kini, secercah harapan muncul lewat *platform* Musik Legal. Gopal Utiarrachman, Direktur Utama PT Generasi Indonesia Digital mengatakan, *platform* Musik Legal menawarkan layanan beli putus, bukan otomatis diperpanjang, tetapi otomatis berhenti jika masa berlangganannya telah habis.

"Layanan berbasis *platform* ini otomatis berhenti sesuai dengan masa langganan yang dipilih, bisa sepekan, dua pekan, atau sebulan. Bukan otomatis perpanjang," ujarnya.

Musik Legal bisa diunduh secara gratis diberbagai sistem operasi ponsel pintar, seperti Google Play dan Blackberry Aplication World. *Platform* ini juga segera hadir di Nokia Store dan Apple Store pada akhir tahun ini.

Project Director of Services, Content, Applications and

Portal, Task Force Team Telkomsel, Gideon Edie Purnomo menilai para pengembang aplikasi, konten, dan penyedia *platform* melakukan gerakan untuk mengembalikan kepercayaan masyarakat terhadap layanan konten berbayar dan menyelamatkan kembali industri musik Tanah Air.

"Pada 2013 mendatang kontennya akan mengarah ke *rich content*, cara mendapatkannya berbeda. Konten-konten sederhana tidak akan berkembang, karena orang takut ditipu," ujarnya.

Anggota Badan Regulasi dan Telekomunikasi (BRTI) Nonot Harsono mengatakan pihaknya sangat mendukung perkembangan industri musik lokal dengan pemasaran melalui konten digital.

Bagi pelaku industri musik, terutama perusahaan label rekaman memang dituntut kreatif mempertahankan 'hidup'.

Music Editor Nokia Widi Asmoro mengatakan bila sekitar 2006 perusahaan label rekaman ramai-ramai membuat *artist management*, maka memasuki 2012 perusahaan rekaman menambah layanannya dengan membentuk *event organizer* (EO).

"Ini [*event organizer*] merupakan salah satu upaya *record label* mengisi *revenue* yang hilang dari turunnya *traffic* pengguna RBT. Dengan pengalaman sebelumnya sebagai *artist management*, tentunya bukan hal sulit untuk merambah ke dunia *event organizer*," ujarnya.

Sejauh ini, lanjut Widi sejumlah label rekaman yang membentuk *event organizer* di antaranya Trinity Optima, Sony Music, E-Motion, dan Musica Studio. Strategi ini cukup untuk mempertahankan kelangsungan industri musik di Tanah Air.

Hanny Handoko, Presiden Direktur PT Kreasi Cakrawala Utama (Keci Musik), perusahaan rekaman yang menaungi beberapa artis Tanah Air mengaku memiliki strategi khusus untuk mengatasi pembajakan.

Keci Musik berupaya untuk memperbanyak *outlet* yang bisa menjual CD artisnya. Menurutnya dibandingkan dengan karya original, karya bajakan memiliki dua keunggulan yaitu harga yang murah dan mudah didapatkan.

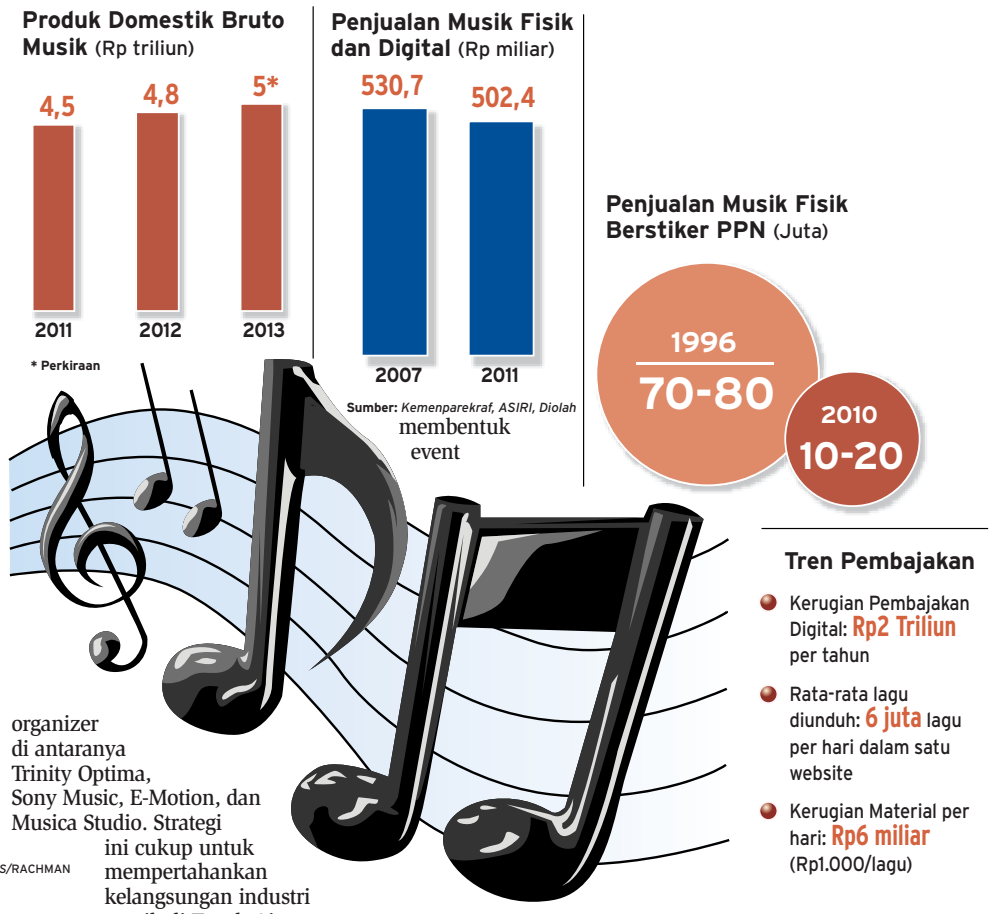
Sementara untuk karya original harus didapatkan di mal dan toko kaset yang tidak bisa menjangkau lebih banyak orang. Untuk itu Hanny membuat strategi memperbanyak jaringan penjualan sehingga bisa memerangi pembajakan. "Pertama kerja sama dengan KFC dan kedua kerja sama dengan Pertamina menjual di SPBU," ujarnya.

Kerja sama itu bersifat bagi hasil antara perusahaan rekaman dan pihak *fast food*. Mereka bisa menjadikan produknya *bundling* dengan CD artis di bawah naungan Keci Musik.

Namun sayang, Hanny tidak bersedia menyebutkan prosentase bagi hasil antara sebuah perusahaan rekaman dengan gerai *fast food*. Dia mengaku setiap gerai *fast food* tidak sama dalam pembagian keuntungannya.

"Indah Dewi Pertiwi adalah salah satu contoh sukses kami. Albumnya terjual sampai 2 juta *copy* dalam waktu 18 bulan saja. Itu penjualan tertinggi. Tahun ini ada beberapa yang hampir menyamai," tegasnya. **(Irvin Avriano A./Stefanus Arief S./Rahayuningsih)** *(redaksi@bisnis.co.id)*

Perjalanan Industri Musik di Dalam Negeri



BISNIS/RACHMAN

Jualan CD Lewat Gerai Waralaba

Sempat diolok-olok karena konsep jualan *compact disc* (CD) musik yang nyeleneh, menggandeng restoran waralaba ayam KFC, tidak membuat manajemen PT Fast Food Indonesia Tbk mundur untuk terus memasarkan produk akhir para pemusik tersebut.

Direktur Fast Food Indonesia Justinus D. Juwono mengatakan tidak hanya masyarakat, pemusik dan artis juga meragukan kerja sama tersebut. Namun, kini lihat, keraguan tersebut berbalik menjadi kunci sukses bahkan kini KFC mampu menjadi pilar penopang penjualan CD para musisi Indonesia.

Justinus membenarkan saat ini semakin banyak label rekaman yang meminta jasa mereka dalam kapasitasnya sebagai distributor hasil rekaman. Meskipun enggan menyebut angka secara detail, dia mengatakan sudah ratusan ribu keping rekaman yang berhasil mereka jual melalui gerai yang saat ini sudah merambah 100 kota di dalam negeri.

"Mereka [label rekaman] hanya titip jual, pokoknya ada persentasenya berdasarkan *fee* distribusi. Kami juga sedang berunding lagi supaya hasilnya [distribusi] lebih tinggi untuk kami," ujarnya tanpa ingin mengonfirmasi kisaran persentase dari harga jual tersebut.

Selain dari sisi penghasilan sebagai distributor, dia mengatakan penjualan CD juga mengangkat kedekatan KFC dengan kaum muda, gaya hidup, pecinta musik, sehingga semakin mentasbihkan hubungan dekat antara musik dengan *branding* mereka. "Di sisi lain, ada relasi dengan musik, karena kami menjual rekaman asli."

Menurut Justinus, pertumbuhan penjualan juga sangat bagus, tanpa menyebut jumlah detail. Dia juga mengatakan KFC masih terus memperluas jumlah artis yang CD-nya dipasarkan karena ternyata artis juga senang bekerja sama dengan KFC.

"Artis senang kerja sama, pembeli juga senang karena ada akses mudah [mendapatkan CD asli musisi. Kami inginnya kerja sama dengan artis yang sudah terkenal supaya penjualannya bagus."

Menjajal kerja sama dengan waralaba yang tersebar di seluruh Indonesia merupakan salah satu strategi agar bisa bertahan di industri musik. Selain KFC, kini gerai Indomaret dan Alfamart juga ikut memasarkan CD.

Contoh grup band yang telah memanfaatkan distribusi melalui Indomaret dan Alfamart adalah Kla Project yang bisa menjual hingga 100.000 keping.

Giat di marketing, musisipun harus jeli melihat peluang promosi lainnya yaitu dengan memanfaatkan program musik yang disiarkan oleh stasiun televisi swasta nasional di antaranya Inbox, Dahsyat, dan Derings. Agar musik hasil ciptaan para musisi dapat dengan mudah dan mengjangkau masyarakat luas dengan cepat. ■ **Irvin Avriano A.**

BISNIS

Semarak

Panggung Konser

BISNIS/ BURHAN ARIS NUGRAHA

Stefanus Arief S. & Roberto Purba

Industri musik Tanah Air tetap berdenyut, walaupun pembajakan tak terhindarkan. Kalangan musisi masih terus berkarya meski dengan berbagai hambatan. Saat menjual CD tidak lagi bisa diharapkan, menggelar konser menjadi pilihan berikutnya agar bisa bertahan.

Dari data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, pada tahun ini diperkirakan total pendapatan produk domestik bruto dari sektor musik kontributor terbesarnya masih dalam bentuk pertunjukan mencapai Rp4,8 triliun. Tahun depan, diperkirakan naik menjadi Rp5 triliun.

Di tengah persoalan pembajakan yang melanda industri musik Tanah Air, bisnis yang tetap mampu melaju dan tetap dinanti kiprahnya yakni para promotor musik. Dalam dua tahun terakhir, promotor musik di Indonesia berlomba-lomba mendatangkan artis papan atas dari luar negeri.

Menurut bos Java Musikindo Adrie Subono geliat industri musik Tanah Air pada 2013 tetap akan ramai dengan berbagai event tahunan yang digelar promotor musik maupun kedatangan artis top.

"Bisa dilihat tahun ini, industri musik kita cukup semarak. Tahun depan bakal jauh lebih ramai," ujarnya.

Kehadiran artis papan atas yang didatangkan promotor musik ini cukup untuk mengisi kekosongan atas kebutuhan pecinta musik. Meski kebanyakan artis yang didatangkan berasal dari luar negeri, kecintaan ini menunjukan industri musik Indonesia masih tetap berdenyut.

Walaupun tak sedikit label rekaman yang kini terjun berkecimpung di bisnis *event organizer* (EO) maupun promotor musik, kiprahnya masih cukup terbatas dibandingkan dengan pemain lama yang sudah mapan.

Sejak Adrie menggeluti bisnis promotor pada 1994. Perkembangan bisnis konser semakin pesat sejak 2-3 tahun lalu. Bagi promotor, jika mereka tidak menggelar konser tentu akan 'babak belur'.

Adrie memilih untuk mendatangkan musisi asing dibandingkan dengan menggelar konser musisi lokal. Dia berpendapat musisi asing tidak bisa setiap tahun datang ke Indonesia. Adapun musisi lokal bisa setiap hari tampil di televisi Indonesia.

Indonesia, lanjutnya, menjadi target artis dunia untuk menggelar konser. Pasalnya, kondisi keamanan cenderung lebih kondusif dibanding beberapa waktu silam. Perekonomian Indonesia juga bagus, membuat daya beli masyarakat meningkat.

"Semua jenis musik punya penggemar, K-Pop, rock, dan lainnya. Mereka punya pasar sendiri. Bahkan kemarin Shah Rukh Khan saja *sold out*. Pasarnya berarti masih besar banget," tegasnya.

Pada Desember 2012 saja tercatat beberapa konser besar musisi asing di Indonesia. Diantaranya Michael Learns to Rock, GaBLé, Secondhand Serenade, Shahrukh Khan, 2PM, Boyz II Men, Guns N'Roses, Sting, Adam Lambert dan Rick Price.

Pada 2013 sudah ada antrean musisi asing yang akan menggelar konser di Tanah Air. Diantaranya Weezer, The Stone Roses, Love Garage dan beberapa konser lainnya.

Pemilik Mahkota Promotion Raja Sapta Oktohari yang juga Ketua

> "Pasar Indonesia masih bagus. Rata-rata segmennya remaja dan remaja perempuan."

Umum Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (Hipmi) mengatakan potensi pasar konser musisi asing masih tinggi tahun depan. Pihaknya memastikan akan menggelar lima konser musisi asing pada 2013.

Dia memperkirakan terjadi peningkatan jumlah konser musisi asing di Indonesia tahun depan dibandingkan 2012. Saat ini para promotor sudah melakukan kontrak untuk menghadirkan musisi-musisi asing.

Hitungan kasarnya, pada setiap konser besar musisi asing promotor berpotensi meraup pendapatan mencapai US$1,5 juta. Dalam sebulan setidaknya terdapat dua konser musisi asing. Dalam setahun diperkirakan potensinya mencapai US$36 juta.

"Pasar Indonesia masih bagus. Rata-rata segmennya remaja dan remaja perempuan," ujarnya kepada *Bisnis*.

Menurutnya, persiapan untuk menggelar konser besar membutuhkan waktu sekitar empat bulan. Promotor mengeluarkan biaya operasional sebesar Rp2 miliar hingga Rp3 miliar untuk konser dengan harga tiket Rp1,5 juta hingga Rp5 juta.

Negara Tujuan

Wamen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar berani berargumen kalau Indonesia sudah menang dari Singapura dalam hal ini. "Indonesia sudah dilirik negara tetangga sebagai tuan rumah yang berhasil menyelenggarakan pertunjukan musik. Sekarang orang Singapura banyak yang menonton konser di Indonesia," ujarnya.

Juju Masunah, Direktur Pengembangan Seni Pertunjukan dan Industri Musik Kemenparekraf, mengatakan ada sejumlah terobosan untuk mengembangkan industri musik dalam negeri antara lain dengan menghidupkan beberapa jenis yang kurang berkembang.

Misalnya saja, agar lagu anak hidup kembali dibuat sejumlah pagelaran dan festival. Cara seperti ini juga dinilai efektif untuk jenis musik lainnya, seperti *world music*.

"Pemerintah sudah meluncurkan program Indonesia berdendang sebagai dorongan terhadap seni musik. Ini menjadi langkah awal agar industri ini terus menggeliat ke depannya," ujarnya.

Strategi lainnya adalah dengan membuat semacam festival berkelas internasional pada tahun depan. Tujuannya, agar gaung musik Indonesia bisa semakin mendunia. Ada pula program pemberian penghargaan sebagai insentif bagi pelaku industri musik Tanah Air.

Pemerintah juga berencana mengaktifkan kembali Hari Musik Indonesia untuk merangsang pertumbuhan musik Indonesia. Terkait dengan pembajakan karya musik, Kemenparekraf telah menggandeng Kementerian Hukum dan HAM dalam rangka sertifikasi Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI).

Ukus Kuswara, Sekjen Kemenparekraf, mengatakan kementeriannya tidak bisa bekerja sendiri terkait dengan permasalahan pembajakan dan HaKI.

Namun, Kemenparekraf mengaku terus menyosialisasikan pentingnya HaKI agar musisi Indonesia tidak dirugikan. Langkah perlindungan lainnya ialah menggandeng Kementerian Komunikasi dan Informasi untuk menertibkan musik digital ilegal.

"Intinya perlu koordinasi, karena permasalahannya cukup kompleks, dan ruang lingkupnya luas," ujarnya.

(Sukirno/Irvin Avriano A./Rahayuningsih)
(redaksi@bisnis.co.id)

BISNIS/ BURHAN ARIS NUGRAHA

'Musisi Jangan Jadi Epigon'

BISNIS

Ketika pembajakan membekap industri musik, banyak pihak yang pesimistis terhadap pertumbuhan bisnis itu baik dari kalangan musisi maupun masyarakat luas. Namun, tidak demikian dengan pengamat musik **Bens Leo**, yang berpendapat kondisi industri musik saat ini masih cukup bagus.

"Tidak bisa dibilang mati sama sekali, tidak kolaps sekali. Dulu film sempat benar-benar mati tahun 90-an, tetapi musik belum pernah separah itu. Tandanya, acara musik pagi itu semacam Inbox, Dahsyat, dan Derings yang sampai sekarang masih ramai."

Dia mengatakan musisi dalam negeri seharusnya tidak pesimistis dengan kondisi ramainya pembajakan. Di tengah sulitnya kondisi itu, menurutnya musisi harus terus mengembangkan bakat terutama dari keahlian dan kualitas di atas panggung yang berporsi terbesar dalam pemasaran dan pemasukan mereka.

Menurutnya, aksi panggung yang bagus tersebut bisa diwakili oleh tampilnya band Noah, yang diklaim menjadikan 2012 sebagai tahunnya mereka dari sisi keberhasilan di atas panggung. Ketika Ariel masih di penjara, tuturnya, musisi dan band belum dapat mengisi kekosongannya dan kemudian ketika Noah tampil, sudah susah dibendung lagi gaungnya.

Di sisi lain, artis yang menurutnya memiliki kualitas tinggi di atas panggung adalah Agnes Monica, SM*SH, Cherribelle dan pendatang baru Raysa. SM*SH, tuturnya, sudah mulai mengikuti gaya *boyband* asal Korsel bernama Big Bang, yang sudah manggung di Indonesia, sehingga memiliki gaya berbeda dari band lain serta membawakan lagu lawas yang diaransemen ulang.

Tahun depan, dia memprediksi akan menjadi tahunnya *live music* karena akan lebih ramai dibandingkan dengan tahun ini, baik musisi lokal maupun artis internasional.

Bens mengatakan musisi sekarang jangan hanya menjadi epigon atau plagiat, sehingga karakter musik dan suara juga harus kuat serta jangan terlalu ikut-ikutan dengan *boyband* biasa yang saat ini sudah mulai jenuh.

Lagu yang bagus dan aransemen alat musik yang kental dan dapat diidentifikasi dengan mudahnya oleh penikmat juga menjadi salah satu syarat untuk berhasilnya seorang penyanyi atau sebuah band di tengah masyarakat.

Berkarakter

Contoh lain pun disebut Bens, yaitu Wali yang punya karakter di lagu dan aransemen musik sehingga memiliki komunitas fans yang kuat dan mampu meluncurkan album yang berkualitas dan diburu terus sehingga bisa bertahan hingga sekarang. Untuk musisi lawas, dia mencontohkan Vina Panduwinata yang sekali keluar suaranya langsung dikenali.

Untuk penyanyi baru, dia mengatakan yang punya kualitas suara baik juga ada seperti Sandy Sandoro dan Cakra Khan. "Namun, mereka yang baru itu jangan hanya diberi *single*, minimal itu label membuatkan mini album yang punya 4—6 lagu dan berdurasi lama sehingga jadi senjata ketika manggung."

Untuk label rekaman, dia menyarankan agar tidak putus asa pada satu-dua album awal saja, tetapi mempertimbangkan investasi yang lebih panjang karena umumnya artis tenar setelah album ketiga, salah satunya Peter Pan.

Selain dukungan label rekaman, dia mengatakan penyanyi sekarang juga harus memiliki dukungan finansial yang bagus, promosi, serta manajemen pintar yang mengelola semuanya ketika artis sibuk menjual suara, sehingga dikelola secara lebih profesional.

"Contoh inovasi manajer itu bisa seperti Noah yang konser di lima negara lima benua untuk dapat nama ketika *re-launch* band mereka. Yang mikir siapa? Ariel? *Kan* tidak mungkin karena dia masih di dalam penjara."

Orisinalitas, tuturnya, juga bisa dilakukan dengan mengusung unsur nasional dan etnik, misalnya yang sudah dilakukan Iwa K dengan karakter Sunda dan Bondan & Fade to black yang sudah memadukan musik keroncong yang dinilai berhasil.

"Musisi jangan putus asa, jangan salahkan masyarakat. Masak dari 200 juta penduduk tidak ada yang suka dan ingin beli lagunya? Jangan lupakan juga *attitude musisi*, jangan *jelek-jelek banget* sehingga masuk penjara hingga berujung merugikan band dan pencitraan dirinya sendiri." ■ **Irvin Avriano A.**

Investasi Valas dengan Modal Cekak

BISNIS/RAHMATULLAH

STEFANUS ARIEF S.

