

bankjatim

Edisi: 001 | Th-I | November 2017

media komunikasi dan informasi bankjatim



**Bank Jatim Awali Undian
Hadiah Simpeda di Bondowoso**



Mencecap Legitnya Pasar Anak Muda



**POLEMIK UANG ELEKTRONIK,
PERBANKAN DAERAH
TUNGU REGULATOR**



**PENINGKATAN TARAF HIDUP
& PENGEMBANGAN INDUSTRI
KREATIF BOJONEGORO**

**BERKUNJUNG KE DOLLY,
KAMPUNG WISATA
PENUH CERITA**



Anda dapat memiliki semua keistimewaan
dalam hidup dengan lebih mudah
bersama

JATIMPRIORITAS

Airport Lounge

Fasilitas airport lounge
di berbagai kota di Indonesia

www.bankjatim.co.id



Info Bank Jatim 14044
www.bankjatim.co.id

bankjatim
yang terbaik untuk anda

- Bank Jatim
- bank_jatim
- bankjatim
- Bank Jatim

MENGGENGAM PASAR ANAK MUDA

DALAM beberapa tahun terakhir, telah muncul sebuah fenomena baru di dunia ekonomi kita, yaitu tumbuhnya banyak kreasi ekonomi yang bersumber dari kekuatan kaum muda. Perilaku ekonomi mereka berbeda 180 derajat dengan generasi sebelumnya. Mereka bergerak independen, saling terkoneksi, kreatif, penuh percaya diri, dan multi talenta. Model bisnisnya pun semakin mencair, tidak tersekat pada satu bidang bisnis secara kaku.

Kelompok ekonomi kaum muda ini bergerak lincah. Sebagian dari mereka tak mempunyai kantor "resmi". Alamat kantor memang ada untuk kebutuhan administratif, tapi mereka bekerja dari mana saja: dari kafe, restoran, mobil, atau rumah.

Gaya berbisnisnya pun lain. Karena generasi muda ini punya ciri multitalenta, mereka menggerakkan bisnis dengan cara yang khas. Kita tidak lagi membayangkan gaya kerja mereka di belakang meja dalam satu ruangan tertutup, dengan pakaian kemeja berdasi yang rapi. Mereka berbisnis dengan cara spesial: sambil berkumpul bersama temannya di kafe, sambil mengantarkan anak di wahana permainan, atau bahkan di perjalanan di dalam mobil.

Perlahan tapi pasti, kekuatan ekonomi mereka terus membesar. Selain didukung penetrasi teknologi informasi, salah satu dampak pendorongnya adalah besaran populasi. Negeri ini makin dipenuhi kaum muda produktif yang lincah. Masa depan ekonomi negeri pasti akan ditentukan oleh mereka.

Perubahan fenomena ekonomi itulah yang coba direspons oleh **bankjatim**, yang antara lain isinya dibahas di salah satu rubrik majalah ini. Sebagai lembaga keuangan profesional, **bankjatim** secara cermat menyusun strategi pasar sesuai dengan tantangan-tantangan yang dihadapi di industri jasa keuangan. Hal itu sekaligus membuktikan bahwa **bankjatim** senantiasa berupaya mewujudkan yang terbaik bagi Anda.

Direksi menyambut hangat penerbitan majalah edisi November ini, yang secara apik telah menyajikan beragam informasi bermanfaat bagi para pembaca. Selamat membaca.

R. Soeroso
DIREKTUR UTAMA



■ EVENT

Bank Jatim Awali Undian Hadiah Simpeda di Bondowoso | 04

Sebagai bentuk apresiasi kepada nasabahnya, Bank Jatim menyelenggarakan Gemerlap Hadiah Undian Simpeda Eksotika Budaya Jawa Timur. Pengundian tahap awal yang dilangsungkan di Bondowoso sekaligus meliputi cabang Probolinggo, Kraksaan, Banyuwangi, Situbondo, Jember dan Lumajang.

■ LAPORAN UTAMA

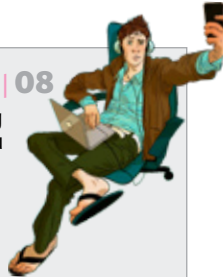
Mencecap Legitnya Pasar Anak Muda | 08

Besarnya kekuatan dan potensi anak-anak muda memang tidak diragukan lagi. Banyak kisah sukses pemuda mampu mengubah wajah dunia.