"Investasi ini sangat menguntungkan dengan risiko tinggi, sehingga setiap investor atau *trader* harus memahami bisnis ini secara benar."

Kita kerap mendengar istilah valuta asing atau valas. Bagi sebagian kalangan, valas dapat dipakai sebagai salah satu instrumen investasi yang cukup menarik. Tak sedikit investor yang memilih valas sebagai portofolio investasinya.

Hanya saja, satu prinsip utama investasi yang tak pernah bisa ditinggalkan yakni *'high return, high risk'*. Investasi valas termasuk investasi yang berpotensi memberi keuntungan tinggi, tetapi memiliki risiko yang tinggi pula dalam menjalankan transaksinya.

Terdapat dua cara investasi valas yang banyak dikenal di masyarakat. *Pertama*, investor membeli fisik valas yang dikehendaki.

Sementara cara *kedua*, investor dapat pula membeli maupun menjual melalui kontrak berjangka. Konsep pembelian dan penjualan melalui kontrak berjangka sering dilakukan melalui perantara atau broker di perusahaan berjangka.

Praktisi investasi valas dari PT Monex Investindo Fachmi Jaidi mengatakan investasi valas atau yang biasa di sebut dengan forex merupakan cara lain berinvestasi atau berdagang valas, tanpa perlu memiliki fisik valasnya.

Setiap investor dapat melakukan kontrak pembelian maupun penjualan sebesar ukuran kontrak yang ditawarkan melalui perusahaan pialang berjangka atau broker yang dapat dipilih dengan memakai sistem satuan lot.

Raih Untung

Secara prinsip investasi valas secara fisik tidak ubahnya sistem jual beli pada umumnya. Kita membeli valas sebanyak yang diinginkan dengan target meraih *capital gain* lebih tinggi sesuai dengan jumlah pembelian.

Adapun pada kontrak berjangka, investor membeli maupun menjual dengan kontrak pembelian yang memakai sistem margin, sehingga investor berkesempatan membeli valas dalam jumlah banyak tetapi dengan modal yang relatif kecil.

"Perdagangan valas pada kontrak berjangka memakai sistem satuan lot. Setiap 1 lot memiliki jumlah 100.000 lembar mata uang yang akan dibeli maupun dijual," ujarnya.

Menurut Fachmi untuk pembelian 1 lot, investor tidak perlu mengeluarkan uang sebesar lembar yang akan dibeli. Investor cukup menyediakan dana 1% dari nilai kontrak valas yang akan dibeli atau dijual.

"Konsep perdagangan valas memakai sistem *leverage* atau biasa disebut dengan margin trading. Jangan lupa, investasi ini sangat menguntungkan dengan risiko tinggi, sehingga setiap investor atau *trader* harus memahami bisnis ini secara benar," ungkapnya.

Leverage memungkinkan seorang *trader* atau investor menggunakan sejumlah dana yang jauh lebih besar dari yang dimiliki. Fachmi mengibaratkan investor memperoleh pinjaman dari bank, dalam hal ini perusahaan pialang tempat bertransaksi.

Misalnya kita bertransaksi di perusahaan pialang yang memberi *leverage* 1 : 100, artinya investor mendapat pinjaman dari broker sebanyak 100 kali dari nilai deposit yang telah di setor oleh investor.

Besaran modal awal yang diperlukan untuk bertransaksi valas pada kontrak berjangka sebesar US$10.000. Lewat modal tersebut dan kesempatan *leverage*, investor sudah dapat melakukan pembelian maupun penjualan di pasar valas tersebut.

Selain perlu mengetahui tren pergerakan valas yang dibeli, seorang investor dalam bertransaksi melalui kontrak berjangka harus memahami prinsip dan aturan yang berlaku, terutama di perusahaan pialang tempat bertransaksi.

"Carilah perusahan pialang yang memliki izin resmi dari badan otoritas Indonesia. selain itu, perusahaan pialang perlu didukung support system yang kuat, seperti edukasi, dukungan riset, dan layanan yang tinggi," jelasnya.

Konsultan bisnis dan investasi Tessie Setiabudi menyatakan konsep investasi valas yakni *'buy low, sell high'*. Maka yang perlu dilakukan investor memantau kapan nilai tukar berada di titik rendah dan kapan berada di titik tertinggi. Selain itu, investasi valas dapat pula dilakukan dengan membuka rekening di bank yang menawarkan tabungan dalam bentuk mata uang asing. *(arief.setiaji@bisnis.co.id)*

Irvin Avriano A.

Selektif Memilih Asuransi Kendaraan

BISNIS/DEDI GUNAWAN

Berkendara tentu menjadi kebutuhan yang mutlak guna menunjang aktivitas keseharian. Tidak hanya mempermudah, berkendara juga memiliki risiko bagi penunggangnya. Guna meminimalisir risiko, salah satu cara yang dapat Anda lakukan adalah membeli asuransi kendaraan bermotor.

Senuadi Tandun, Direktur Eksekutif Financial Planner Association Indonesia (FPAI) yang juga praktisi perencana keuangan, mengatakan ada beberapa langkah yang perlu diperhatikan sebelum menentukan asuransi tertentu yang jasanya akan dimanfaatkan.

Pertama, sebaiknya Anda sebagai tertanggung asuransi mempertanyakan kepada calon asuransi yang ingin digunakan (penanggung) terkait dengan potensi adanya tipe mobil tertentu yang disoroti mereka.

Mengapa ada tipe mobil yang disoroti? Karena ternyata ada tipe mobil yang dinilai beberapa gelintir asuransi berisiko lebih tinggi dibandingkan dengan tipe lain.

Risiko lebih tinggi yang melekat itu, tuturnya, membuatnya dikenai tarif premi yang lebih tinggi dibandingkan dengan mobil tipe lain, atau bahkan di-*blacklist* sehingga tidak mungkin mendapat klaim jika terjadi sesuatu hal yang tidak diinginkan.

Kedua, ketika mengajukan asuransi tunjukkanlah nilai mobil yang sesuai harga pasar, jangan pernah mengakui harga pasar kendaraan Anda di bawah harga pasar dengan alasan apapun.

Biasanya, lanjut Senuadi, ada konsumen yang ingin memperkecil nilai premium (premi) yang harus dibayar rutin kepada perusahaan asuransi dengan cara menurunkan harga pasar yang di-declare ketika mengajukan polis asuransi.

Nah, niat itu yang harus dihindari karena perbedaan dari nilai pasar barang yang diasuransikan akan merugikan Anda sendiri.

Ketiga, lengkapi keterangan Anda di dalam polis dengan sebenar-benarnya secara faktual dan sejujur-jujurnya, sesuai dengan prinsip di dunia asuransi yaitu *utmost good faith*. Menurut Senuadi, ada kecenderungan dari tertanggung asuransi yang ingin menurunkan nilai premi yang harus dibayar dengan mengakui lain detail kendaraannya.

Contoh dari praktik itu adalah pemilik kendaraan yang menyatakan kegunaan mobilnya sebagai keperluan pribadi, padahal digunakan untuk keperluan niaga atau mungkin disewakan kembali.

"Risiko yang paling besar adalah ditolak sama sekali jika Anda mengklaim, karena perusahaan asuransi bisa mengatakan data awal yang Anda gunakan tidak sesuai dengan fakta."

Keempat, pelajari baik-baik fasilitas asuransi yang ingin Anda gunakan jasanya. Menurutnya, ada beberapa faktor yang patut diperhatikan calon pengguna asuransi.

Beberapa di antaranya adalah niat membantu yang besar terhadap berbagai kesulitan, mudahnya klaim dari perusahaan asuransi tersebut, masa tunggu klaim yang singkat, adanya fasilitas derek dan taksi selama masa tunggu klaim, banyaknya fasilitas mobil pengganti jika ada, dan banyaknya serta sebaran lokasi bengkel rekanan.

"Derek itu relatif mahal, karena keluar jalan tol saja bisa Rp500.000. Kadang kala juga ada yang tidak menyediakan sama sekali fasilitas yang kita inginkan, padahal konsumen siap membayar, itu yang perlu dicek lagi."

Kelima, konsumen perlu mempertanyakan jenis lingkup perlindungan (*coverage*) asuransi kendaraan bermotor. Ada dua jenis coverage, yaitu *comprehensive* dan *total loss* (TLO).

Pihak Ketiga

Comprehensive merupakan lingkup yang menanggung semua risiko, bahkan hingga *third party liabilities* (TPL) atau kewajiban kepada pihak ketiga yang terkena dampak risiko yang ditimbulkan Anda dan kendaraan.

Contoh TPL adalah kerugian yang harus diganti tertanggung jika mobilnya menabrak mobil lain, tembok, atau bahkan menabrak orang. Jumlah TPL juga dapat disesuaikan dengan kebutuhan Anda sendiri dan disesuaikan dengan premi yang harus dibayar rutin.

"Umumnya perusahaan asuransi menetapkan TPL sebesar Rp10 juta untuk asuransi mobil, tetapi idealnya ditambah lagi hingga Rp25 juta—Rp50 juta, menyiapkan opsi terburuk. Contoh opsi terburuk adalah menabrak mobil Mercedes-Benz atau bahkan mencelakai pejalan kaki."

Menurutnya, TPL penting sebagai tanggung jawab pengguna kendaraan yang saat ini kesadaran tersebut belum umum di Indonesia, padalah di negara lain TPL merupakan kewajiban dari setiap pemilik kendaraan.

Jenis lain adalah TLO. Asuransi jenis ini baru dapat memberikan klaim jika kerusakan mobil akibat sebuah kecelakaan sudah sampai 75%, ketika mobil sudah hampir tak dapat digunakan sama sekali.

Keenam, adalah selalu menyesuaikan polis dengan perkembangan atau kelengkapan mobil yang ditambahkan ke kendaraan sehingga jika terjadi klaim bisa ditanggung asuransi. Konteksnya adalah asesoris mobil yang nilainya bisa mencapai jutaan atau bahkan miliaran.

Ketujuh, pilih asuransi yang Anda sudah percaya atau memiliki rekanan atau bahkan saudara di dalamnya. Beberapa proses bisa sangat rumit jika asuransi yang Anda pilih ternyata doyan mengerjai tertanggungnya.

Namun, tutur Senuadi, bagaimana jika kecelakaan menimpa Anda sebagai korban? Ada beberapa langkah preventif yang harus dipertimbangkan sebelum mengambil keputusan.

Pertama, jika penabrak Anda meminta perjanjian *knock-for-knock* karena tahu Anda memilki asuransi sendiri (klaim masing-masing), jangan mau atau mintalah ganti rugi untuk menutupi uang muka perbaikan.

Hal itu terkait dengan kenaikan premi yang harus Anda bayar kepada perusahaan asuransi ketika memperbarui polis tahun berikutnya karena kecelakaan yang Anda alami dianggap risiko yang terealisasi.

Kedua, meskipun asuransi penabrak Anda memiliki fasilitas TPL, mintalah dana uang muka perbaikan karena biasanya setiap bengkel akan mengenakan uang muka meskipun sisanya dibayarkan asuransi. Biasanya bengkel akan meminta Rp200.000 untuk setiap perbaikan yang berkaitan dengan asuransi.

Ketiga, langsung klaim kecelakaan Anda dan jangan menunggu hingga terjadi kecelakaan yang lebih besar. Paling lama waktu klaim adalah dua hari setelah kejadian. Jika aksi klaim ditunda-tunda, perusahaan asuransi dapat mempermasalahkannya.

Secara umum, Senuadi mengatakan pentingnya asuransi kendaraan yang mutlak diperlukan bagi pemilik kendaraan dengan jumlah premi yang relatif terjangkau karena untuk mobil secara umum hanya 2%--3% dari harga pasar, lebih rendah bagi motor dan lebih tinggi bagi mobil mewah.

Namun, dia juga mengingatkan arti pentingnya risiko pada diri sendiri sebagai objek yang digunakan sehari-hari untuk mencari nafkah.

"Mengasuransikan motor dan mobil Anda dulu itu penting, tetapi lebih penting lagi mengasuransikan kesehatan Anda dan jiwa Anda. Ketika Anda sakit, motor ataupun mobil bisa hilang untuk mengobatinya, apalagi kalau sampai meninggal." Apa Anda masih berniat menunda mengajukan polis asuransi lagi?.

(irvin.avriano@bisnis.co.id)

> Pilih asuransi yang Anda sudah percaya atau memiliki rekanan atau bahkan saudara di dalamnya.

Monica Kumalasari

Bahagia Tanpa Syarat

BISNIS/HIDA SABRI SULISTYO

HILDA SABRI SULISTYO

Women in Red, julukan itu tepat bagi seorang Monica Kumalasari, pengusaha yang juga seorang *psychotherapist* dan *life coach*. Memasuki Minds and Soul (MS) Clinic miliknya di kawasan Pondok Indah, Jakarta Selatan, nuansa merah ada di mana-mana menghiasi peralatan kantor hingga interior ruangan.

Uniknya, dominasi warna itu tidak membuat mata merasa jenuh tetapi langsung dapat merasakan aura semangat yang ditimbulkan dari efek merah dan perpaduan warna lainnya yang ada sehingga tamu merasa nyaman berada di dalamnya.

"*Hallo* kenalkan ini bunda Monica. Apa kabar sayang? Sudah makan apa belum?" katanya menyambut dengan pertanyaan layaknya seorang ibu pada anaknya. Tamunya yang datang kali ini memang kategori remaja alias anak baru gede (ABG) yang mengalami kesulitan untuk berkomunikasi dengan orang tua dan guru-gurunya.

Direktur PT Monica Kumalasari Sejahtera yang menaungi MS Clinic dan MKS Resources *(Training & Assesement)* ini memberikan jasa *therapist* dan *life coach* bagi para klien, selain sebagai fasilitator bagi peserta *training-training* bisnis, keluarga, spiritual, sosial, kesehatan, kecantikan hingga pengembangan diri.

Ibu satu anak ini mengaku sangat menikmati profesinya saat ini karena klien yang ditanganinya mulai dari anak-anak hingga orang dewasa, kadang bahkan mencakup semua anggota dalam satu keluarga dengan persoalan beragam.

"Harus ada *passion* yang tinggi untuk terjun di bisnis ini karena bukan hanya jual-beli jasa, tapi menyangkut keikhlasan, komitmen hati dan kasih sayang," ujarnya membuka pembicaraan.

Menurut Monica, budaya umum yang terjadi di masyarakat kita selama ini adalah jika seseorang memiliki masalah dalam perilaku menyimpang, *mental disease, mental disorder*, maka mereka mengunjungi seorang psikolog, psikiater, atau mental therapist lainnya.

Bila seseorang memiliki masalah dalam suatu hubungan, maka biasanya mereka akan mencari seorang konselor, misalnya, konselor pernikahan yang akan memediasi kedua belah pihak hingga terciptanya hubungan yang lebih harmonis.

Terapi Diri

Bila membutuhkan saran dari seseorang yang dianggap ahli dalam bidang tertentu maka mereka akan memilih seorang konsultan. Misalnya, konsultan pendidikan, konsultan *human resources*. Belakangan merebak istilah baru dalam masyarakat terutama di kota besar, terutama jasa *business coaching and life coaching*.

"Sayangnya, masyarakat belum paham apa bedanya antara jasa konseling dengan *business coaching* dan *life coaching* ini sehingga bisa saja terkecoh dengan 'kemasan' dan tarif paket yang tinggi padahal baik pemberi dan pengguna jasa seharusnya punya *chemistry*, punya keterikatan batin, bukan terikat atau terjebak dengan harga paket," tutur wanita yang memiliki sertifikasi master NLP, *Time Line Therapy and master hypnotherapist* ini.

> Setiap hari saya tidak 'merasa' bekerja, tapi melakukan hal-hal yang justru memberikan kebahagian tanpa syarat.

BISNIS/HILDA SABRI SULISTYO

Nama : Monica Kumalasari
Tempat/tgl lahir : Jakarta, 26 Februari 1970
Hobi : Golf, Thai Boxing, Musik, Meniup Saxophone Player, Menulis, Membaca, dan Mengajar.

Karier:
- Pemilik Mind and Soul Clinic (Psychotherapy & Life Coaching Service)
- Direktur MKS Resources (Training & Assessment)
- Komisaris DIGIDOC (IT Services)

Monica mengatakan idealnya latar belakang pendidikan dan lisensi yang dimiliki akan menuntun *coach* membantu klien menolong diri sendiri dengan sumber daya yang dimiliki sehingga akhirnya menjadi pebisnis yang sukses.

"Kalau dulu jargonnya yang beredar adalah di balik seorang pria sukses terdapat wanita yang hebat. Maka kini bergeser menjadi di balik orang besar dan hebat pasti mereka memiliki seorang *coach*," katanya tersenyum.

Tidak berlebihan memang karena seorang *coach* akan membantu untuk menggali potensi yang terpendam pada diri seseorang dan membuatnya berdaya. Pada dasarnya, kata Monica, semua orang dilahirkan dengan keistimewaan masing-masing. Hanya saja, *mental block* menghalangi orang tersebut mendapatkan apa yang mereka inginkan.

"*Coach* akan membantu menghilangkan dan menemukan *mental block* tersebut dan kemudian membawanya pada titik tertentu yang mereka inginkan adalah baik itu dalam bidang pekerjaan, karir, perkawinan, pendidikan, kesehatan, dan spiritual," jelasnya.

Coach memiliki teknik yang membuat seseorang akhirnya menyadari faktor penghambat tersebut dan menghilangkannya. Dia mengaku hanya mengarahkan kliennya sesuai dengan maksud dan tujuan yang dianggap baik karena yang mengetahui kehebatan pada diri setiap manusia adalah diri mereka sendiri.

Menurut Monica, manusia punya *mental block* atau emosi negatif yakni marah, takut, sedih dan rasa bersalah. Setiap hari dalam kehidupan 24 jam, seseorang dalam aktivitasnya sehari-hari minimal akan bersinggungan dengan salah satu emosi negatif itu.

"Anak atau suami belum pulang sekolah atau pulang kantor saja kalau rasa takut mengemuka langsung *deh* timbul pikiran negatif. Si ibu takut anaknya kumpul-kumpul dulu dengan teman dan terlibat narkoba. Suami belum telepon muncul rasa takut jangan-jangan dia selingkuh," ujarnya

Disadari atau tidak oleh pelakunya, *mental block* semacam itu bisa menetap seumur hidup dalam diri bahkan oleh kromosom dalam darah karena emosi negatif itu bisa ditangkap dan diwariskan kepada anak dan cucu melalui DNA. Tidak heran kalau kakeknya kawin-cerai nanti di turunannya juga ada yang mewariskan perilaku seperti itu.

Menangani berbagai kasus di klinik membawanya pada satu slogan *"Being normal is common, but becoming upnormal is incredible.* Menjadi normal adalah umum, tetapi *upnormal* menjadi luar biasa!, kata penulis buku *Incredible Me, Change yourself before you change others*.

Untuk menjadi luar biasa, Monica mengajak klien mengenali dirinya sendiri dan berdamai dengan kekurangannya. Dia melatih mereka agar menjadi lebih bijaksana, tidak terjebak dalam kepalsuan dan ketidakjujuran sehingga mampu mengoptimalkan potensi luar biasa dalam diri. "Setiap hari saya tidak 'merasa' bekerja, tapi melakukan hal-hal yang justru memberikan kebahagian tanpa syarat. Oleh karena itu, saya selalu bersemangat melakukan berbagai aktivitas," tandasnya.

(hilda.sabri@bisnis.co.id)

Melayani dan Siap Berbagi

Membagi waktu dengan cermat harus dilakukan Monica dalam kesehariannya. Namun, dia masih sempat menyalurkan hobi olahraga golf dan Thai boxing. Lain waktu dia berlatih *saxophone* atau memenuhi panggilan jiwa untuk berbagi tenaga dan pikiran dengan melakukan pelayanan masyarakat. Anggota biro psikologis untuk penanggulangan anak dan wanita di Pemda Tangerang Selatan ini juga menjadi konsultan kesehatan mental di sejumlah yayasan dan panti asuhan.

Terjun ke berbagai kegiatan sosial membuatnya hidup bahagia tanpa syarat. Hal ini juga yang menjadi motto hidup karena Monica tidak mau merasa terpasung. Banyak orang menetapkan syarat untuk bisa menjadi bahagia, padahal bahagia adalah kondisi yang ada di dalam diri kita, kitalah yang akan mengijinkan diri kita bahagia, apapun kondisinya, ujarnya.

"Coba bayangkan kalau seorang ibu menetapkan syarat untuk bisa menjadi bahagia, maka suami harus romantis, anak-anak harus sehat dan pintar, mertua tidak merepotkan dan ramah, dan sejuta syarat lain yang harus terjadi dahulu, kapan bahagianya? " ungkap Monica.

Kalau masih menggantungkan kebahagiaan pada hal-hal di luar diri kita, betapa menderitanya hidup ini. Terlalu lelah rasanya untuk mengharapkan hal-hal di luar diri kita berubah terlebih dahulu baru kemudian kita bisa bahagia, tambahnya.

Menerapkan nilai-nilai kehidupan baginya adalah hal penting terutama keluarga sebagai prioritas utama. Karena perubahan apapun yang diinginkan harus dimulai dari keluarga terlebih dahulu.

"Saya ingin kehadiran dimuka bumi ini memberi manfaat bagi orang lain dan saya percaya hukum-hukum universal yang mengatur kehidupan kita, ketulusan hati memberi manfaat bagi kehidupan orang lain dan mendatangkan kebahagiaan yang luar biasa," urainya.

Selain menjaga hidupnya sejahtera sebagai modal di dunia maupun di akhirat, dia juga ingin selalu berilmu, maksudnya bukan melulu ilmu formal tapi dapat memaknai setiap peristiwa dan menggali pengetahuan tentang kebesaran Tuhan.

"Semakin banyak ilmu yang kita miliki, semakin kita jauh dari sikap menghakimi sesama dan semakin banyak memahami ilmu kehidupan, kita akan semakin bersyukur atas semua hal yang diberikan sang Khalik,"

Diujung pertemuan, Monica wanti-wanti bahwa yang harus diyakini terlebih dahulu adalah Tuhan mengatur segalanya dengan baik. Rencana-Nya kadang tidak sama dengan rencana yang diharapkan manusia. Dengan pemahaman ini, maka manusia diharapkan semakin mudah untuk menjadi bahagia. ■ HILDA SABRI SULISTYO

Quo Vadis CSR di Indonesia?

M. Ari Margiono
Faculty Member,
Binus Business School

Jika ditilik, wacana seputar *corporate social responsibility* (CSR) beberapa tahun belakangan ini diwarnai dengan gonjang ganjing seputar regulasi CSR di Indonesia. Sebagai satu-satunya negara di dunia yang mewajibkan setiap perusahaan untuk memiliki aspek CSR, Indonesia menjadi unik karena negara tidak lagi melihat CSR sebagai suatu hal yang sifatnya sukarela (*voluntary*), tetapi menjadi sebuah kewajiban.

Sepintas lalu, kewajiban perusahaan—yang dituangkan dalam Undang-Undang dan Peraturan Pemerintah—untuk melakukan CSR memang baik. Para guru ilmu manajemen, seperti Michael Porter (2011), sudah memberikan paparan yang sangat baik seputar relevansi CSR - yang disebutnya sebagai Creating Shard Value - untuk strategi perusahaan.

Beberapa kajian lain, seperti yang dilansir oleh Lou dan Du (2012), menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan CSR jauh lebih kompetitif karena ia lebih inovatif. Hal ini disebabkan CSR mendorong perusahaan untuk selalu melakukan transaksi pengetahuan dengan pihak ketiga.

Inilah yang mendorong inovasi. Malah, semua pandangan tentang CSR ini nampaknya berinduk pada *Stakeholder Theory* yang pernah dikemukakan oleh Edward Freeman (1980). Ia tidak mengedepankan konsep CSR, tapi lebih menegaskan pentingnya perusahaan untuk berinteraksi secara positif dengan stakeholdernya.

Di dunia internasional, regulasi atas CSR dilakukan melalui rezim pelaporan aktivitas CSR yang dilakukan perusahaan. International Standard Organization (ISO) pun baru-baru ini mengeluarkan ISO 26000 yang dipergunakan sebagai panduan, bukan sertifikasi, untuk tanggung jawab sosial organisasi.

Rezim pelaporan CSR pun kini semakin ketat, misalnya melalui evolusi GRI yang mensyaratkan aspek-aspek yang dilaporkan, dengan kriteria yang cukup *rigor*. Mengadopsi aturan pelaporan, maka sebuah perusahaan dapat menyampaikan aspek sosial yang telah dilakukannya. Karena filosofinya CSR adalah hal yang sifatnya *voluntary,* maka standar pelaporan jadi lebih disukai.

Implementasi CSR menjadi urusan masing-masing perusahaan. Ini pun masuk akal, karena setiap perusahaan pasti melakukan *alignment* antara aktivitas sosial dan lingkungan hidup dengan strategi perusahaannya agar ia lebih kompetitif.

Rezim pelaporan menjembatani kebutuhan regulasi dengan semangat *voluntary* dari sebuah aktivitas CSR. Rasche (2011) menyebutkan bahwa walaupun regulasi ini memiliki pedoman dan panduan yang sangat jelas, pada akhirnya pemaknaan secara kontekstual atas aturan-aturan tersebut yang kemudian memberikan konten atas pelaporan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Artinya, ada ruang yang cukup luas bagi masing-masing perusahaan untuk menyesuaikan CSR secara kontekstual dengan strategi dan kepentingan dari masing-masing perusahaan.

Berbeda dengan kelaziman di dunia internasional, semangat regulasi seputar CSR di Indonesia berorientasi kepada proses, bukan keluaran dari *corporate action* yang dicerminkan dalam pelaporan rutin kepada pemangku kepentingan yang dilakukan setiap tahun. Pada pasal 74 UU No. 40/2007 disebutkan bahwa perusahaan wajib *melaksanakan* tanggung jawab sosial dan lingkungan, dan wajib untuk *menganggarkan* dan memperhitungkan hal ini menjadi biaya perusahaan.

Pengaturan lebih lanjutnya dalam Peraturan Pemerintah pun bernada sama. Regulasi CSR di ranah lainnya, seperti dalam UU No. 25/2007 tentang Penanaman Modal juga serupa. Perusahaan diwajibkan untuk melaksanakan, bukan melaporkan, tanggung jawab sosial. Bahkan, Peraturan Menteri BUMN No. 4/2007 menjabarkan secara detail tentang besaran dana yang harus dialokasikan, termasuk tata cara untuk menyelenggarakan CSR.

Formulasi yang demikian membawa masalah inheren, karena regulasi yang berorientasi pada proses, seringkali publik dan praktisi menjadi kehilangan fokus dari apa yang sesungguhnya menjadi filosofi mendasar dari CSR.

Mereduksi Fokus

Orientasi pada proses mereduksi fokus menjadi tarik ulur antara pihak ketiga (pemerintah dan organisasi) dengan perusahaan seputar besaran dana (atau kontribusi) yang harus dialokasikan oleh perusahaan.

Padahal, CSR—melalui definisi yang diusung oleh Porter dan Kramer (2011)—berarti mendorong perusahaan untuk mengembangkan strategi yang mengedepankan interaksi positif antara masyarakat dan bisnis.

Hal itu berarti, perusahaan memiliki peran yang strategis untuk memperbesar kue kekayaan *(wealth cake)* di masyarakat. Melalui aktivitasnya, perusahaan akan dapat membantu sebuah komunitas untuk secara bersama-sama meningkatkan pendapatannya. Ini berbeda dengan logika distribusi kekayaan (*wealth distribution)* yang lazim dipahami masyarakat dan para pembuat kebijakan, dan nampaknya yang menjadi semangat di belakang penyusunan berbagai regulasi tentang CSR yang berorientasi proses.

Aspek distribusi kekayaan (*wealth distribution*) sebetulnya sudah dilakukan oleh perusahaan melalui pembayaran pajak secara rutin setiap tahunnya. Oleh karena itu, regulasi CSR yang dilandasi oleh semangat distribusi kekayaan akan menjadi tumpang tindih dengan peraturan perpajakan.

Akibatnya, terjadi *double taxation*. Ini belum ditambah dengan ongkos yang muncul dari transaksi informal akibat dari tidak efisiennya birokrasi. Pada akhirnya, masyarakat yang akan dirugikan karena harga-harga barang yang menjadi semakin mahal.

Belakangan ini, malah muncul hal-hal yang mengkhawatirkan di berbagai daerah. Saat ini tengah terjadi replikasi regulasi tentang CSR di tingkat propinsi, kabupaten, dan kota, melalui 'perda CSR'. Ada beberapa model yang mendapat tentangan dari para pelaku bisnis. Misalnya, semangat untuk mengumpulkan dana CSR di tangan pemerintah setempat sebagai dana pembangunan nonbujeter. Atau, koordinasi penggunaan dana CSR berdasarkan agenda pembangunan dari Bupati atau Gubernur.

Hal-hal inheren ini bukan berarti tidak bisa diubah, tetapi perlu ada kemauan dari semua pihak, terutama para pihak pembuat kebijakan, untuk kembali merenungkan filosofi dan makna dari CSR yang sesungguhnya, yaitu sebagai bagian dari strategi perusahaan untuk mengambil bagian dalam pembangunan dengan memperbesar kue kekayaan (*wealth cake*) masyarakat melalui aktivitasnya.

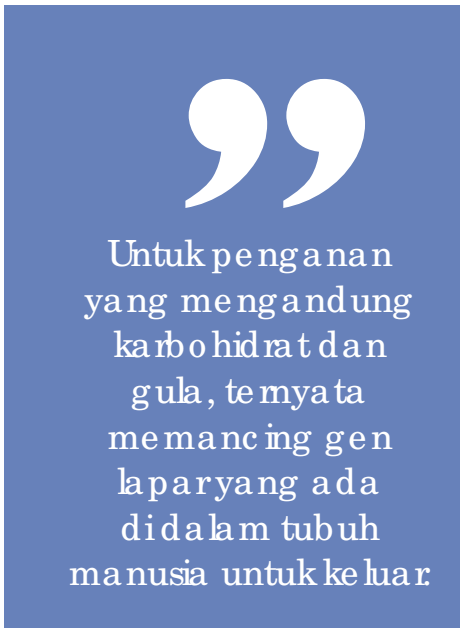
CSR tidak lagi seharusnya dipandang sebagai bentuk 'tanggung jawab' atas kesalahan-kesalahan perusahaan atau bahkan secara ekstrem dilihat sebagai sumber dana tambahan untuk pembangunan. Ia harus menjadi darah daging dari model bisnis perusahaan.

Oleh karena itu, kiranya tepat jika para pelaku dan pemangku kepentingan CSR untuk duduk bersama dan kembali merumuskan makna CSR—atau lebih besar lagi, peran sektor swasta—untuk pengentasan kemiskinan dan perlindungan lingkungan hidup di Indonesia. Forum seperti ini diharapkan dapat menjadi awal untuk 'mengembalikan' wacana dan praktek CSR di Indonesia kembali pada tempatnya.

BISNIS/ILHAM NESABANA

Regulasi CSR yang dilandasi oleh semangat distribusi kekayaan akan menjadi tumpang tindih dengan peraturan

Waspadai Obesitas Sejak Dini



BLOOMBERG

Irvin Avriano A.

Dua keponakannya yang gemuk mungkin *unyu-unyu* bagi Donna Agnesia. Namun, testimoni istri Darius Sinathrya itu membawanya pada fakta bahwa keluarganya itu harus berdiet karena memiliki potensi obesitas. Hal yang serupa juga terjadi pada umumnya anak lain di sekolah atau *mall*, tanpa ada perhatian khusus.

Diabetes dan obesitas mungkinkah terjadi pada anak-anak? Ternyata bisa *loh*.

Kekhawatiran itu mengemuka terutama di tengah masa keemasan ekonomi Indonesia yang sedang mengangkat kemampuan masyarakat untuk berbelanja, dan tentunya untuk membeli makanan.

Salah satunya adalah Dokter Spesialis Anak Endokrin Fakultas Kedokteran Universitas Indonesia (FKUI) Aman Bhakti Pulungan, yang menemukan fakta bahwa ada kecenderungan bahaya diabet tidak diperdulikan oleh masyarakat secara umum. Ketidakperdulian itu biasanya karena masyarakat mengacu pada umur dampak serius yang mungkin terjadi.

"Selama ini diabetes tidak dipedulikan, padahal sudah menjadi ancaman bagi semua orang di semua umur," ujarnya dalam sebuah seminar tentang Asupan Gula Berlebih dapat Mengganggu Konsentrasi dan Kesehatan Anak.

Padahal, lanjutnya, kondisi obesitas, intoleransi glukosa, dan hipertensi sudah menjadi penyebab kematian yang serius. Dia menuturkan ancaman penyakit yang mengintai tersebut disebabkan oleh salah satu kegiatan remeh padahal rutin harian, yang ternyata bisa menyebabkan kecanduan: makan, seperti halnya zat aditif berbahaya lain seperti napza.

Menurutnya, kegiatan makan, khususnya untuk penganan yang mengandung karbohidrat dan gula, ternyata memancing gen lapar yang ada di dalam tubuh manusia untuk keluar.

Kebanyakan makan yang menjurus pada gangguan makan itu, tuturnya, bisa diperparah oleh bermacam-macam kondisi lain, misalnya, depresi, tidak percaya diri, atau gangguan pola makan yang lebih gawat.

Menurut Aman, sejak kecil anak-anak pun sudah memikul potensi kegemukan dan diabetes. Kebiasaan berlebihan mengonsumsi gula dalam bentuk apapun, tuturnya, umum terjadi sekarang ini di tengah kondisi zaman sekarang yang banyak terdapat jenis penganan manis dan kebiasaan di rumah yang disediakan makanan kecil, bukan buah.

Potensi diabetes, lanjutnya, bahkan dapat terjadi sejak anak di kandungan, sehingga ibunya juga harus membawa kebiasaan makan yang baik dan tidak berlebihan sejak hamil.

Fenomena Jam 11

Terlebih, lanjutnya, ada kecenderungan anak-anak sekarang memiliki kebiasaan ngemil pada jam-jam tertentu, salah satunya di jam 10.00—11.00 siang, yang dia namakan 'fenomena jam 11'. Dia menuturkan kebiasaan itu sudah diperhatikan pada beberapa anak yang menunjukkan bahwa pola mengudap itu diawali dengan kebiasaan jam istirahat di sekolah.

"Jika di rumah tidak sarapan, maka di sekolah pada jam demikian anak-anak akan langsung makan siang, dan jam 12.00 akan makan siang lagi, dan sore akan makan siang lagi."

Menurutnya, pola makan tidak teratur itu akan membuat asupan kalori ke dalam tubuh anak akan berlebihan, padahal seharusnya anak umur 5 —10 tahun idealnya mengonsumsi 1.500 kalori per hari.

Tjhin Wiguna, dokter spesialis jiwa anak FKUI, dalam kesempatan yang sama mengatakan bahwa beberapa kebiasaan buruk di sekitar aktivitas makan menjadi pendukung obesitas pada anak, meskipun masyarakat umum tidak menganggapnya serius.

Menurutnya, makan pagi atau sarapan yang cukup itu penting bagi anak-anak. Asupan gizi dan tenaga yang seimbang di pagi hari, tuturnya, dapat membuat 'fenomena jam 11' si anak tidak akan diisi dengan makan siang dalam porsi banyak dan berat, tetapi hanya *snack* dalam jumlah kecil.

Contoh kebiasaan buruk lain yang dicontohkan Tjhin adalah menyatukan makan dengan nonton televisi.

"Kebiasaan itu akan menjadi kenikmatan tersendiri bagi anak padahal awalnya hanya makan sambil nonton televisi. Nantinya akan terbalik menjadi: setiap nonton TV harus sambil makan, akhirnya asupan makanan menjadi berlebihan di luar waktu makan."

Dia juga mengingatkan bahwa kelebihan atau kekurangan kadar *glycemix index* (GI/kemampuan naiknya gula darah setelah mengonsumsi makanan tertentu) dapat memengaruhi konsentrasi anak belajar.

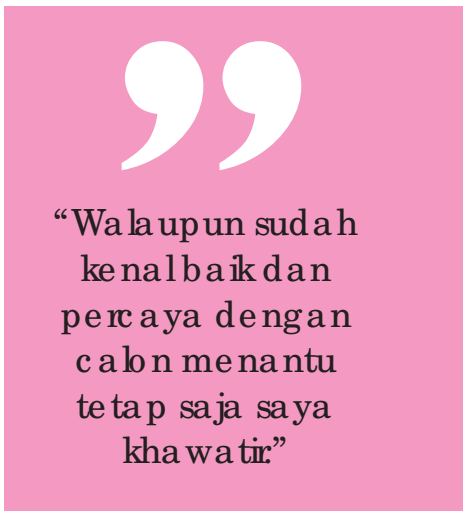
Perubahan kebiasaan makan di depan televisi atau mengubah isi menu makanan si kecil, tuturnya, dapat dilakukan dengan beberapa cara. *Pertama*, dengan mengurangi porsi dengan persentase normal yaitu jangan lebih dari 25%. *Kedua,* dengan mengganti kandungan gula dalam susu atau makanan dengan pola filtrasi (mencampur sedikit-sedikit) dengan persentase 25% juga.

Muliaman Mansyur, Medical Marketing Manager Fonterra Brands Indonesia sebagai produsen Anmum, mengatakan satu tips yang paling ampuh yaitu memberikan susu yang rendah gula kepada anak. Menurutnya susu merupakan makanan-minuman sumber gula tambahan terbesar bagi anak. Masih tidak perduli anak yang gemuk? *(redaksi@bisnis.co.id)*

Tip Mencegah Obesitas pada Anak

- Jangan ragu untuk mengakui telah memberikan pola makan yang salah pada anak.
- Biasakan memberikan makanan yang tidak hanya asal kenyang, tetapi juga perhatikan kalori dan gizinya.
- Jadikan pola makan diri sendiri untuk contoh anak.
- Makan buah setidaknya lima kali sehari.
- Menonton televisi dan main *game* dibatasi 2 jam sehari.
- Waktu aktif per hari selama 1 jam, dan 20 menit sebanyak 3 kali per pekan ada olahraga rutin.
- Seminimal minum minuman dengan gula. Biasakan minum air putih tanpa gula.

Sumber: *Wawancara, diolah*



BLOOMBERG

Akrab dengan *Calon Mantu*

SWITZY SABANDAR
JIBI

Tidak dipungkiri, melepas anak ke pelaminan memberi perasaan yang lain daripada biasanya bagi orangtua. Di satu sisi, muncul perasaan senang karena berhasil mengantarkan sang buah hati yang diasuh sejak kecil naik ke level berikutnya. Akan tetapi, tak jarang muncul kegelisahan di hati para orangtua yang mengetahui anaknya akan melepas masa lajang.

Sebenarnya, perasaan yang berkecamuk bisa dimaklumi sebagai bagian dari proses. Ketakutan yang dihadapi berkisar pada 'apakah kelak anak saya akan bahagia dengan pasangannya' atau 'apakah menantu dapat menyayangi anak saya seperti saya mencurahkan kasih sayang'.

Hal ini wajar mengingat anak yang telah dididik sejak kanak-kanak hingga dewasa akan 'lepas' dan membentuk keluarga baru. Lantas, bagaimana para orangtua menyikapi perasaan tersebut?

Marini, 63, mengaku senang ketika setahun lalu anak perempuannya memutuskan untuk mengakhiri masa lajang. Pasalnya, anak perempuannya tersebut memiliki sifat keras dan sempat pula dia berpikir anaknya enggan untuk berumah tangga.

"Anak saya menikah di usia 33 tahun, sebelumnya lumayan membuat saya deg-degan dia akan tetap melajang," tutur pensiunan PNS ini beberapa waktu lalu.

Kendati demikian, dia tidak menampik ada kekhawatiran saat melepas putri bungsunya tersebut mengingat laki-laki yang menjadi menantunya baru menjalin hubungan sekitar 1 tahun dengan anaknya. ibu dari tiga anak ini berusaha meyakinkan diri dengan banyak berdoa serta berbicara dari hati ke hati dengan anaknya.

Sempat pula dia mengajak calon menantu serta anaknya pergi makan malam bersama hanya untuk lebih dekat dengan pasangan anaknya. "Saya juga menanyakan kepada menantu saya apakah dia sungguh-sungguh menyayangi anak saya," kenang perempuan yang berdomisili di Ngemplak, Sleman ini.

Sekalipun sudah menghadapi pernikahan anak pertama dan keduanya, perempuan kelahiran Temanggung ini tetap merasa cemas mengingat kali ini yang menikah adalah anak perempuan satu-satunya.

Menurut Marini, lumrah bagi orangtua merasa khawatir jika anaknya akan menikah, sehingga perlu memastikan menantunya adalah sosok yang baik dan mampu memberikan kasih sayang seperti dia mencintai anak-anaknya. Dengan mengenal calon menantu lebih dekat, dirasanya menjadi cara yang mujarab untuk mengatasi kekhawatirannya.

Hal senada juga dirasakan Bambang Prasetyo, 50, saat mengetahui anak sulungnya akan menikah dengan laki-laki yang sudah dipacarinya selama empat tahun. "Walaupun sudah kenal baik dan percaya dengan calon menantu tetap saja saya khawatir," ungkap laki-laki yang sehari-hari bekerja sebagai pegawai swasta ini.

Kenali Karakter

Namun, dia tidak kehilangan akal, yakni dengan menunda waktu pernikahan hampir 1 tahun sejak lamaran diterima. Dengan berjalannya waktu, dia akan bisa melihat bagaimana karakter calon menantunya terutama di saat-saat krisis.

Baginya, menjelang pernikahan banyak sekali cobaan sehingga dianggap sebagai waktu yang tepat untuk melihat karakter asli seseorang dalam menghadapi persoalan. "Dan ternyata, saya menjadi yakin anak saya tidak salah pilih," ujarnya.

Bapak dari dua anak ini bercerita, menantunya pernah mengantarkan ia periksa ke dokter padahal ketika itu sang menantu harus bertemu dengan klien untuk urusan pekerjaan.

Namun, ternyata ia juga sayang dengan keluarga anak saya dan tidak segan mengorbankan waktunya.

Melepas anak menikah memang tidak mudah. Pada umumnya, kekhawatiran orangtua muncul ketika merasa anak mereka akan membagi perhatian dan membuat orangtua merasa *insecure* atau tidak aman.

Terlebih, jika anak yang telah dididik dan dibesarkan memiliki pekerjaan yang mapan dan status sosial yang lebih baik ketimbang keluarga.

Psikolog Universitas Gajah Mada, Koentjoro, mengungkapkan, kebanyakan keluarga yang bergantung pada anak mereka merasa keberatan jika sang anak menikah karena perhatian dan dukungan akan terbagi.

"Apalagi jika calon menantunya dianggap tidak sesuai karena memiliki gaya hidup yang berbeda dengan keluarga," ujarnya.

Dia menerangkan menikah merupakan tahap akhir dari tugas pengembangan keluarga yang menghasilkan keluarga sebagai sangkar kosong, yakni hanya terdiri dari ayah dan ibu.

Kondisi tersebut kerap menjadi konflik tersendiri mengingat anak yang biasanya dijadikan objek pembicaraan sudah tidak tinggal bersama dengan orangtua. "Kadang hal itu pulalah yang menjadi penyebab lain keluarga berat melepas anaknya menikah."

Menurut Koentjoro, persoalan tersebut dapat diatasi sejak masa pacaran. Inisiatif sebaiknya datang dari anak untuk mendekatkan dan melibatkan kekasihnya dalam kegiatan atau acara keluarga. Misal, mengajak pacar berinisiatif untuk membuat pesta ulang tahun orangtua di rumah, mendekatkan dengan kadik atau keponakan, dan sebagainya.

"Membangun kedekatan itu proses, jadi supaya bisa dekat dan dipercaya perlu langkah-langkah yang mendukung," paparnya. *(redaksi@bisnis.co.id)*

Stefanus Arief Setiaji

Kaca Berpori untuk Hunian Hemat Energi

Isu mengenai bangunan ramah lingkungan bukan lagi hal baru dalam konteks laju industri properti saat ini. Kalangan pengembang berlomba-lomba mendirikan 'pohon' beton dengan desain yang acapkali disebut *green property*.

Soal *green property* ini memang tak lepas dari strategi pasar setiap developer agar bangunannya layak jual. Hanya saja, yang menonjol dari konsep *green property* ini adalah soal komposisi pemanfaatan lahan.

Taruhlah sebuah bangunan bertingkat berdiri, lantas 50% - 70% lahannya disisihkan untuk ruang terbuka hijau, maka pengembang dengan gaya pemasaran langsung menyebut produk tersebut sebagai bangunan ramah lingkungan.

FOTO-FOTO: REPRO

Sejatinya, bangunan ramah lingkungan bukan sekedar urusan memberi porsi yang luas bagi ruang terbuka hijau. Soal pemanfaatan bahan bangunan, desain, serta memaksimalkan setiap sudut bangunan untuk berbagai kebutuhan, merupakan bagian tak terpisahkan dari konsep *green building*.

"Bangunan ramah lingkungan itu bukan sekadar sekelilingnya penuh hijau-hijauan," ujar arsitek dari PT Duta Cermat Mandiri Budiman Hendropurnomo.

Budiman mencontohkan desain bangunan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang beberapa waktu diresmikan. Budiman merupakan orang di balik rancangan desain bangunan berbentuk kapsul di kawasan Serpong Tangerang itu.

Menurutnya, konsep bangunan itu menggunakan teknologi *double skin*. Di Jakarta, beberapa bangunan vertikal sudah menggunakan teknologi ini. Hanya saja, Budiman menjelaskan titik perbedaan bangunan kampus UMN dengan yang lain terletak pada jenis kaca yang dipakai. "Lapisan terluar bangunan tersebut menggunakan model kaca yang terlihat seperti memiliki pori-pori," ujarnya.

Teknologi ini sebenarnya bukanlah terobosan baru. Intinya, hanya menempatkan dua lapis kaca dalam sebuah bangunan. Namun, bagian kaca terluar terdapat lubang-lubang kecil yang dapat mengontrol masuknya cahaya matahari.

Adapun lapis dalam menggunakan kaca bening yang dapat dibuka maupun ditutup untuk ventilasi. Jarak antara kedua lapis kaca ini sekitar 70 cm, sehingga memberi ruang untuk melakukan pembersihan.

Namun, kata Budiman esensi utama yang diperhatikan dalam desain bangunan tersebut yakni memerhatikan arah datangnya sinar matahari. Bentuk bangunan sengaja dibuat oval, sehingga terdapat bagian yang lancip.

Intensitas Cahaya

Ujung-ujung lancip dari bentuk tersebut menghadap ke arah timur dan barat untuk memperkecil intensitas cahaya yang masuk di beberapa ruangan. Sejumlah titik bangunan tertentu, seperti lahan parkir, Budiman menjelaskan dirinya menggunakan sebuah konsep gundukan dan menempatkan lubang dengan diameter tertentu di sudut gundukan tersebut dan menempatkan pohon pule raksasa.

Fungsi gundukan, lubang, dan pohon ini untuk memperbesar sirkulasi udara.

> Berdasarkan simulasi Synergy Carbon, desain bangunan tersebut mampu mereduksi penggunaan listrik dan pendingin udara hingga 49%.

Ini juga menjadi sebuah terobosan dalam rancang bangun gedung ramah lingkungan. Selain itu, soal pemanfaatan bangunan juga menjadi perhatian. Bagian atas gedung ini dipakai untuk ruang inkubator dan riset.

Berdasarkan simulasi Synergy Carbon, desain bangunan tersebut mampu mereduksi penggunaan listrik dan pendingin udara hingga 49%.

Steve J. Piro dari Synergy Carbon menuturkan pihaknya melakukan penghitungan di beberapa titik ruangan untuk mengetahui tingkat intensitas cahaya yang masuk. Mengacu pada regulasi standar nasional Indonesia (SNI) untuk konsumsi energi gedung ramah lingkungan tingkat perguruan tinggi yang sebesar 250 Kwh/m2/tahun, desain bangunan di kampus UMN ini jauh di bawahnya hanya sekitar 126 Kwh/m^2/tahun.

Bahkan, saat kawasan di sekitar wilayah Serpong Tangerang berkembang dengan hadirnya gedung bertingkat maupun kawasan perumahan, bangunan tersebut tidak akan terpengaruh dari sisi konsumsi energi.

"Justru konsep bangunan ini akan lebih baik di daerah padat," tutup Budiman.

(arief.setiaji@bisnis.co.id)

FOTO-FOTO: *BISNIS*/MIFTAHUL KHOER

Nissa Nuraini & Dina Savita

Bermula dari Dunia Maya

Miftahul Khoer

Berawal dari percakapan di sebuah milis, Nissa Nuraini dan Dina Savita memiliki keinginan yang sama untuk mengembangkan *fashion* sebagai bisnis.

Pada 2007, dua wanita yang sama-sama menyukai produk kerajinan dan busana ini mulai berpikir untuk serius mendirikan sebuah merek dagang. Kebetulan saat itu Nissa dan Dina memiliki balita. Keduanya kerap *sharing* tentang hal yang berkaitan dengan ibu dan anak.

Sepanjang 2007, komunikasi keduanya hanya melalui dunia maya. Namun, Nissa dan Dina terus menggagas rencana bisnis bersama, meskipun hanya melalui *chatting* dan *e-mail*.

"Akhirnya, pada 2008 kami kopi darat [bertemu langsung] setelah sekian lama hanya berkomunikasi di dunia maya. Meskipun ide untuk membangun bisnis bersama sempat tercetus, tetapi belum juga terlaksana karena masing-masing sibuk dengan rumah tangganya," ujar Nissa.

Nissa bertekad untuk membangun bisnis fesyen khusus anak-anak itu bisa berkibar, tetapi perjalanannya tidak mulus, karena sampai 2009 niat itu masih belum terwujud. Apalagi, pada tahun itu keduanya sama-sama tengah mengandung anak kedua dengan usia kehamilan yang hampir berbarengan.

Persahabatan Nissa dan Dina semakin erat, meskipun keduanya berbeda tempat. Nissa di Bandung dan Dina di luar negeri. Namun, jarak yang memisahkan tidak membuat keduanya hilang komunikasi.

"Kami tetap *keep in touch* dan masih suka *sharing* tentang kehidupan rumah tangga kami. Tentang anak-anak dan rencana usaha yang akan dibangun bersama," paparnya.

Barulah menginjak 2010, keduanya lebih serius dan membicarakan bisnis yang akan digeluti. "Mulai Juni 2010, kami berdua membulatkan tekad untuk memulai usaha."

Saat itu, tercetus merek dagang Sweet Batik dengan fokus untuk menyediakan produk bagi ibu dan anak sebagai ciri khas. Sejak nama Sweet Batik tercipta, Nissa mengaku saat itu belum ada produk yang dihasilkan. "Modal awal menjadi salah satu kendala."

Namun, dengan niat dan keinginan yang kuat, mereka berkomitmen untuk patungan mengumpulkan modal awal, masing-masing sebesar Rp500.000.

"Jadi ada modal awal Rp1 juta, dan pada bulan berikutnya, sambil mengumpulkan ide dan menciptakan produk yang akan dibuat, kami sisihkan Rp100.000-Rp300.000 per bulan dari uang belanja rumah tangga," ungkapnya.

Nissa mengaku persoalan jarak cukup menghambat kelancaran komunikasi mereka berdua, sehingga hanya memaksimalkan *e-mail* untuk mendiskusikan produk mulai dari pemilihan bahan, desain, corak, dan lainnya.

Namun, wanita yang sudah memiliki dua anak itu meyakini jika seseorang menjalani sesuatu secara serius, akan berbuah manis. Terbukti, sampai 2011 keduanya berhasil memproduksi 20 koleksi busana Sweet Batik yang sudah beredar di pasar.

Menurut Nissa, pemilihan produk batik untuk ibu dan anak cukup potensial

karena belum banyak desainer dan garmen yang menggarapnya. Oleh karena itu, Sweet Batik memiliki ciri khas dengan desain yang lebih segar dan modern dengan bahan baku batik tradisional.

"Kami menawarkan *Fresh and Modern Indonesia Batik Products*, agar batik lebih sering digunakan oleh semua kalangan baik di dalam negeri sampai ke luar negeri," ujarnya.

Khusus Anak

Menurut wanita kelahiran September 1983 itu, produk Sweet Batik lebih dikhususkan untuk anak berusia 1 tahun-10 tahun. Beberapa model yang ditawarkan adalah *pre walker shoes* bercorak batik atau sepatu bayi untuk yang belum bisa berjalan.

"Jenis lainnya yaitu seperti pakaian, topi, tadah liur yang juga bercorak batik, dengan desain unik dan menarik yang bisa membuat bayi terlihat lucu dan menggemaskan."

Sementara, produk yang dijual untuk kalangan ibu, di antaranya *nursing cover* atau celemek yang didesain untuk ibu menyusui, *diaper bags*, dompet dan beragam produk lainnya yang bisa dilihat di situs *sweetbatik.multiply.com*.

Kelebihan produk Sweet Batik yaitu dalam setiap produknya menggunakan batik cap atau tanpa *printing*. Menurutnya, salah satu komitmennya yaitu untuk mengangkat kekayaan batik Nusantara yang menonjolkan pada kekayaan motifnya yang khas.

"Kami berusaha mencoba membuat produk dengan proses batik sebenarnya yaitu menggunakan lilin dan dibuat dengan tangan, bukan mesin," tegasnya.

Menurutnya, penggunaan batik cap membawa kualitas yang lebih bersaing yang diterapkan pada berbagai produk Sweet Batik. "Kami juga berharap lapangan kerja bisa tercipta bagi perajin batik, yang saat ini sudah ada lima pegawai."

> "Kami juga berharap lapangan kerja bisa tercipta bagi perajin batik, yang saat ini sudah ada lima pegawai."

Wanita penikmat musik pop dan jazz itu menuturkan, Sweet Batik juga membuat produk dengan desain yang sederhana tapi tetap menarik dan nyaman digunakan. Sebagian besar produknya dibuat dalam jumlah terbatas agar tidak pasaran.

"Kami memanfaatkan limbah kain sebagai bahan baku. Namun, itu tidak mengurangi kualitas produk yang dihasilkan."

Nissa memaparkan dalam sebulan Sweet Batik mampu memproduksi 500 jenis produk yang bervariatif, dan ditawarkan mulai Rp35.000-Rp300.000. "Banyak konsumen yang memesan khusus produk Sweet Batik mulai dari pasar domestik hingga pembeli dari luar negeri."

FOTO-FOTO: *BISNIS*/MIFTAHUL KHOER

Untuk pasar domestik biasanya diburu pembeli dari Bandung, Jakarta dan Bali. Saat ni, pihaknya sudah bekerja sama dengan beberapa toko perlengkapan bayi, toko produk khas Indonesia di beberapa mal, *outlet* pakaian di daerah pariwisata, dan toko suvenir yang salah satunya berlokasi di bandara.

Perjuangan membangun Sweet Batik tidak semudah membalikkan telapak tangan. Nissa dan Dina yang tengah mengembangkan usahanya itu mesti banting tulang membagi waktu antara mengurus rumah tangga dan bisnis.

Nissa, wanita pengagum Oprah Winfrey itu menuturkan pada awal menjalankan usahanya, dia merasa berat karena harus bekerja membuat desain, mencari bahan, produksi, foto produk, membuat *website*, promosi, dan lain-lain.

Dia memaparkan di sela-sela waktu mengurus rumah tangga, dirinya dan Dina yang sama-sama mempunyai balita tanpa asisten rumah tangga itu seringkali bekerja hingga lewat tengah malam. Untuk membicarakan usahanya terkadang harus *chatting* atau berbalas *e-mail* disaat suami dan anak-anak sudah tidur.

Namun, hal tersebut membuat keduanya bisa belajar banyak dalam menjalankan usaha. Dia mengaku banyak mendapatkan pelajaran bagaimana me-*manage* produksi, mengelola toko *online*, berpromosi hingga *networking*. "Kami banyak belajar dari rekan sesama pengusaha yang tergabung di milis-milis," katanya.

Akan tetapi, tidak bisa dipungkiri dalam menjalankan usahanya di *Sweet Batik*, mereka berdua pun sempat mengalami cobaan yang menimpa. Mereka sempat kehilangan barang untuk kiriman ke luar negeri yang membuat pelanggan kecewa karena ada sebagian baranngnya ludes entah ke mana.

"Namun dengan peristiwa kehilangan itu, kami ganti kerugiannya. Dan bagi kami bukan nilai barang yang menjadi masalah, tetapi citra kami selaku orang Indonesia menjadi kurang baik di mata konsumen luar negeri," katanya. *(redaksi@bisnis.co.id)*

Merambah ke Pasar Ekspor

Sweet Batik yang dikelola Nissa Nuraini dan Dina Savita saat ini mulai merambah pasar ekspor, meskipun dalam skala kecil seperti ke Amerika Serikat, Kanada, Bahrain, Hong Kong dan Australia.

Nissa mengaku ekspor tersebut beberapa di antaranya untuk kebutuhan konsumen dan sebagian untuk *reseller* yang menjualnya di negara masing-masing.

Nama Sweet Batik sendiri diambil dengan alasan kedua pengelola sama-sama menyukai batik. Keduanya berpikir bahwa batik akan terlihat manis jika dikombinasikan dalam berbagai motif dan warna.

"Begitu juga jika produk kami dikombinasikan dengan bahan lain selain batik. Oleh karena itu kami menyebutnya Sweet Batik," katanya.

Nissa mengatakan ke depannya Sweet Batik ingin lebih banyak membuat variasi produk dan lebih gencar berpromosi. Karena menurutnya, produk batik yang diproduksinya memiliki keunikan tersendiri.

Sebagai seorang ibu rumah tangga sekaligus *entrepreneur*, wanita yang doyan minum jus buah itu mengaku banyak dukungan penuh dari keluarga terutama sang suami tercinta. Karena selain pandai mengurus rumah tangga, dia juga bisa membagi waktu antara urusan pekerjaan dan keluarga.

Dengan berkembangnya usaha yang dijalaninya. Wanita lulusan S1 dan seorang sahabatnya, Dina Savita berencana melebarkan sayap usahanya di bidang yang sama.

"Kalau rencana melebarkan usaha *sih* masih di bidang yang sama, tetapi kami akan membangun usaha dengan merek, segmentasi dan gender yang berbeda, yaitu produk untuk laki-laki," katanya. ■ K5

FOTO-FOTO: *BISNIS*/IRVIN AVRIANO

Menghijaukan Pulau Rambut

IRVIN AVRIANO A.

Kau dengarkan...
Dan coba renungkan gelombang di laut,
Nyanyian rindu...

Bait lagu lawas Ebiet G Ade yang sendu itu seakan melantunkan renungan galau Pak Buang ketika berkonteplasi di Pulau Rambut, Jakarta Utara. Debur ombak di tepi pantai yang sering dinikmati sebagai salah satu kebesaran alam ternyata sedikit demi sedikit mengikis pulau hingga menebarkan pasirnya yang tak terbentengi, ke lautan luas tak berujung.

Hutan bakau/mangrove di sana mulai gundul karena terpaan arus dan ombak sejak 1980, waktu dirinya mulau berdinas. Meskipun diperjuangkan dengan segenap daya dan upaya dengan menambal pohon bakau yang kering, pulau itu tetap terkikis hingga tinggal setengahnya yaitu 45 hektare dari luas puluhan tahun sebelumnya yang masih seluas 70 hektare.

Miris memang, karena ternyata pulau itu menjadi secuil lahan penopang kehidupan dan aktivitas satwa. Tidak hanya bagi kehidupan binatang di Pulau Jawa, tetapi suaka margasatwa itu juga menjadi persinggahan unggas terbang dari benua lain Australia yang ingin bermigrasi. Sekurangnya ada 20.000 ekor burung penghuni tetap di sana, dan pada masa migrasi di Maret—September bisa mencapai 50.000 ekor. Belum lagi satwa lain.

Karena kondisi abrasi itu tidak mungkin dikembalikan seperti semula, maka pulau tak berpenghuni yang juga menjadi suaka margasatwa DKI Jakarta itu membutuhkan benteng baru penahan erosi dan abrasi alami.

Pak Buang mulai membenahinya dengan menanami pohon berakar tunjang dan cikal bakal hutan mangrove yang berguna untuk menahan laju erosi laut sehingga mampu mempertahankan pulau itu. Hutan bakau juga diklaim merupakan penyeimbang ekologis alami di sebuah daerah payau, di pesisir, dan di pantai yang biasanya berlumpur.

Secara perlahan perjuangan pegawai honorer Dinas Kehutanan DKI Jakarta di pulau itu yang tanpa henti telah menarik perhatian. Pemerintah memberikan penghargaan Kalpataru pada 2004 atas kegigihannya sebagai pelestari hutan bakau serta menjaga alam pulau yang menjadi pusat habitat satwa di DKI Jakarta tersebut.

Lalu, pada 2009, PT Danareksa (Persero) bersama dengan LSM lokal bernama Jakarta Green Monster berinisiatif menyumbangkan dana dan tenaga untuk menanam 5.000 pucuk pohon bakau guna membangun hutan bakau/mangrove. Aksi itu merupakan bagian dari program kemitraan bina lingkungan (PKBL) BUMN, yang biasa dikenal dengan nama tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate sosial responsibility*/CSR).

Namun, uniknya, aksi Danareksa itu merupakan yang pertama dalam jumlah besar. Hingga saat ini, gerakan Danareksa menghijaukan pesisir dan rawa di Pulau Rambut ternyata berhasil memancing perhatian beberapa perusahaan lain, sehingga semakin membuat gerakan penghijauan pulau tersebut meningkat pesat.

Direktur Utama Danareksa Edgar Ekaputra mengatakan CSR yang dilakukan perseroan tersebut cukup unik karena melihat kebutuhan dari alam sekitar Jakarta. "Selain itu, kami memberikan untuk yang benar-benar membutuhkan. Apalagi beberapa CSR kami lakukan di lokasi yang berada di 'depan mata'."

Fattah Hidayat, Pjs Head of Corporate Secretary Danareksa, menambahkan sumbangan tersebut turut mencengangkan Pak Buang yang baru melihat sumbangan sebanyak itu. Setelah sukses dalam tahap pertama, Danareksa kembali lagi untuk menanam 5.000 pohon bakau lagi di pulau yang juga disebut Pulau Kerajaan Burung tersebut.

Program Lain

Selain menanam pohon bakau di Pulau Rambut, Danareksa juga memiliki program sejenis, yaitu menanami bakau di Suaka Margasatwa Muara Angke (Jakarta) dan sepanjang di daerah aliran sungai Pandeglang hingga Tanjung Lesung (Banten) yang bertujuan utama memperkokoh kestabilan alam daerah penopang Jakarta.

"Sungai di sepanjang Pandeglang itu merupakan penyangga muara sungai yang semakin terkikis air laut dan semakin memperkecil luas daratannya."

Selain berguna untuk menghambat abrasi parah daerah sekitar sungai, Fattah mengatakan penanaman pohon bakau di DAS tersebut juga merupakan upaya untuk menyesuaikan habitat hidup bakau dengan tanah pantai yang berlebihan zat amoniak. Saat ini, penanaman bakau di Pandeglang—Tanjung Lesung sudah sebanyak 10.000 pucuk pohon yang terbagi dalam dua tahap.

Di samping penanaman bakau, program CSR Danareksa alam lainnya adalah penumbuhan 2.500 koloni karang di daerah sekitar Ujung Kulon pada 2011. Koloni yang masing-masing berukuran 1 x 1 meter persegi itu nantinya akan berguna untuk tempat hidup biota laut, dari mulai mikroba hingga ikan.

"Saat ini sudah mulai terlihat hasilnya, dan efisien. Program koloni karang tersebut sudah bisa membuat ikan kembali dapat dipancing di daerah itu, padahal sebelumnya sepi."

Menurutnya, pembuatan koloni karang perusahaan melibatkan penduduk sekitar sehingga diharapkan mampu meningkatkan kehidupan masyarakat dan semakin menyuburkan daerah sekitarnya. Penanaman karang, tuturnya, juga bertujuan membuat daerah sekitarnya semakin hidup, termasuk secara material karena program tersebut menggunakan jasa penduduk dan hasilnya dapat dirasakan penduduk juga.

Selain penanaman karang dan pohon bakau, program induk usaha dari PT Danareksa Sekuritas dan PT Danareksa Investment Management itu turut menghijaukan pepohonan di beberapa daerah gundul, aksi bersih sampah di Pulau Rambut dan Muara Angke, pembuatan sumur injeksi, serta pengerukan sungai.

Di sisi lain, CSR dalam bentuk mendukung desa binaan juga seiring dilakukan dengan bantuan kesehatan berupa sumbangan ambulan, bantuan pendirian sarana ibadah, bantuan pendidikan, pinjaman modal, dan program bantuan peralatan dan sistem yang dapat membantu perekonomian warga di beberapa daerah.

Edgar menambahkan bahwa, menurutnya, CSR yang dilakukan merupakan perwujudan dari niat perusahaan sebagai kumpulan warga negara yang ingin berbuat kebaikan. "Sudah semestinya perusahaan memberikan nilai manfaat kepada masyarakat dalam bentuk pemberian. Seharusnya semua perusahaan dan individu juga melakukan hal yang sama."

Lantas, sudahkah Anda berbuat untuk alam dan lingkungan di sekitar? *(irvin.avriano@bisnis.co.id)*

> "Sungai di sepanjang Pandeglang itu merupakan penyangga muara sungai yang semakin terkikis air laut dan semakin memperkecil luas daratannya."

Rekapitulasi Penyaluran Program Bina Lingkungan PT Danareksa (Persero) Bantuan Pelestarian Alam

Periode 2008-2012

Jenis Bantuan	Nilai Penyaluran (Rp)
Penanaman pohon mangrove	173.131.000
Penanaman pohon darat	114.700.000
Penanaman terumbu karang	75.000.000
Pembuatan sumur injeksi dan pengerukan sungai	87.000.000
Aksi bersih sampah	64.000.000
Donasi penanaman pohon	35.000.000
Yayasan Peduli Hutan Lestari	
Total	**548.831.000**

Fun & Simple Situs

Perencanaan Keuangan untuk Perempuan

Irvin Avriano A.

Apa arti sebuah 'normalitas'? Sulit digambarkan memang. Kecuali setidaknya dideskripsikan sebagai kondisi di mana semua yang Anda lakukan konsisten dengan kebiasaan umum menurut pribadi sendiri. Namun, bagaimana rasanya ketika semua kehidupan 'normal' Anda hilang sekejap akibat tidak adanya pengaturan keuangan?

Jocelyn Pantastico, pendiri situs keuangan untuk wanita bernama LiveOlive, menceritakan pengalaman pribadinya di usia 25 tahun ketika kehilangan ibunya yang sakit mendadak membuat dunia jungkir balik, tak punya apa-apa, tetapi justru menjadi awal inspirasinya.

Untuk itulah dia mencari cara untuk mengedukasi wanita yang rata-rata masih tradisional dalam mengelola keuangan. Namun, bukan hanya keuangan pribadi yang harus mereka kelola, karena ternyata menjadi pengelola keuangan keluarga seakan merupakan hal yang mutlak bagi seorang wanita di rumah.

Menurutnya, data pada 2008 menujukkan 70% keuangan rumah tangga dikelola oleh kaum istri, dan diprediksi lebih besar persentasenya untuk negara berkembang seperti Indonesia.

Solusi melalui situs *LiveOlive.com* itu merupakan jendela ke pengetahuan keuangan yang disajikan dengan tema *fun and simple*, tak rumit dan gratisan tentu. Beberapa fitur dibuat untuk memanjakan Anda yang haus informasi, antara lain kalkulator cicilan (KPR dan kendaraan), dan perbandingan suku bunga bank (tabungan, deposito, dan mata uang) tak ada yang ribet.

Budgeting Itu Paling Penting

Namun, menurut lulusan The University of Chicago itu, langkah pertama yang harus dilakukan setiap wanita adalah *budgeting* di awal bulan, yaitu mengalokasikan segala pengeluaran dan menyediakan dana darurat. Lalu, wanita juga harus melek investasi, sehingga tak melulu menjadikan uangnya sebagai perhiasan emas atau hanya di bawah bantal.

"Pertama budgeting, sehingga bisa memprioritaskan segala sesuatunya di awal, lalu asuransi, investasi, baru sisanya untuk keperluan dan berangkat *midnight shopping,"* ujar wanita jagoan *game Angry Birds* itu.

Hitung-hitungan yang seharusnya rumit itu tetapi dibuat mudah dan detail di situs itu, dengan nama *tool anggaran*. Di laman itu terdapat tiga bagian: *anggaran saya, how much am I worth*, dan *hasil saya*.

Di bagian anggaran, Anda dapat memasukkan *take home pay* dan tambahan (yang bisa dimasukkan penghasilan suami), yang akan dikurangi pengeluaran berupa cicilan/sewa rumah, kendaraan, kartu kredit, dan belanja rumah tangga.

Beberapa pengeluaran lain yang kadang tak terpikirkan ternyata juga disebut, yaitu pendidikan, biaya transportasi dan makan sehari-hari, asuransi, hiburan dan senang-senang, ponsel, dana darurat, bahkan kiriman kepada orangtua.

Tak sampai di situ. Ada lagi neraca tahunan tak pasti, yaitu THR atau gaji ke-13, bonus, pengeluaran lebaran/natal, dan liburan tahunan. Semuanya akan disatukan menjadi satu dan dihitung berapa dana menganggur (*idle*) Anda setiap bulannya.

Di bagian *how much am I worth*, terdapat penghitungan harta Anda berupa saldo tabungan Anda, deposito berjangka, portofolio investasi berupa pasar modal, reksa dana, properti, pensiun, emas, dan bahkan perhiasan di tangan atau leher Anda yang biasa dipakai sekaligus investasi.

Di sisi lain dari *how much am I worth*, ada neraca utang juga bernama *how much I owe* (seberapa banyak saya berutang), yang terdiri dari utang kartu kredit, utang cicilan mobil, cicilan rumah, dan pinjaman lain. Dari penghitungan dua wajah *how much am I worth* itu, akan didapat hitungan harta bersih Anda.

Nah, di bagian *ketiga,* ada hasil penghitungan persentase rasio simpanan Anda, persentase rasio berdasarkan lama biaya hidup yang dapat ditutupi tiap bulannya, persentase rasio utang terhadap aset, dan persentase jangka panjang rasio investasi Anda.

Setelah dicoba oleh saya yang jelas bukan seorang ibu rumah tangga, lumayan juga hasil penghitungan investasi jangka panjang saya, 95%, bahkan terlalu besar kata rekomendasi singkat yang ada di bawahnya. Namun, LiveOlive tetap menyarankan saya untuk berkonsultasi kepada ahli keuangan yang dapat mengarahkan Anda untuk langkah lanjutan.

Di sisi lain, ada puluhan tip keuangan untuk Anda dari semua sisi, termasuk pengetahuan umum tentang berinvestasi di beberapa instrumen keuangan yang lebih mudah, bahkan dibantu juga dengan adanya pembagian tip per klasifikasi umur ada 20-an, 30-an, dan 40-an.

Kebutuhan dasar wanita juga diperhatikan, terutama untuk dua hal penting, yaitu 'mulai bekerja' dan 'saya akan menikah', keduanya ada di kolom 'seputar uang'. *(irvin.avriano@bisnis.co.id)*

Hitung-hitungan yang seharusnya rumit itu tetapi dibuat mudah dan detail di situs.

FOTO-FOTO: REPRO

Jangan Bermimpi Jadi Negara Besar

Handito Joewono
Chief Strategy Consultant
Arrbey Indonesia

Prediksi bahwa Indonesia akan menjadi salah satu sepuluh negara besar dunia telah menimbulkan 'huru-hara' yang berdampak positif dan negatif sekaligus. Berdampak positif karena memberi rasa bangga dan percaya diri lebih besar bagi kita karena Indonesia semakin dihargai dan diperhitungkan dalam percaturan antar bangsa.

Namun, kondisi tersebut sekaligus berdampak negatif karena rentan terhadap terbentuknya ekspektasi berlebihan yang menghasilkan ekonomi biaya tinggi versi baru. Euforia mimpi menjadi negara besar membangun ekspektasi berlimpah ruah dan bisa menghasilkan persepsi 'menyesatkan' bahwa sepertinya posisi sebagai negara besar sudah akan teralisasi dalam waktu dekat sehingga banyak pihak merasa perlu 'menyesuaikan' harga jual jasa atau produknya dan berekses pada terjadinya peningkatan biaya produksi

Bila hal seperti ini terus berlanjut, bisa jadi bukan posisi sebagai negara besar yang akan kita raih tetapi malah akan mendorong keterpurukan ekonomi. Kita tidak perlu bermimpi menjadi negara besar karena negara kita sudah punya banyak prasyarat sebagai negara besar. Khusus tentang prasayarat perekonomian seperti GDP dan aspek ekonomi lainnya, kesemuanya itu tidak bisa dicapai hanya dengan 'bermodal' mimpi.

Untuk bisa menjadi negara besar, kita perlu menyiapkan diri. Boleh saja kita punya target waktu kapan menjadi negara besar, tetapi sepatutnya kita realistis dan punya tahapan program yang sistematis. Jangan sampai target menjadi negara besar dipatok oleh pihak lain.

Bersiap Menjadi Besar

Dari riset yang dilakukan Arrbey Innovation and Competitiveness Center pada perusahaan-perusahaan yang berhasil menjadi besar, setidaknya ada tiga prasyarat strategis yang perlu disiapkan yaitu *strategic human capital, strategic innovation, dan strategic entrepreneurship.*

Tentu saja mengelola perekonomian negara agar menjadi besar tidak bisa disamakan dengan mengelola perusahaan besar. Setidaknya ada dua prasyarat strategis lainnya untuk menyiapkan diri menjadi negara besar yaitu *strategic infrasturucture* dan *strategic political economi*. Lima prasyarat strategis tersebut diberi nama *The 5 Arrows of Competitiveness Strategy* dengan uraian sebagai berikut:

1. ***Strategic Human Capital***

Produktivitas sumber daya manusia membutuhkan program pengembangan berkelanjutan untuk menjadikan SDM Indonesia mampu bersaing dengan SDM negara-negara lain khususnya di kawasan Asean, baik secara kualitas maupun kuantitas. Kita punya banyak SDM hebat yang berprestasi luar biasa tetapi jumlahnya perlu ditambah lebih banyak lagi.

Untuk menjadikan SDM Indonesia lebih berkualitas dengan jumlah lebih banyak, dibutuhkan kebersamaan dan koordinasi antar berbagai lembaga dan pihak di Indonesia. Sekolah, perguruan tinggi dan lembaga pembelajaran lainnya perlu bersinergi dengan berbagai lembaga negara seperti Dewan Produktivitas Nasional, Badan Nasional Sertifikasi Profesi maupun lembaga pendidikan dan pelatihan lain yang dikelola swasta dan pemerintah.

2. ***Strategic Innovation***

Komite Inovasi Nasional dan berbagai lembaga inovasi yang dikelola swasta dan pemerintah perlu merapatkan barisan merancang program inovasi nasional yang terpadu dan berkelanjutan. Indonesia perlu berani mengambil fokus yang tajam untuk mempercepat inovasi di bidang dan komunitas tertentu.

Kebijakan fiskal dan moneter untuk mendorong *research & development* dan menghasilkan inovasi perlu terus dikembangkan agar terjadi gerakan inovasi nasional. Inovasi tidak cukup sekedar menjadi hasil *output* R&D di laboratorium, tetapi perlu didorong menjadi gaya hidup yang efektif meningkatkan daya saing. Pengalaman menggairahkan kewirausahaan nasional dalam beberapa tahun terakhir ini bisa digunakan sebagai inovasi menggairahkan inovasi.

3. ***Strategic Entrepreneurship***

Kegairahan memulai bisnis baru sebagai wujud implementasi *entrepreneurship* telah menjadi gejala nasional yang efektif menggerakkan potensi bangsa khususnya generasi muda. Kemajuan kewirausahaan mencapai titik akselerasinya dalam tiga tahun terakhir ini terutama sejak digelarnya Gerakan Kewirausahaan Nasional.

Dalam kapasitas tugas mengetuai Tim Koordinasi Nasional Pengembangan Wirausaha Kreatif di Kemenko Perekonomian RI yang memprakarsai GKN sejak 2010 lalu, saya memperhatikan ada beberapa ruang kebijakan yang membutuhkan perhatian pemerintah dan berbagai pihak lainnya agar *entrepreneurship* menjadi semakin efektif, yaitu pemberlakuan regulasi yang memudahkan memulai bisnis baru dan pengembangan *start-up capital* secara komprehensif melalui model *angel capital*, *venture capital* dan program-program kemitraan usaha.

4. ***Strategic Infrastructure***

Sudah menjadi perhatian dan agenda nasional beberapa tahun terakhir ini untuk mempercepat pembangunan infrastuktur. Pembangunan jalan, bandara, pelabuhan, sarana telekomunikasi dan infrastuktur lainnya tidak terhindarkan perlu segera direalisasikan secara masif dan efektif.

Untuk mempercepat pembangunan infrastruktur, perlu mengikutsertakan pelaku usaha swasta dalam dan luar negeri asal tetap mengutamakan harkat hidup masyarakat yang mampu maupun yang belum mampu. Pembangunan infrastruktur akan meningkatkan daya saing nasional melalui penghematan biaya logistik dan biaya lain bagi dunia usaha.

5. ***Strategic Political Economy***

Apa betul kita benar-benar perlu menjadi negara dengan perekonomian sepuluh besar atau tujuh besar dunia? Bukankah lebih baik kita meningkatkan kesejahteraan keseluruhan rakyat? Kalau Indonesia menjadi negara dengan kemampuan ekonomi besar bahkan termasuk lima besar dunia sekalipun tetapi 'kue' ekonomi itu hanya dinikmati oleh segelintir orang, apalagi kalau mereka adalah afiliasi perusahaan multinasional dari mancanegara, sedangkan rakyat kebanyakan jauh tertinggal dengan disparitas kemampuan perekonomian yang sangat jauh, apakah hal itu membahagiakan kita?

Kalau sudah membahas hal-hal strategis *political economy* seperti ini, kita akan teringat nama-nama ekonom ternama seperti Malthus, Hegel, Marx, Adam Smith atau Keynes. Dan jadilah kita masuk dalam perdebatan mazhab kapitalis, sosialis, tradisionalis, liberal atau neolib. Perdebatan tentang perlu-tidaknya Indonesia menjadi negara besar tidak bisa dilepaskan dari mazhab *political economy*.

Perlukah Indonesia punya "angka ekonomi" yang layak dikategorikan sebagai negara besar? Tidak kurang dari seorang Ben Bernanke, Chairman The Federal Reserve Amerika yang menggarisbawahi *Money doesn't buy happiness*. Pada suatu kesempatan Bernanke berucap *"The ultimate purpose of economics, of course, is to understand and promote the enhancement of well-being"*.

Sehingga kata Bernanke, pengukuran yang digunakan oleh ekonom seperti *gross domestic product* dan *personal consumption expenditures* tidaklah cukup untuk menjadi indikator kesejahteraan. *"We should see better and more direct measurements of economic well being,"* lanjut Bernanke, sambil menyebut indeks Gross National Happiness yang digunakan di Kerajaan Bhutan dan Better Life Index oleh OECD yang membandingkan *quality-of-life indicators* antar negara.

Apapun mazhab *political economy* yang kita anut, pada dasarnya bertumbuh dan menjadi lebih besar perlu terus diupayakan oleh perusahaan maupun negara. Hanya saja menjadi besar tidak perlu dipaksakan, apalagi kalau sampai mengorbankan harkat hidup orang banyak yang belum sempat menikmati tingkat kesejahteraan di level tertentu.

BISNIS/ILHAM NESABANA

> Produktivitas sumber daya manusia membutuhkan program pengembangan berkelanjutan untuk menjadikan SDM Indonesia mampu bersaing.

Ashari Purwo

Menu Sehat ala Harris Café

Menikmati menu makanan sehat, tentu banyak caranya. Di antaranya dengan menyeimbangkan gizi, protein hewani dan nabati serta zat besi.

Bila cukup seimbang, makan dengan menu berkolesterol tinggi tentu tak perlu dicemaskan, asalkan jangan terlalu sering dan berlebihan. Segala sesuatu yang berlebihan pasti akan berbahaya, entah buat kantong ataupun buat tubuh.

Resto Cafe Harris Hotel Sunset Road, Bali, mungkin menjadi salah satu alternatif memilih agenda sajian sehat. Di tempat makan ini, banyak tersedia berbagai menu sehat bahkan sampai tidak membatasi menu makanan yang dipilih.

Masakan burung dara *crispy* tampaknya menjadi pilihan tepat bagi pecinta makanan unggas. Tawaran burung dara muda yang sengaja didatangkan dari Jawa Timur ini, dengan pertimbangan lebih banyak pilihan dan kepastian stok, lengkap tersaji pekat dengan polesan bumbu khas Bali.

Burung dara yang telah dikukus matang lantas digoreng sampai renyah dengan kisaran suhu mencapai 80^0 Celcius dan ditaburi dengan bumbu Bali yang telah disiapkan. Alhasil, renyah aroma sajian burung dara siap disantap.

Sajiannya memang tampak sederhana. Namun, nasi putih dengan bertabur bawang disuguhkan dengan sambal matah ala Bali yang telah dicampur dengan daun kecicang untuk menambah harum sajian. Tak bisa dibayangkan betapa menggodanya.

Ketika disantap, lembutnya daging dara itu sangat lekat dengan suasana di sekitarnya. Bumbu Bali memang sangat khas dengan campuran rempah yang sengaja tidak dilumatkan, tetapi hanya sedikit ditumbuk ringan. Rempah wangi yang biasa digunakan antara lain cengkih, lengkuas dan sereh untuk berbagai campuran makanan.

FOTO-FOTO: *BISNIS*/ASHARI PURWO

Nah, setelah makan dengan kandungan kolesterol cukup tinggi, saatnya meredam kandungan lemak jahat itu dengan mengonsumsi *cleansing Juice* ala Harris.

Cleansing Juice ini terkekstraksi dari sawi hijau, nanas dan jeruk lemon. *Cleansing juice* bahkan sempat dipilih para awak media pada *Jakarta Press Contest Reward 2009*. Seluruh menu ini, bisa dinikmati di Juice Bar Harris Hotel Sunset Road yang berada di ujung kafe hotel ini.

Setelah mengonsumsi banyak kolesterol, restoran ini menyuguhkan 'senjata pamungkas' berupa menu yang sekiranya mampu mereduksi LDL alias lemak jahat itu.

"Itulah sebabnya makan makanan berkolesterol apapun di sini bisa langsung ditanggulangi dengan berbagai minuman sehat," tutur PR Manager Harris Sunset Road Adinda Ashrinintya.

Tak Bergula

Juice bar sendiri tersedia di semua cabang Harris Hotel yang kini memiliki 11 lokasi. Jus ini disajikan tidak menggunakan es dan gula sehingga lebih sehat dan alami.

Namun, jika ada pelancong yang menginginkan rasa lebih manis, pramusaji sudah menyiapkan gula dan pemanis buatan.

Harris Hotel yang dikelola manajemen Tauzia menyadari bahwa konsep hotel hijau tidak hanya soal lahan taman yang luas ataupun corak warna alam, tetapi lebih kepada gaya hidup dan peranan eksistensi terhadap lingkungan. Untuk pengembangan konsep sehat dan hijau lainnya, manajemen masih akan terus mematangkannya guna memberikan kehidupan yang lebih baik bagi lingkungan.

Yang terpenting, ujarnya, gaya hidup sehat harus diawali dengan kebiasaan makan makanan sehat. Ingin mencoba menu sehat? Datang dan nikmatilah Bali.

(ashari.purwo@bisnis.co.id)

Galeri Foto

Dari Juara Tumpengan Terjun Berbisnis Katering

Penyuka hobi menyanyi dan musik ini, masih memiliki hobi utama yang lebih serius dijalani sampai sekarang yaitu memasak.

Sebut saja Sriyati, wanita yang menekuni aktifitas masak telah menjadikan jalan hidupnya benar-benar penyaji masakan tradisional, sebagai menu bercita rasa nusantara. Sri panggilan akrabnya, pemilik bisnis katering berlabel AA Katering ini, mengaku banyak orang menilai kalau menu ayam goreng kampung buatannya dapat dirasa oleh semua suku, berasa pedas, asin, dan gurih bisa *pas* di lidah setiap orang.

Pengalaman memasak yang didapat hingga saat ini, bukan berarti tanpa latar belakang sebelumnya, bahkan kegiatan katering besar yang pernah dilakoninya. Namaya Katering Proklamasi di daerah Tebet, katering Istana Presiden ketika jaman Soeharto misalnya, Sri mencoba mengenang sekitar tahun 1995 bersama rekan-rekannya menyempatkan diri sembari bekerja formal, ia *part time* menjadi salah seorang koki di sana. Bukan hanya di situ, sepuluh tahun sebelumnya Sri pun aktif membuat Tumpeng, potret nasi dicetak menggunung telah mengenalkan Sri sebagai juara pembuatan Tumpeng ketika itu. Ikatan Wanita Pengusaha Indonesia (IWAPI) memercayakan Sri sebagai pembuat Tumpeng hingga juara lomba dari tingkatan RT, RW, dan se- Jakarta Utara.

Ciri khas menu Tumpeng terletak dari tiga unsur utamanya, kerapian penyajian, rasa, dan cara menghias tumpeng itu sendiri. Lebih khusus, Sri nampak bersemangat menjelaskannya, "opor ayam, sayur Urap, ikan asin atau gereh kresek istilah Jawanya, pelengkapnya". Sambil membuka resep jitunya, Sri membeberkan kalau Tumpeng yang khas itu dibubuhi sayuran daun timbul. Baru Tumpeng akan lebih khas dan komplit sajiannya.

Menjalani Katering

Semenjak tahun 2001 panggilan memasak mengalir deras dari berbagai acara hajatan, mulai dari khitanan, dan pernikahan, meminta Sri mengurusi semua kebutuhan konsumsi menu andalan setiap hajatan. Setelah cukup beraktifitas ke sana kemari dalam aktualisasi sebagai penyaji masakan, di tahun 2001 akhirnya Sri memutuskan untuk membuka dan berbisnis katering sendiri.

Bermodalkan kepiawaiannya memasak, kini Sri dikenal memiliki pangsa pasar yang lebih pasti. Menjalani bisnis sesuai orderan atau pesanan yang diterimanya dari berbagai kalangan. Dari dinas militer di daerah Cikarang, Sri sering dipanggil secara khusus sebagai aktor utama untuk mengatur seluruh kegiatan penyajian konsumsi yang dipesan, "meminta dibuatkan Rica-Rica masakan khas Manado lebih sering", Sri bercerita sembari tersenyum.

AA Katering yang dikelolanya lebih mengutamakan pesanan yang dapat terjangkau dari tempat tinggalnya, di Cikarang. Problem bisnis katering menurut Sri, adalah soal mengantar atau distribusinya, di sekitaran Jabodetabek ini, kendalanya adalah kemacetan. Jika order katering tidak tepat waktu, alhasil akan mendapatkan penalti, atau bisa putus kontraknya. Meskipun begitu, Sri tetap memandang kalau berbisnis katering amat menjanjikan. Dengan omzet Rp. 60 Juta sampai Rp. 100 Juta saja setiap bulannya, sekitar 30 persen bisa didapatkan margin yang lumayan dari aktifitas memasak ini.

Sampai hari ini, Sri merasa tak berobsesi untuk membuka Cafe atau Restaurat. Waktu sudah tidak bisa berkompromi dengan kesibukannya setiap hari. Lebih lanjut soal kepastian order. Sri merasa kalau AA Katering yang dikelolanya sudah memiliki langganan tetapnya di sebuah Sekolah Menengah Atas, empat perusahaan, dan satu kampus. Hanya berdelapan orang, tiga orang berikut Sri bergelut dengan bumbu dan memasak, yang lainnya pramusaji, dan *office boy* yang saban hari membantunya di AA Katering.

AA Katering ingin mengenalkan tiga menu tradisional unggulannya, ayam goreng kampung, pepes, dan bebek goreng, bagi Sri selera Indonesianis yang bisa dinikmati dari berbagai citarasa semua suku akan tetap dipertahankannya. Ayam goreng kampung misalnya, Sri bertutur tak rumit memasaknya, membuatnya mulai dari potongan-potongan daging ayam, dicuci bersih, direndam beberapa saat dicemplungi bawang putih, jeruk limo, kemudian dicucui kembali, selanjutnya penggorengan panas siap mematangkan daging ayam goreng kampung sesuai dengan bumbu-bumbu pesanan, mau yang pedas, asam, dan yang agak manis, semua tergantung permintaan (Eka Pangulimara Hutajulu). ***

Untuk informasi galeri foto dapat menghubungi Arief T.S. Telp : 021-5790 1023 ext 538 HP : 081 586 841 551 Email : arief.ts@bisnis.co.id

'Sound from the East'

Konser Musisi Indonesia Timur

FOTO-FOTO: *BISNIS*/ALBY ALBAHI

SUKIRNO

Sejak pukul 19.00 banyak orang berkerumun di pusat perbelanjaan Pacific Place di kawasan SCBD Jakarta Selatan. Mereka mengenakan pakaian batik dan pakaian tradisional khas Indonesia.

Satu per satu laki-laki dan perempuan itu memasuki Ballroom Hotel Ritz Carlton yang ada di lantai 5 mal itu. Ribuan kursi sudah berjejer rapi di dalam ruangan serbaguna itu.

Tak membutuhkan waktu lama, kursi-kursi kosong itu terisi penuh bahkan tidak sedikit yang berdiri karena tak kebagian tempat duduk. Tak mengapa, mereka tetap antusias meskipun harus berdiri.

Tepat pukul 20.00 panggung besar yang dibuat terlihat megah di tengah-tengah ballroom itu mulai dinyalakan lampunya. Muncul seorang pembawa acara yang tidak lain adalah pengusaha Hermawan Kertajaya.

Dia bercuap-cuap untuk membacakan agenda acara dan memberikan penghargaan kepada orang-orang yang berjasa di industri pariwisata maupun industri kreatif. Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sapta Nirwandar didaulat menyerahkan pada tokoh-tokoh muda yang berprestasi itu.

Sapta Nirwandar mengatakan musik adalah sesuatu yang bersifat horisontal. Musik tidak mengenal kasta dan pendidikan. Semua orang bisa bersatu dengan musik.

"Kalau kata teman saya Bob Tutupoli mengatakan orang Maluku itu begitu dia lahir suaranya sudah bermelodi. Ini musik yang menggambarkan Indonesia yang cinta damai," ungkap Sapta dalam sambutannya, Kamis malam (13/12).

Konser itu terselenggara atas kerja sama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Badan Promosi Pariwisata Indonesia (BPPI), Garuda Indonesia, dan MarkPlus Inc.

Acara ini menampilkan Molluca Bamboowind Orchestra (MBO) yang beranggotakan 180 orang pemain orkestra suling bambu dari Pulau Ambon. Orchestra ini berkolaborasi dengan musisi dan penyanyi dari Indonesia Timur.

Tak berapa lama, lampu kembali diredupkan. Panggung yang besar itu bertambah luas. Layar lebar yang menjadi latar belakang itu terbuka.

Seiring dengan terbukanya layar, terdengar alunan megah musik orchestra yang dimainkan oleh MBO. Tak pelak, mata penonton langsung tertuju pada 180 orang yang berbaris rapi di ujung belakang panggung.

Aransemen Berbeda

Personel MBO mengenakan pakaian serba putih bermotif warna emas menambah kesan seperti di kerajaan Yunani dan Romawi. Mereka langsung menyanyikan lagu Nasional berjudul *Tanah Air.* Tentu dengan aransemen berbeda, penonton tak kuasa untuk tidak ikut bernyanyi.

Kemudian bertutur-turut tampil Igo Idol dan Albert Fakdawer. Ketika Albert menyanyikan lagu-lagu dari daerah Papua seperti *Sajojo* dan *Apuse* penonton berdiri semua untuk bernyanyi dan berjoget ala Papua.

Albert yang merupakan pemeran utama dalam film *Denias : Senandung di Atas Awan* ini berhasil membawa suasana meriah. Dia mengenakan baju khas Papua lengkap dengan ikat kepala khas Papua.

Seusai digoyang oleh Albert, penonton kemudian disuguhi penampilan Jemima, Oele Pattiselano, Ivan Nestorman, Lea Simanjuntak, BoyzIIBoys, Barry Likumahua Project, Bob Tutupoli dan Glenn Fredly.

Lea Simanjuntak dengan suara indahnya berhasil memukau penonton. Dia mengenakan gaun putih berkilauan dengan sanggul modern. Dia tampil maksimal dengan membawakan tiga buah lagu yang semuanya berasal dari Indonesia Timur.

"Saya orang Sumatra Utara. Tapi kali ini mau menyanyikan lagu-lagu dari Indonesia Timur," tuturnya.

Sebagai penyanyi terakhir, Glenn Fredly membawakan lagu *Rasa Sayange*. Dia mengatakan bahwa Glenn pernah menyanyikan lagu itu di Malaysia. Penonton Malaysia sangat antusias untuk berdansa dengan lagu itu.

"Ayo semuanya berdiri dan berdansa, nyanyikan lagu *Rasa Sayange. Rasa sayange* ini lagu milik Indonesia," ujar Glenn yang disambut tepukan meriah dari penonton.

Penonton ikut berdiri dan menyanyi dengan Glenn. Bahkan di barisan depan yang terdiri dari para pejabat pun ikut bernyanyi dan bergoyang. Glenn berhasil menutup konser dengan meriah.

"Di saat Indonesia Timur bisa bernyanyi, itu akan membuat wajah Indonesia lebih baik," tegas Glenn.

Konser Keajaiban Indonesia bertajuk *The Real Wonder of The World (WOW) The Great Indonesian Songbook : Sound from the East* berlangsung meriah. Gelaran konser yang menghadirkan musisi-musisi asal Indonesia Timur ini dihelat di Grand Ballroom Hotel Ritz Carlton, Pacific Place, Jakarta.

Penyelenggaraan konser ini sendiri untuk mempromosikan kawasan Indonesia Timur, khususnya Maluku Utara, sebagai The Real Wonder of The World (The REAL WOW!) bagi turis domestik dan internasional. *(redaksi.bisnis.co.id)*

Merangkai Cerita dari 100 Loker

Farodlilah Muqoddam & Diena Lestari

100 loker tertutup, yang menawarkan jalan cerita berbeda untuk setiap pengunjung. Syagini Ratna Wulan, perupa asal Bandung, menyajikan sebuah proyek seni yang bertajuk *Rumah Prahara (100 Years of Tempest)*.

Rumah Prahara diterjemahkan sebagai potongan-potongan cerita yang diwujudkan dalam 100 buah objek yang disimpan dalam loker-loker tertutup. Objek itu berupa apa saja; lukisan, video, foto, buku, poster, sepatu, mesin tik, bahkan puding.

Setiap objek memiliki sebuah kisah, baik dilihat secara terpisah, atau dirangkai dengan potongan objek dalam loker lainnya. Potongan-serpihan itu disajikan secara acak, tak berpola. Ketidakteraturan tersebut justru menjadi dasar setiap instalasi.

”Prahara itu semacam badai, kekacauan, cobaan. Tapi kalo teori *order and chaos*, semua kekacauan pada akhirnya akan menuju sesuatu yang order, entah ada sistem yang tidak bisa dijelaskan yang akan membawanya kepada status order itu,” jelas Syagini.

Setiap karya memperlihatkan citraan dua dimensional dengan warna dominan abu-abu monokrom, serupa objek yang diselimuti atau terselubung. Dalam karya yang dipertunjukkan akan tertangkap kesan tentang figur-figur yang akrab dan pernah terlihat dalam sejumlah lukisan maestro barat, seperti *Las Meninas* karya Velazquez, atau *Last Super* karya Leonardo da Vinci.

Meskipun demikian, pengunjung tidak akan pernah bisa yakin apa dan siapa yang beradda dibalik selimut itu. Karya-karya lukis dan foto Syagini sengaja ditampilkan sebagai objek yang pasif dan statis, tapi pada saat yang sama menunda kesimpulan.

What you see is never what you get, merupakan kalimat yang menarik Syagini untuk membuat gagasan karya ’yang terselubung’ dan ’yang tersembunyi’. Upaya Syagini menyembunyikan objek dengan menggunakan loker, atau lemari berkunci membuat efek yang berbeda pada karya yang dipamerkan.

Lalu, kisah apa yang tergambar dalam kekacauan *Rumah Prahara*? Jawabannya bisa apa saja, karena semua kemungkinan sangat terbuka. Pengunjung justru dibiarkan berpartisipasi dalam proyek seni yang dipamerkan itu, dan sekaligus dibebaskan untuk menyusun kisah tersendiri.

Agung Hujatnikajennong, kurator pameran ini, menyatakan sejumlah elemen dalam *Rumah Prahara*, merupakan penanda bagi momen-momen personal Syagini. Setiap objek berhubungan dengan pengalaman selama dua tahun Syagini dalam menyiapkan proyek ini.

Meski demikian, penanda-penanda itu secara menakjubkan dapat diterjemahkan secara personal oleh orang lain. Pada instalasi loker nomor 56, disajikan diagram kriteria pasangan hidup, dilengkapi empat buah cincin berukir namanya. Diagram itu menyebut ada tiga kriteria memilih pasangan: *good looking, emotionally stable*, dan *intelligent.*

Bisa jadi ini merupakan bagian dari peristiwa personal yang dialami Syagini. Akan tetapi, setiap pengunjung tentu dapat menafsir berdasar persepsinya sendiri.

Di pintu masuk galeri, pengunjung yang berminat mengikuti permainan diminta mengambil nomor undian. Nomor ini menentukan titik pijak pertama perjalanan menyusuri loker-loker putih terkunci itu.

Pengalaman mengalami loker pertama, akan menentukan pilihan-pilihan menuju loker selanjutnya, demikian seterusnya, hingga pada akhirnya pengunjung sampai pada titik akhir perjalanan.

Ini adalah cerita tentang sebuah perjalanan, yang harus dinikmati dengan hati lapang. Syagini menuturkannya dengan indah di permulaan perjalanan, di loker nomor 000. ”Aku memulai perjalanan ini dengan hati kosong. Kutahu bahwa tak ada yang pasti dalam hidup ini selain kesempatan”. *(redaksi@bisnis.co.id)(diena.lestari@bisnis.co.id)*

FOTO-FOTO: *BISNIS*

Luapan Ekspresi Street Artist

FOTO-FOTO: *JIBI*/GARTH ANTAQONA

Garth Antaqona
JIBI

Mempertontonkan karya di jalanan kerap dicibir. Namun para seniman jalanan ini tidak berhenti begitu saja. Melalui Terus Moral Tembokmu (TMT) Indonesia, mereka bergabung dan mengibarkan jati diri.

Seniman jalanan atau yang kerap disebut sebagai *street artist* kerap dipandang sebelah mata.

Karya mereka yang banyak terpampang di tembok-tembok jalan membuat para seniman ini kerap disamaratakan dengan pelaku vandalisme.

Para seniman ini sebenarnya justru memperindah tembok-tembok kota itu. Namun jangan salah, hasil karya mereka yang kerap kontroversi ini justru menjadi hasil karya yang sangat artistik dan terkonsep ketika mendapatkan kesempatan untuk pameran didalam wadah yang tepat.

Terus Moral Tembokmu yang berpusat di jalan Suryonegaran 4 Jogja, mencoba merangkul *street artist* untuk sama-sama berkreativitas dalam seni. Wadah yang didirikan pada 26 Mei 2012 kemarin ini mencoba memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan *street art* di Jogja.

Alex Landung, pemimpin sekaligus pencetus TMT Indonesia memandang jika seniman jalanan membutuhkan wadah untuk meluapkan ekspresi mereka. Kehadiran TMT Indonesia menjadi perkembangan yang positif terhadap seni lukis mural, grafiti dan sejenisnya.

”Jumlah wadah yang ada saat ini belum dapat mengakomodir seluruh hasrat dan karya para *street artist* di Jogja,” ungkap Alex kepada *Harian Jogja*.

Diungkapkan Alex, jumlah *street artist* di Jogja jumlahnya mencapai ratusan orang.

Bahkan, jumlah ini terus berkembang. Banyak di antara mereka yang sampai tidak terarah karena tidak adanya komunitas yang memberikan mereka tempat, pengetahuan, mengenai seni, bimbingan sampai pada wadah yang mengapresiasi seluruh karya mereka.

> Jumlah wadah yang ada saat ini belum dapat mengakomodir seluruh hasrat dan karya para *street artist* di Jogja.

Gelar Pameran

Semenjak berdiri, TMT Indonesia sudah tiga kali berturut-turut menggelar pameran.

Hendra Himawan, Programer TMT Indonesia mengatakan dalam gelaran dalam waktu terakhir ini, TMT Indonesia mengundang enam seniman *street art* untuk unjuk gigi dalam pameran di dalam ruangan yang bertemakan Transformasi dari 21 Oktober sampai 21 November 2012.

Adapun seniman yang mendapatkan kesempatan tersebut adalah mereka yang biasanya menggelar karya di jalanan, dan sudah lama menekuni bidang *street art* yang diberikan secara gratis.

”Gelaran pameran dapat memotivasi seniman untuk terus mengembangkan tekniknya di dalam mengolah visual,” kata Hendra.

Tidak hanya memberikan kesempatan untuk berpameran, seluruh seniman *street art* yang tergabung juga mendapatkan ilmu dari *talkshow* dan juga diskusi, dengan mendatangkan ahli seni dokumentasi *street art*. Setidaknya, 20 anggota aktif TMT Indonesia kerap berkumpul.

Totok Supriyadi, salah satu *street artis* asal Jogja mengungkapkan kegembiraannya dapat bergabung di dalam TMT Indonesia. Baginya, hasrat berkesenian seni rupa sudah ada semenjak dia kecil ini merupakan salah satu media yang dapat membuatnya lebih hidup.

Dalam TMT Indonesia, dia mendapatkan kesempatan untuk mengembangkan kemampuannya, tidak hanya di jalanan, melainkan berkembang di dalam wadah pameran yang terkonsep. ”TMT Indonesia memberikan saya semangat untuk terus berkembang,” kata Totok.

Dalam kesempatan pameran ini, Totok mengungkapkan hal semacam ini merupakan impiannya semenjak lama. Semasa dia hidup, baru kali pertama dia berkesempatan berpameran di dalam ruangan secara terkonsep. Dia berharap, kegiatan serupa dapat rutin digelar dan memberikan kesempatan pada *street artist* lainnya untuk berpameran. *(redaksi@bisnis.co.id)*

Bertindak Secara Benar

Pongki Pamungkas
Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Rental Kendaraan Indonesia (Asperkindo)

"Tragedi terbesar dalam hidup akan terjadi jika seumur hidup Anda habiskan untuk memancing, namun kelak Anda menyadari ternyata mencari ikan bukanlah tujuan utama hidup Anda."
(Henry David Thoreau)

Suatu hari, seorang kawan saya yang dikenal rajin mengelola rumah tinggalnya, bercerita: Dia harus kembali berkutat di rumah ketika ia mendapati suatu masalah, soal wastafel yang rusak.

Volume air sangat kecil di salah satu wastafelnya, ditambah air terus menetes di wastafel itu, meskipun keran sudah dimatikan. Dia perbaiki keran wastafel itu dengan harapan volume air membesar dan keran tidak terus 'bocor' meneteskan airnya. Sukses terjadi, tetesan air berhasil dihentikannya.

Namun, volume tetap kecil. Selidik punya selidik, ternyata terdapat masalah besar di depan, pipa saluran air di dekat meteran air bocor cukup deras. Air mengucur dalam volume besar secara sia-sia, sedangkan biaya langganan dengan meteran harus tetap dihitung.

Kisah itu, menurut suhu manajemen, Peter Drucker dikomentari sebagai, "Tidak ada yang begitu tak berguna selain melakukan sesuatu hal secara efisien, yang seharusnya tidak perlu dilakukan sama sekali."

Dalam bisnis, terus berusaha menggenjot penjualan (*revenue*) sementara pengeluaran usaha (biaya) dilepas tanpa kendali adalah kategori sama dengan kisah air bocor di atas, melakukan hal-hal salah secara benar atau dikenal dengan istilah *doing the wrong things the right way*.

Ini sebuah kisah nyata: suatu kala, seorang kawan saya, pimpinan suatu perusahaan, mendapatkan seorang calon mitra kerja yang sudah lama ditunggu. Sudah hal yang jamak, sang kawan merencanakan menyajikan suatu jamuan malam dengan hiburan gaya kota besar, berkaraoke.

Sang kawan menugaskan seorang anak buahnya untuk menjemput sang calon mitra. Disepakati, tempat jamuan adalah 1001 Malam. Di sinilah masalah terjadi. Sang anak buah dengan bersusah payah mengarungi macetnya Jakarta, tetapi sempurna, tepat waktu, tiba di rumah makan *sea food* 1001 Malam, Kelapa Gading. Sementara itu, yang dimaksud kawan saya, dan dia sudah menunggu di situ, adalah 1001 Malam Karaoke, di daerah lain di Jakarta.

Sang kawan yang memang agak koboi itu, hanya mampu menggelengkan kepala, marah tetapi juga geli. (Konon, si anak buah memang seorang yang tidak terbiasa mengarungi dunia malam).

Mari kita bayangkan situasi lain ini: Anda memanjat tangga yang tinggi, yang bersandar ke suatu gedung bertingkat. Harapan Anda adalah mencapai satu lantai di tingkat atas, melalui satu jendela, dimana Anda dapat menemui kekasih hati Anda.

Dengan mandi keringat dan nafas tersengal-sengal Anda panjat seluruh anak tangga dengan harapan membuncah, bertemu sang belahan jiwa. *Eh,* ternyata di ujung tangga, yang Anda temukan adalah jendela kamar Komandan Satpam …. Ternyata Anda salah sandar, tangga Anda letakkan di tempat yang salah.

Visi Misi

Pada skala sangat besar, dalam menjalani kehidupan ini, setiap orang memiliki visi dan misi hidup masng-masing. Sebagai contoh, seorang kawan, sedikit lebih tua dibandingkan dengan saya, sebut saja Rudi, belum lama bertemu saya di suatu acara.

Rudi ini secara karir, sukses. Secara materi, cukup berada. Secara hidup keluarga, *oke,* ada istri dan dua orang anak yang sudah mentas. "Tugas *gua* udah kelar. Namun, terus terang *aja,* sekarang *gua* malah kadang bingung, mau *ngapain* lagi."

Sementara itu, secara kontras dengan pandangan Rudi, saya pernah mendapat nasihat dari seorang senior saya, yang hingga usia 70 an terus aktif bekerja, terus berkarya. Beliau memberi nasehat, "*to retire is to expire*, pensiun sama dengan meniadakan eksistensi diri. Jangan pernah berpikir untuk berhenti bekerja. Karena bekerja itu membuat kita terus bergerak dan sehat."

Dalam konteks ini, ada baiknya menyimak kalimat bijak ini: Dua momen terpenting dalam hidup, kata William Barclay seorang presenter-pengarang dan professor Skotlandia, adalah *pertama*, momen pada saat kita dilahirkan. *Kedua*, momen pada saat kita memahami makna hidup.

Momen kelahiran rasanya sangat jelas, adalah momen kita muncul di dunia yang fana ini, momen kita, mendapatkan kartu tanda penduduk yang abadi dari Yang Maha Kuasa. Sementara itu, momen pemahaman makna hidup, adalah momen atau saat kita mendapat hidayah, mendapat pencerahan mengenai arah hidup yang benar dalam jalan-Nya, atau momen kita memahami dan meyakini visi dan misi hidup ini.

Kapan momen itu akan didapatkan? Setiap orang, tampaknya, akan mengalami momen masing-masing (atau bahkan bisa jadi, tidak setiap orang mendapatkan momen pencerahan itu, yang artinya, tak setiap orang akan tercerahkan).

Menurut Wolfgang Goethe, hanya dengan mengalami suka dan derita, masing-masing orang akan memahami hakikat diri dan tujuan hidupnya. Mereka akan terus belajar apa-apa yang harus dilakukan dan apa-apa yang harus dihindarkan.

Dalam kalimat lain, marilah kita jalani hidup ini seperti air mengalir. Kadang terantuk batu yang menyakitkan atau sesekali terlena dalam nikmat adalah bagian dari perjalanan itu. Seberapa pandai dan beruntung kita menjalaninya, mari kita terus melangkah.

Namun, suatu *shortcut* bisa saya sampaikan, langsung pada intinya, agar tak terjadi keadaan yang kita melakukan hal-hal salah secara benar, apa visi dan misi hidup yang terpuji? Simak tantangan ini, "Pertanyaan yang terus diajukan dan lebih mendesak dalam hidup ini adalah: apa yang Anda lakukan untuk orang lain?," ujar Martin Luther King, Jr.

Hanya dengan mengalami suka dan derita, masing-masing orang akan memahami hakikat diri dan tujuan hidupnya.

BISNIS/ILHAM NESABANA

Rahmayulis Saleh

Mewah & Seksi

Dunia mode Indonesia makin gemerlap dengan kiprah desainer Lenny Ivylen, asal Malang, Jawa Timur. Dalam *fashion show* bertajuk *Glam Addict* di Restoran Canteen, Plaza Indonesia beberapa waktu lalu, dia memperagakan 30 helai busana mewah, elegan, dan seksi.

Pada pergelaran busana yang dibagi dalam tiga sesi ini, Lenny yang juga anggota Asosiasi Perancang dan Pengusaha Mode Indonesia (APPMI) cabang Jawa Timur, menampilkan koleksi yang dominan model gaun panjang dengan belahan tinggi *nan* seksi.

Ciri khas busananya terletak pada kesan mewah, berani bermain pada detail dan *cutting*, misalnya modifikasi kebaya dan gaun malam yang di bagian pinggangnya dipotong sehingga memperlihatkan tubuh pemakainya. Potongan juga muncul di bagian perut, pinggul, paha. Atau model dengan belahan dada yang dalam, serta bagian punggung terbuka lebar.

"Ciri khas rancangan saya adalah dalam busana *cocktail*, yang menonjolkan lekuk tubuh perempuan," ujar Lenny di sela-sela *fashion show*.

Busana mewah semakin kental dengan permainan manik, payet, dan kristal swarovski. Juga dari keberanian Lenny dalam bermain warna. Dalam sehelai gaun, dia bisa memadukan beberapa warna cerah seperti biru dengan merah muda atau hijau. Warna hitam daan putih, serta warna-warna keemasan. Material yang digunakannya dominan sutera sifon, lace, bahan satin, dan tulle.

Koleksi busana ibu dua anak kelahiran Malang, 5 Juni 1978 ini, makin terlihat seksi membalut sejumlah tubuh selebritas dan model senior seperti VJ Marrisa Nasution, Indah Kalalo, Fifie Buntaran, dan Marrisa Jefryna, dan Babbydoll, yang melenggok di antara kursi tamu dalam Restoran Canteen.

Tema Glam Addict diterjemahkannya dengan garis-garis sensualitas perempuan, dan pola jahit yang memperlihatkan lekuk tubuh wanita. "Koleksi saya untuk untuk wanita dewasa modern berusia 30 tahun ke atas," ujar lulusan Sekolah Mode Esmod Jakarta, 2003 ini. *(yuli.saleh@bisnis.co.id)*

FOTO-FOTO: *BISNIS*/RAHMAYULIS SALEH

Natal Itu Kasih Adanya

BISNIS/NURUL HIDAYAT

RAHMATULLAH

Kedua telapak tangannya terangkum menjadi satu, beberapa saat kemudian — suasana menjadi begitu hening. Doa yang dilantunkan lewat pengeras suara seakan menggema dan menjalar lewat dinding gereja tua di pusat kota Jakarta itu. Doa-doa terbaik dipanjatkan, sepenggal kisah tentang harapan kehidupan manusia mengenai kedamaian dan hidup yang lebih baik.

Di luar, aparat keamanan gabungan menjaga kelancaran pelaksanaan Natal di sejumlah titik lokasi peribadatan. Di Jakarta saja, dikerahkan 5.992 personel untuk menjaga 16.000 gereja.

Pusat-pusat perbelanjaan menghias interior dan eksterior gedung dengan beragam ornamen Natal. Kereta Santa Claus dan pohon cemara yang dihiasi pernak-pernik lampu hias, membuat suasana semakin meriah. Semoga pelaksanaan Natal yang khikmad dan aman bukan hanya sebuah harapan.

Karena sesungguhnya, Natal itu Kasih adanya. Layaknya cahaya terang yang terpancar dari bintang di setiap pucuk pohon Natal.*(redaksi@bisnis.co.id)*

JIBI/DWI PRASETYA

BISNIS/ALBY ALBAHI

BISNIS/RAHMATULLAH

BISNIS/ANDI RAMBE

BISNIS/ALBY ALBAHI

Hemat BBM

DIENA LESTARI

Bagi para pandemen balap internasional, Dakar Relly, nama Hiroshi Masuoka sudah tidak asing lagi. Masuoka mendapatkan gelar pereli paling hebat di Jepang setelah debut internasionalnya pada Rally Pharaoh 1985. Meskipun akrab dengan olah raga yang memacu adrenalin, Masuoka memiliki trik khusus untuk menghemat bahan bakar minyak (BBM), saat berkendara.

Matsuoka berpandangan bahwa cara menghemat BBM dengan mengemudi kendaraan secara perlahan, tidak tepat. Saat mengemudi dengan manuver agresif, serta berkecepatan tinggi, tetap saja dapat mengkonsumsi BBM yang rendah. Yang peling penting adalah bagaimana pengemudi memahami cara mengemudi yang benar, dan meminimalisasikan hal yang tidak perlu. Berikut beberapa tips yang dapat diaplikasikan untuk menghemat BBM kendaraan Anda:

jam. Biaya pemborosan BBM itu akan naik hingga 30%.

• ***Ketiga,* menekan pedal gas secara perlahan.**

Ada beberapa pengemudi yang sering menekan lalu melepas gas, padahal mobil sedang berjalan dengan kecepatan konstan. Cara mengayun seperti ini membuat kinerja pedal gas menjadi sia-sia. Akselerasi dan deselerasinya hanya akan bikin boros konsumsi bahan bakar kendaraan. Pertahankan injakan pedal gas saat kecepatan kendaraan konstan.

• ***Keempat,* akselerasi tanpa memaksimalkan kenaikan putaran mesin (rpm).**

Terdapat dua cara mempercepat kendaraan, yaitu menekan pedal gas 1/5 saja (percepatan santai), dan cara lainnya dengan menekan pedal gas 1/3-nya (percepatan bergegas). Dianjurkan untuk melakukan percepatan santai, karena akselerasi cara ini sangat menghemat BBM. Atur putaran mesin pada 1.500 rpm, dan tidak lebih dari 2.000 rpm.

• ***Kelima,* jaga jarak aman dengan kendaraan di depannya.**

Jika jarak dengan kendaraan di depan terlalu dekat, Anda harus menyesuaikan diri dengan kondisi mobil tersebut. Hal seperti ini mempengaruhi borosnya pemakaian BBM. Jika jarak dengan mobil depan cukup jauh, maka Anda tidak terjebak melakukan percepatan yang tidak diperlukan.

• ***Keenam,* gunakan teknik *Engine Brake*.**

Saat ini, kebanyakan kendaraan sudah dilengkapi dengan sistem pompa injeksi *(jet/nozzle)* BBM. Di mana sistem akan menghentikan suplai bahan bakar pada saat dilakukan *engine brake*. Meskipun demikian, teknik penghentian BBM pada saat *engine brake*, antarmerek mobil tidak sama.

• ***Ketujuh, jangan terlalu lama memanaskan mesin.***

Anda harus paham bahwa 15 detik setelah Anda menghidupkan mesin, oli mesin sudah bersirkulasi ke seluruh bagian mesin mobil. Sebenarnya sesudah 15 detik itu mesin mobil Anda sudah siap digunakan. Bila Anda memanaskan mesin mobil selama 3 menit, maka berarti Anda membuang percuma hingga 100 cc BBM.

• ***Kedelapan,* jangan membebani kendaraan dengan beban berlebih.**

Memuati kendaraan dengan barang yang melebihi berat isi maksimum penumpang, akan berakibat berat total kendaraan itu bertambah, dan berpengaruh pada kinerja rem, mempersulit pengendalian, dan memperburuk konsumsi BBM. Semakin ringan 100 kg beban bagi kendaraan, semakin bertambah hemat 3% BBM yang digunakan.

• ***Kesembilan,* periksa tekanan angin ban.**

Setiap kali roda bergulir, permukaan roda yang menapak pada jalan akan menopang berat kendaraan disertai dengan perubahan bentuk dari tapak ban itu sendiri. Hal ini disebut sebagai resistansi gulir (tahanan gulir). Tekanan angin ban yang kurang, berakibat tahanan gulir membesar, dan menyebabkan pemborosan BBM.

• ***Kesepuluh,* efektif menggunakan AC.**

Jika mobil Anda terlalu lama parkir di bawah paparan sinar matahari, sebaiknya Anda buka dulu pintu mobil hingga udara panas keluar dari kendaraan, dan baru nyalakan AC. Anda juga dapat mengatur suhu AC pada temperatur yang rendah sehingga hemat BBM. *(diena.lestari@bisnis.co.id)*

'Reli Dakar adalah Hidup Saya'

Hiroshi Masuoka

Ajang Rainbow in paradise Mirage Eco-Smart Drive-The Reality Challenge yang diselenggarakan PT Krama Yudha Tiga Berlian Motors di Bali, menjadi semarak dengan kehadiran pereli dunia, Hiroshi Masuoka.

Di sela-sela menjalani tantangan Eco-Smart Drive dengan media, Masuoka mengisahkan perjalanannya menjadi pereli tingkat dunia menjadi tidak mudah. Setiap hari, dia harus menghabiskan waktu selama 7 jam untuk berlatih di medan yang sudah ditentukan.

Waktu 7 jam itu adalah waktu yang biasanya ditempuh dari satu etape ke etape lainnya dalam ajang reli Dakar. Selain itu, sejumlah latihan fisik harus dijalani, di antaranya bertahan di dalam ruangan bertekanan rendah sehingga dapat terbiasa dengan kondisi kabin kendaraan yang bertekanan rendah. Untuk melatih kecepatan mata dalam memandang dan bereaksi terhadap obyek pada saat kendaraan yang melaju kencang. Matsuoka berlatih menguatkan otot mata dengan melihat obyek berupa titik-titik yang berpindah cepat, di depan layar monitor.

Setiap pereli yang terlibat dalam Dakar harus memiliki tubuh yang sehat dan pikiran yang tajam. Dua hal ini penting untuk mengambil keputusan saat mengendarai kendaraan dengan kecepatan 220 km/jam. Menurutnya, jika terjadi kesalahan dan kecerobohan dalam mengambil keputusan bisa berakibat fatal.

Pria kelahiran Saitama, 13 Maret ini menyatakan ajang reli Dakar adalah hidupnya. Kalimat ini dijadikan motivasi untuk bertarung mengalahkan pereli dunia lainnya. Sejak 1987, Masuoka aktif dalam Reli Dakkar. Gelar pengemudi paling top di Jepang, diraihnya setelah debut Rally Pharoh pada 1985. Ajang Reli Dakar 2008, menandai partisipasinya yang ke-21 dalam kompetisi antarnegara yang terkenal paling sulit di dunia ini.

Pada 1990 dan 1994, Masuoka memenangkan kelas Modified Road Car, yang diikuti kesuksesannya menjadi juara pertama, Reli Dakar. Dia berhasil mempertahankan predikat juara pertama pada tahun berikutnya.

Setelah meninggalkan Reli Dakar, Masuoka memutuskan untuk bergabung dengan tim Research and Development (R&D) sektor di Mitsubishi Motors. ■ DIENA LESTARI

BISNIS/DIENA LESTARI

Kehangatan
Hannover Weihnachtsmarkt

Angga Kusuma & Andi F. Yahya
Pecinta Perjalanan

Akhir tahun 2012 tanpa terasa sudah di depan mata. Bagi Anda yang kebetulan berencana melakukan perjalanan ke Eropa sambil merayakan Natal dan Tahun Baru, Jerman mungkin patut menjadi salah satu tujuan Anda.

Kenapa? Karena selain bisa merasakan musim dingin dengan saljunya, Anda juga bisa menikmati *Weihnachtsmarkt* atau Pasar Natal, sebuah festival khas Jerman, selain *Oktoberfest* yang juga sama terkenalnya di seluruh dunia. Festival ini bertepatan dengan dimulainya masa advent dan berlangsung selama 4 minggu penuh hingga hari raya Natal. Festival yang sudah dirayakan sejak ratusan tahun lalu, tepatnya di sekitar abad ke 14 atau 15 Sebelum Masehi, selalu dinanti-natikan oleh penduduk Jerman sendiri. Hal ini terbukti dengan selalu penuhnya pasar Natal yang diadakan di setiap kota di Jerman.

Hannover, kota yang terletak di utara Jerman dan merupakan Ibukota Negara Bagian Lower Saxony, juga memiliki tradisi *Weihnachtsmarkt*. Bagi Anda pelaku bisnis, Hannover tentunya sudah sangat akrab di telinga karena kota ini terkenal dengan pameran bisnisnya atau lebih dikenal dengan sebutan *Hannover Messe* dan CeBIT. Pameran bisnis ini merupakan pameran bisnis terbesar di dunia yang melibatkan lebih dari 6.000 pelaku industri dan dikunjungi lebih dari 200.000 orang di setiap pamerannya.

Kota Hannover tidak seperti kebanyakan kota-kota lain di Eropa yang biasanya penuh dengan bangunan-bangunan tua bersejarah. Kota ini merupakan salah satu kota yang hancur luluh lantak selama perang dunia ke-2. Keberadaan jalur kereta, kilang minyak, dan pabrik-pabrik manufaktur menjadikan kota ini sebagai salah satu target utama pengeboman pasukan sekutu hingga hanya menyisakan sedikit saja bangunan bersejarah. Daerah Kota Tua (*Altstadt*) Hannover pun tidak luput dari pengeboman tersebut. Pada tahun 50-an, ketika sebagian besar kota Hannover termasuk kota tuanya dibangun ulang, bangunan-bangunan tua yang selamat dari amukan perang di seluruh kota dikumpulkan dan ditempatkan pada satu tempat di sekitar *Altstadt* Hannover. Hal ini membuat Hannover terlihat relatif baru dibandingkan kota-kota Jerman lainnya. Namun demikian, kebaruannya tidak membuat Hannover menjadi kota yang membosankan untuk dijelajahi.

Kota Hannover dapat dicapai dengan menggunakan penerbangan internasional ke Bandara Internasional Hannover dan dilanjutkan dengan kereta atau taksi menuju *Kröpcke* (Pusat Kota) selama kurang lebih 17 menit. Bagi Anda yang mengunjungi Jerman melalui Bandara Internasional Hamburg, Kota Hannover terletak hanya 150 km di selatan Kota Hamburg dan dapat dicapai dengan menggunakan kereta regional, baik kereta regional ekspres maupun metronom, selama kurang lebih 2 jam.

Menjelajahi Kota Hannover bisa dimulai dengan mengunjungi Pusat Informasi Turis di seberang Stasiun Kereta Pusat Hannover (Hannover *Hauptbahnhof*) untuk membeli peta dan Hannover Card yang dapat digunakan sebagai tiket transportasi dan tiket masuk ke tempat-tempat wisata. Selanjutnya Anda bisa mengunjungi Balai Kota yang baru (Neues Rathaus), ikon Kota Hannover yang terletak di depan kolam besar Maschteich. Bila Anda berkunjung di musim dingin dan beruntung, Anda bisa berjalan dan bermain *ice skating* di permukaan kolam Maschteich yang beku. Tidak jauh dari Rathaus Hannover, terdapat juga

FOTO-FOTO: ANGGA KUSUMA

Kehangatan
Hannover Weihnachtsmarkt

Angga Kusuma & Andi F. Yahya
Pecinta Perjalanan

Akhir tahun 2012 tanpa terasa sudah di depan mata. Bagi Anda yang kebetulan berencana melakukan perjalanan ke Eropa sambil merayakan Natal dan Tahun Baru, Jerman mungkin patut menjadi salah satu tujuan Anda.

Kenapa? Karena selain bisa merasakan musim dingin dengan saljunya, Anda juga bisa menikmati *Weihnachtsmarkt* atau Pasar Natal, sebuah festival khas Jerman, selain *Oktoberfest* yang juga sama terkenalnya di seluruh dunia. Festival ini bertepatan dengan dimulainya masa advent dan berlangsung selama 4 minggu penuh hingga hari raya Natal. Festival yang sudah dirayakan sejak ratusan tahun lalu, tepatnya di sekitar abad ke 14 atau 15 Sebelum Masehi, selalu dinanti-natikan oleh penduduk Jerman sendiri. Hal ini terbukti dengan selalu penuhnya pasar Natal yang diadakan di setiap kota di Jerman.

Hannover, kota yang terletak di utara Jerman dan merupakan Ibukota Negara Bagian Lower Saxony, juga memiliki tradisi *Weihnachtsmarkt*. Bagi Anda pelaku bisnis, Hannover tentunya sudah sangat akrab di telinga karena kota ini terkenal dengan pameran bisnisnya atau lebih dikenal dengan sebutan *Hannover Messe* dan CeBIT. Pameran bisnis ini merupakan pameran bisnis terbesar di dunia yang melibatkan lebih dari 6.000 pelaku industri dan dikunjungi lebih dari 200.000 orang di setiap pamerannya.

Kota Hannover tidak seperti kebanyakan kota-kota lain di Eropa yang biasanya penuh dengan bangunan-bangunan tua bersejarah. Kota ini merupakan salah satu kota yang hancur luluh lantak selama perang dunia ke-2. Keberadaan jalur kereta, kilang minyak, dan pabrik-pabrik manufaktur menjadikan kota ini sebagai salah satu target utama pengeboman pasukan sekutu hingga hanya menyisakan sedikit saja bangunan bersejarah. Daerah Kota Tua (*Altstadt*) Hannover pun tidak luput dari pengeboman tersebut. Pada tahun 50-an, ketika sebagian besar kota Hannover termasuk kota tuanya dibangun ulang, bangunan-bangunan tua yang selamat dari amukan perang di seluruh kota dikumpulkan dan ditempatkan pada satu tempat di sekitar *Altstadt* Hannover. Hal ini membuat Hannover terlihat relatif baru dibandingkan kota-kota Jerman lainnya. Namun demikian, kebaruannya tidak membuat Hannover menjadi kota yang membosankan untuk dijelajahi.

Kota Hannover dapat dicapai dengan menggunakan penerbangan internasional ke Bandara Internasional Hannover dan dilanjutkan dengan kereta atau taksi menuju *Kröpcke* (Pusat Kota) selama kurang lebih 17 menit. Bagi Anda yang mengunjungi Jerman melalui Bandara Internasional Hamburg, Kota Hannover terletak hanya 150 km di selatan Kota Hamburg dan dapat dicapai dengan menggunakan kereta regional, baik kereta regional ekspres maupun metronom, selama kurang lebih 2 jam.

Menjelajahi Kota Hannover bisa dimulai dengan mengunjungi Pusat Informasi Turis di seberang Stasiun Kereta Pusat Hannover (Hannover *Hauptbahnhof*) untuk membeli peta dan Hannover Card yang dapat digunakan sebagai tiket transportasi dan tiket masuk ke tempat-tempat wisata. Selanjutnya Anda bisa mengunjungi Balai Kota yang baru (Neues Rathaus), ikon Kota Hannover yang terletak di depan kolam besar Maschteich. Bila Anda berkunjung di musim dingin dan beruntung, Anda bisa berjalan dan bermain *ice skating* di permukaan kolam Maschteich yang beku. Tidak jauh dari Rathaus Hannover, terdapat juga

FOTO-FOTO: ANGGA KUSUMA

danau Machsee. Danau buatan seluas 0,78 km persegi ini dibuat pada tahun 1930 dan merupakan peninggalan jaman Nazi. Alternatif lain yang wajib dikunjungi adalah Taman Besar Herrenhausen (Herrenhäuser Gärten). Taman yang terletak di sebelah barat Hannover ini dibangun pada abad ke-17 dengan meniru Taman Versailles di Prancis. Taman besar ini tetap indah dan cantik dikunjungi selama musim dingin terutama ketika salju turun. Selain itu, Winter Zoo di Kebun Binatang Hannover bisa juga menjadi pilihan.

Di hari-hari menjelang natal, seperti halnya kota-kota lain di Jerman, kota Hannover pun ikut berbenah dan mendandani diri dengan *Weihnachtsmarkt*-nya. Pasar Natal Hannover mengambil tempat di sekitaran *Altstadt* Hannover dan berpusat di daerah Marktkirche dan Ballhofplatz. *Weihnachstmarkt* di *Altstadt* Hannover dapat dicapai dari pintu selatan Stasiun Kereta Pusat Hannover (Hannover *Hauptbahnhof*) dengan berjalan menyusuri *Kröpcke* (Pusat Kota) Hannover ke arah selatan hingga tiba di daerah Markthalle. Anda juga dapat menempuh cara lain dengan menggunakan kereta bawah tanah (*U-bahn*) nomor 3, 7 atau 9 dari Hannover *Hauptbahnhof* menuju pemberhentian Markthalle.

Di daerah *Altstadt* Hannover ini terdapat kurang lebih 150 kios yang didandani dengan cantik bertemakan Natal. Para pengunjung yang datang ke Pasar Natal akan disuguhi dengan berbagai hal menarik yang disajikan di kios-kios tersebut, mulai dari aneka ragam hiasan pohon natal, hasil kerajinan tangan, mainan tradisional, hingga makanan dan minuman khas Jerman. Berbagai acara menarik juga bisa dinikmati di Pasar Natal ini, seperti macam-macam permainan anak mulai dari komedi putar, *puppeteer* dan *storyteller*. Untuk Anda yang ingin merasakan petualangan ke masa lampau, Anda bisa mengunjungi kios-kios yang didandani dengan gaya abad pertengahan. Di kios-kios tersebut Anda bisa melihat para seniman gelas membuat kerajinan gelas dengan tehnik kuno, pandai besi kuno (*blacksmith*) membuat pedang dan kerajinan logam lainnya, hingga pembuat lilin tradisional menjajakan hasil karyanya. Suasana akan semakin terasa abad pertengahan dengan iringan musik tradisional yang dimainkan oleh para artis jalanan. Jika Anda mencari Pasar Natal yang asli khas Finlandia (*Finnish Christmas Market*), Anda dapat berkunjung ke daerah Ballhofplatz. Di Pasar Natal ini Anda bisa membeli dan merasakan semua jajanan khas dari tempat yang katanya konon merupakan rumah dari tokoh Sinterklaus.

Kuliner Khas Jerman

Hal terpenting dan harus dilakukan selama mengunjungi *Wiehnachtsmarkt* tentunya adalah mencicipi berbagai camilan dan minuman khas Jerman, mulai dari sosis panggang (*Bratwurst*), daging panggang, hidangan olahan kentang, pasta hingga jamur champignon khas Jerman. Di *Finnish Christmas Market*, Anda dapat mencoba *Flammlachs* atau daging ikan salmon yang dipanggang secara tradisional, yaitu dengan cara diasap dan dipajang di samping api unggun. Selain makanan, Pasar Natal Jerman tidak dapat dipisahkan dengan *Glühwein*, minuman olahan anggur merah dan rempah-rempah tradisional Jerman di kala musim dingin, terutama menjelang Natal.

Janganlah bingung untuk menentukan kios mana yang akan Anda singgahi karena pada dasarnya setiap kios menyajikan jenis jajanan lezat yang serupa dan harga yang sama. Anda cukup memilih tempat yang pas untuk mampir berdiam, berkumpul dan berbincang-bincang sejenak dengan teman-teman Anda sambil mengisi perut dan menjaga suhu tubuh tetap hangat di tengah dinginnya musim dingin Hannover.

FOTO-FOTO: ANGGA KUSUMA

FOTO-FOTO: *BISNIS*/ SUKIRNO & ROBERTO PURBA

Chairman & President Sahid Group Dr. H. Sukamdani Sahid Gitosardjono dan Vice Chairman & Senior Vice President Sahid Group Juliah Sukamdani.

Kebersamaan Natal

Hotel Sahid

Hotel Grand Sahid Jaya menggelar Christmas Tree Lighting Ceremony 2012 untuk menyambut perayaan Natal dan Tahun Baru 2012.

Acara yang diselenggarakan di Lobby Utama Grand Sahid Jaya, Jakarta ini dimeriahkan oleh paduan suara, dan permainan angklung anak-anak dari Panti Asuhan Parapattan.

Chairman & President Sahid Group Sukamdani Sahid Gitosardjono dalam sambutannya menyatakan acara *Christmas Tree Lighting Ceremony* sudah menjadi tradisi perusahaan.

"Sahid Group mempertahankan tradisi ini dan berharap agar selalu mendapatkan berkah, selamat dari Tuhan. Juga kehidupan sejahtera lahir dan batin untuk semua keluarga, baik anda semua maupun keluarga Sahid," kata Sukamdani dalam sambutannya.

Ajang *Christmas Tree Lighting Ceremony* dimulai dengan penyalaan lilin pohon Terang, sebagai tanda menyambut kehadiran Natal, oleh Chairman & President Sahid Group Dr. H. Sukamdani Sahid Gitosardjono dan Vice Chairman & Senior Vice President Sahid Group Juliah Sukamdani.

Hadir dalam seremoni tersebut, Presiden Direktur Sahid Group Hariyadi Sukamdani, Wakil Presiden Direktur Sahid Group Exacty Sukamdani, Vice President Sahid Group Wiryanti Sukamdani, dan General Manager Grand Sahid Jaya Jakarta Jeremy M. Cooper.

Pada kesempatan tersebut, manajemen Sahid Group memberikan donasi kepada anak-anak panti asuhan Parapattan. Bantuan ini merupakan bagian dari program *corporate social responsibility* Grand Sahid Jaya kepada masyarakat.

Vice President Sahid Group Wiranti Sukamdani mengatakan perayaan keagamaan bisa menjadi motivasi bagi karyawan. "Misalnya, ada pembagian libur saat perayaan keagamaan," ujarnya.

Menurutnya, pada pinsipnya semua agama itu baik, sehingga perlu ditimbulkan semangat saling menghargai.

■ SUKIRNO & ROBERTO PURBA

Wakil Presdir Sahid Group Exacty Sukamdani, Presiden Direktur Sahid Group Hariyadi B. Sukamdani, dan Chairman & President Sahid Group Dr. H. Sukamdani S. Gitosardjono

Vice President Sahid Group Wiryanti Sukamdani dan Ketua Umum Yayasan Sahid Jaya Nugroho Sukamdani.

General Manager Grand Sahid Jaya Jakarta Jeremy M. Cooper (*kanan*), dan tamu undangan.

Menghentikan Perang Hak Paten

Edy Firmansyah
Pecinta Buku

EDY FIRMANSYAH

Judul: *Dunia Tanpa Hak Cipta*
Penulis: Joost Smiers dan Marieke Van Schijndel
Penerbit: Insistpress, Yogyakarta
Cetakan: I, Oktober 2012
Halaman: xx + 167

Akhirnya, pada 15 April 2011, Apple, salah satu perusahaan teknologi terbesar di AS, kembali menabuh genderang perang patennya. Perusahaan dengan logo buah apel yang tergigit itu melayangkan surat gugatan kepada Samsung karena perusahaan asal negeri ginseng itu dianggap telah meniru desain dari Iphone.

Mendapat tantangan perang, perusahaan dari Korea Selatan itu justru juga angkat pedang. Selang beberapa hari setelah gugatan Apple, Samsung menggugat balik Apple karena dianggap meniru teknologi 3G dan wireless dari Samsung. Kedua kasus tuntutan paten itu kemudian digabungkan dan telah disidangkan di Pengadilan Korea Selatan, Australia, Jepang, Jerman dan juga Amerika Serikat.

Apa yang bisa ditarik dari perang paten perusahaan gadget besar di atas?

Melalui perang paten, antarperusahaan bisa saling menjatuhkan satu sama lain. Nantinya yang menanglah yang akan menguasai pasar.

Di sisi lain, sebagai kepanjangan tangan dari kapitalisme, perusahaan-perusahaan hak cipta itu juga yang akan memukul karya seni yang 'menyerang' kemapanan kapitalisme dengan dalih penjiplakan dan pelanggaran hak cipta.

Menuding produk seni yang tidak dilabeli dengan hak cipta sebagai karya seni 'sampah.' Dan masyarakat sebagai penikmat seni akan semakin dirugikan hak-hak demokrasinya. Karena penilaian mereka kemudian dikontrol dengan ketat oleh perusahaan pelabel hak cipta. Tak ada lagi kebebasan memilih produk. Produk yang layak diedarkan, dikonsumsi, dinikmati masyarakat haruslah produk yang telah mendapatkan label hak cipta.

Kontra Hak Paten

Itulah mengapa sepasang ilmuwan politik dan budaya asal Belanda, Joost Smiers dan Marieke Van Schijndel dengan bukunya yang berjudul *Dunia Tanpa Hak Cipta* menantang adanya hak cipta dan hak paten dalam bentuk apapun.

Pasalnya, paten adalah salah satu hak kekayaan intelektual mulai mendekati ajalnya. Pasalnya sejumlah besar ilmu pengetahuan yang diperoleh selama ini sebenarnya kebanyakan berasal dari usaha-usaha sosial manusia yang telah diprivatisasi. Ironisnya apa yang berasal dari proses pengembangan ilmu pengetahuan yang kita miliki seluruhnya itu, baik secara kiasan maupun harfiah, justru diinvestasikan ke perusahaan-perusahaan pengumpul paten hingga ke partikel-partikel yang paling kecil.

Siapapun yang melanggar akan mendapat sanksi dan denda yang mahal. Bagi perusahaan pemenang pengadilan paten itu jelas anugerah. Ia bisa mendapatkan laba dari kemenangannya itu. Sekaligus kehancuran perusahaan yang kalah. Pemenang bisa merebut pasar perusahaan yang kalah. Mematikan produk mereka lewat vonis pengadilan.

Akan tetapi bagi seseorang yang terkena kasus hak paten jelas malapetaka. Untuk itulah buku ini ada. Memberikan bahan berdasarkan hasil penelitian dua ilmuwan negeri kincir angin itu untuk menghentikan hak paten. Tanpa menghentikannya akan banyak pekerja seni akan menjadi korbannya. Seperti yang dialami Deni Aryasa, seorang perajin asal Bali pada 2008 silam misalnya.

Dia terpaksa berurusan dengan meja hijau dan dituntut dua tahun penjara. Pasalnya, dia dituding menjiplak dan menyebarluaskan salah satu motif fleur atau bunga milik perusahaan perak asal Kanada, PT Karya Tangan Indah. Padahal motif ini adalah salah satu motif tradisional Bali yang kaya akan makna. Motif serupa dapat ditemui di hampir seluruh ornamen seni di Bali, seperti gapura rumah, ukiran-ukiran Bali, bahkan dapat ditemui sebagai motif pada sanggah atau tempat persembahyangan umat Hindu di Bali.

Ironisnya, motif tradisional Bali ini ternyata dipatenkan pihak asing di Direktorat Hak Cipta, Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Republik Indonesia pada tahun 2006 dengan nomor 030376. Pada surat keputusan Ditjen Haki, tertulis pencipta motif fleur adalah Guy Rainier Gabriel Bedarida, warga Prancis yang bermukim di Bali. Sedangkan pemegang hak cipta adalah PT Karya Tangan Indah milik pengusaha asal Kanada, John Hardy.

Tak hanya itu saja. Malah, motif fleur ini juga telah dipatenkan di Amerika Serikat, sehingga kini perajin perak di Bali yang menggunakan motif sejenis bisa terancam pelanggaran hak cipta. Berdasarkan catatan Asosiasi Perajin Perak sedikitnya terdapat 800 motif perak tradisional Bali yang telah dipatenkan pihak asing di Amerika Serikat. Sungguh buku yang layak dibaca dan didiskusikan bersama.

Kotan Pasaman

Berkarya dengan Hati

Badan Kejuruan Kimia Persatuan Insinyur Indonesia (BKK PII) meluncurkan buku biografi Kotan Pasaman, yang berjudul *Berkarya dengan Hati*. Buku ini merupakan serial buku terdahulu yang bertajuk, *Jejak Karya Anak Negeri*.

Sebagai penulis buku, mantan Presdir PT Pupuk Kaltim ini, sudah dianggap sangat mumpuni dalam industri pupuk. Gelar Bapak Industri Pupuk Indonesia-pun melekat pada dirinya.

Buku biografi inspiratif setebal 235 halaman ini, ditulis oleh wartawan senior Linda Djalil & R. Ahmed Kurnia Soeriawidjaja. Buku ini berisi tentang perjalanan hidup Kotan, dari masa belia hingga berhasil menjadi seorang ahli industri pupuk.

Awalnya tak banyak orang yang tahu kiprah laki-laki kelahiran Tanjungkarang, 5 April 1933 ini. Setelah lulus dari ITB Bandung pada 1959, Kotan memulai karirnya, merangkak dari bawah hingga akhirnya duduk di tangga teratas PT Pupuk Kaltim.

Sebagai salah satu pengarang buku, Linda Djalil menilai Kotan adalah salah satu orang yang berusaha keras memajukan industri pupuk di Indonesia, dengan segala sepak terjangnya. Linda mengatakan perjalanan hidup Kotan penuh dengan drama. "Saya menulis buku ini mungkin terlihat seperti didramatisir. Tapi itu adalah yang sebenarnya perjalanan hidup Pak Kotan, yang penuh drama," ungkapnya yang hanya disambut dengan senyum oleh Kotan.

Kotan dipilih untuk menjadi tokoh pertama dalam serial ini, karena dia merupakan Insinyur Profesional Utama (IPU) pertama, dan masih menjadi satu-satunya di BKK PII. Menurut Linda, nilai-nilai kebaikan dari apa yang diperbuat oleh Kotan, menjadi salah satu insipirasinya menulis buku ini. Linda menuturkan pengalaman dan karakter Kotan bagus untuk dicontoh. "Selain seorang yang jujur, dan tegas, Kotan juga santun. Sebuah karakter yang langka dijumpai saat ini," katanya. ■ **Rahmayulis Saleh**

BISNIS/RAHMAYULIS SALEH

Erwin Parengkuan

Bisnis Kue The Baked Goods

Di luar kesibukannya sebagai selebritas, pembawa acara (*master of ceremony*/MC), *event organizer* (EO), dan mengajar di sekolah MC Talk-Inc yang menyita waktu, Erwin Parengkuan ternyata masih berbisnis yang juga berlaku sekaligus wadah penyaluran hobi memasaknya.

Memiliki latar belakang memasak yang menurun dari ibunya, lelaki kelahiran Manado pada 4 Februari 1970 tersebut mengaku sempat dibuat kelimpungan di awal karir bidang *entertainment*.

"Ibu saya mengelola restoran sejak saya kecil, saya senang memasak, dan istri suka bikin kue, tetapi belum pas waktunya dengan kesibukan saya. Namun, setelah beberapa tahun, baru pada 2009 jadi juga jualan kue, tetapi baru *online* yang lebih ringkas," ujarnya.

Presenter acara *Bisnis Indonesia* Award 2011 itu ternyata tak langsung menamai usahanya dengan nama yang sudah terkenal sekarang, *The Baked Goods*. Namun, dengan konsep awal untuk mengirimkan kenikmatan pesta kue ke rumah konsumen sehingga diberi nama *Party at Home*.

Seiring dengan peningkatan pesanan, seorang kawan di KemChicks Pacific Place menyodorkan tawaran menggiurkan: membuka outlet. Tak ayal, konsep memesan 'pesta' ke rumah konsumen beralih menjadi *The Baked Goods* agar pesta kue itu dapat dinikmati di tempat. Tak berapa lama, akhirnya dua *outlet* baru juga dibuka di Sabang dan Senayan City pada 2011 dan pertengahan 2012.

Konsep yang ditawarkan pun terbilang unik. Didukung mertua yang berasal dari Republik Ceska (Ceko), resep beberapa kue dan kue kering (*cookies*) serta makanan ringan dan berat (*light* & *heavy meal*) dapat dinikmati di counter *The Baked Goods*. Bahkan, sekarang toko kue itu sudah berinovasi dengan menyajikan makanan *diebetic* untuk mempersilahkan penderita gula tinggi dapat tetap menikmati kue bikinan Erwin bersama sang istri, Jana Gunawan.

Total, sudah ada 50 jenis *cookies*, *cake*, *light & heavy meals*, yang dibuat sendiri dari kantor pusatnya di bilangan Jakarta Timur, dekat dengan kediaman Erwin. Dari jumlah itu, sekitar 20% memiliki resep yang diboyong dari Ceko, salah satunya adalah *goulash*, yaitu sup kari daging khas Eropa yang dimasak di dalam kuali dengan citarasa paprika dan rempah lain.

Bisnis yang dimulai dengan modal awal belasan juga itu akhirnya sudah membuahkan hasil. Meskipun masih belum balik modal karena nilai investasinya yang sudah meninggi hingga di atas Rp1 miliar, sekarang bisnis bapak yang akan menerbitkan buku kuliner pada tahun depan itu berniat dimatangkan hingga tahun depan.

"Nanti, inginnya 2014 baru akan buka satu lagi cabang, di Bali." *Wah*, semoga bisnis Mas Erwin sukses sampai ke mancanegara *ya*.

■ Irvin Avriano A.

DOK. PRIBADI

Jessica Alba

Dirikan Perusahaan

Selebriti berbisnis sudah bukan hal yang aneh lagi. Jessica Alba adalah salah satu dari sekian banyak selebriti Hollywood yang memutuskan untuk menceburkan diri ke dunia bisnis. Bersama mitra kerjanya, Christopher Gavigan, Alba mendirikan perusahaan yang diberi nama ***The Honest Company***.

Honest Company adalah perusahaan e-commerce, yang beralamat situs www.honest.com. Perusahaan ini menyediakan berbagai keperluan bayi yang ramah lingkungan dan bebas racun dengan harga yang terjangkau. "Saat saya mengandung putri pertama saya pada 2008, saya baru menyadari sulitnya mendapatkan produk bayi dan rumah tangga yang bebas racun dan ramah lingkungan. Dari sanalah bibit bisnis ini mulai tumbuh," kata ibu dua anak ini seperti dikutip ***forbes.com***.

Alba mengaku dirinya butuh waktu tiga tahun sebelum memulai berbisnis. Dia menyatakan tiga tahun itu digunakan untuk melakukan penjajakan dan riset potensi pasar produk ramah lingkungan. Menurutnya, maraknya media sosial seperti *twitter* dan *facebook* menjadi lahan promosi produk untuk perusahaan barunya itu.

Upaya tersebut dilakukan berdasarkan tiga kunci bisnis yang dianutnya. *Pertama,* membuat perencanaan bisnis yang sesuai. *Kedua,* memiliki harapan yang realistis terhadap bisnis yang akan dikembangkan, dan *ketiga,* memahami dengan benar pasar bisnis. "Bagi yang ingin memulai bisnis, tetaplah setia pada keunikan bisnis anda. Kalau ada orang yang berhasil membujuk anda untuk meninggalkan hal itu, maka mungkin bisnis tersebut tidak tepat untuk anda," katanya.

Selain itu, Alba meyakini perusahaannya tidak akan berkembang bilamana tidak responsif terhadap keinginan pelanggan. "Oleh karena itu, struktur di ***Honest*** memudahkan kami mengubah strategi sesuai dengan kebutuhan dan permintaan pelanggan. Tim *customer service* kami secara aktif merespon permintaan pelanggan terhadap produk baru," kata Alba. ■ Diena Lestari

REUTERS

Isi di luar tanggung jawab percetakan PT Aksara Grafika Pratama