Bank Jatim dan Produk untuk Generasi Muda | 10

■ FERDIAN TIMUR SATYAGRAHA | DIREKTUR KEUANGAN BANK JATIM

"Kita Bakal Punya Pembiayaan untuk Generasi Milenial" | 11



■ SYARIAH

Umroh Bertambah Berkah dengan Pembiayaan Terpercaya | 12

■ OPINI

Bisnis dan Kreativitas | 14

■ BERITA EKONOMI

Mendagri: Soekarwo Letakkan Dasar Jatim jadi Provinsi Berdaya Saing | 16

Polemik Uang Elektronik, Perbankan Daerah Tunggu Regulator | 16

Transaksi Perdagangan Bilateral Wajib Pakai Mata Uang Lokal | 16

■ OFFICE CHANNELING

■ BANK JATIM-TASPEN

Tingkatkan Layanan bagi Nasabah, Beri Pelatihan Office Chanelling | 17



■ INVESTOR NEWS

Daya Tarik BJTM bagi Investor Asing | 18

■ LENSEA BJTM | 20

■ SOCIAL RESPONSIBILITY

CSR Bank Jatim untuk Peningkatan Taraf Hidup dan Pengembangan Industri Kreatif Bojonegoro | 22

■ BERITA CABANG

■ KANTOR CABANG PEMBANTU KERTOSONO

Agresif dan Jeli Melihat Peluang | 23

■ UMKM

■ ABON HJ. SUN

Inovasi Abon Kluwih yang Jadi Favorit | 24



■ IDE BISNIS

Memanjangkan Laba Cukur Rambut Khusus Pria | 26

Tumbuhnya perekonomian dan makin meningkatnya pendapatan masyarakat melahirkan banyak peluang bisnis baru. Salah satu yang kini sedang sangat moncer adalah bisnis jasa potong rambut khusus pria atau barbershop. Labanya menggiurkan.



■ MONEY

Bonus Akhir Tahun Buat Apa? | 28

■ TEKNOLOGI

Teknologi Smartphone yang Trending di Sepanjang 2017 | 29



■ KESEHATAN

Vertigo | 30

■ BUDAYA

Ludruk, Jangan Jadi Kenangan | 31

■ KULINER

Kue Kekinian ala Selebriti | 32



■ DESTINASI

Berkunjung ke Dolly, Kampung Wisata Penuh Cerita | 34

■ BINTANG

■ RIZYANA MIRDA - DIREKTUR MANAJEMEN RISIKO BANK JATIM

Bankir Berprestasi yang Semula Ingin Jadi Dokter | 36

■ INSPIRASI

Semangati Anak Muda Jadi Wirausaha | 38

SEMANGAT BARU

MAJALAH **bankjatim** kembali hadir menyapa Anda semua, para pembaca yang budiman. Edisi bulan November ini sekaligus menjadi penanda penampilan baru majalah **bankjatim**. Bukan hanya baru dari sisi penampilan, tapi juga baru dari sisi semangatnya, yaitu konten yang lebih beragam dan bahasan yang lebih mendalam namun tetap disajikan dengan gaya bahasa santai.

Semangat baru yang diusung ini sejatinya juga tak lepas dari visi **bankjatim** yang ingin selalu memberikan yang terbaik bagi seluruh pihak. Untuk selalu memberi yang terbaik, tentu inovasi demi inovasi adalah sebuah keniscayaan, termasuk di majalah ini.

Beberapa rubrik yang benar-benar baru kami hadirkan di majalah ini. Ada pula rubrik lama yang kemudian kami *remake* dengan sentuhan baru yang bukan hanya lebih mendalam, tapi juga menarik.

Untuk bahasan di *Laporan Utama*, edisi ini mengangkat tema terkait potensi ekonomi kaum muda. Saat ini kita hidup di era di mana anak muda menjadi kekuatan ekonomi tersendiri. Mereka bergerak dan bekerja dengan caranya sendiri: tanpa kantor, lincah, adaptif, tidak mengenal sekat perusahaan, dan kolaboratif.

Generasi yang lahir di era 1980-an ke atas ini semakin memegang peranan penting di

perekonomian. Bukan hanya saat ini, tapi juga dalam beberapa tahun mendatang. Apalagi, Indonesia—dan tentu saja Jatim—akan mengalami bonus demografi di mana penduduk usia produktif mendominasi populasi. Di situlah ekonomi diprediksi bergerak jauh lebih kencang.

Fenomena tersebut perlu dipahami dan kemudian disikapi dengan langkah-langkah yang tepat, termasuk oleh perbankan seperti **bankjatim**. Sebagai perusahaan jasa keuangan yang selalu memberikan yang terbaik bagi banyak pihak, **bankjatim** juga terus mendorong pergerakan ekonomi kaum muda ini dengan berbagai macam strategi dan pengembangan produk.

Beberapa rubrik baru kami hadirkan di sini. Di antaranya adalah rubrik *Ide Bisnis, Karir, Kesehatan, Teknologi, dan Inspirasi Jatim*. Semuanya disajikan dengan tema yang mampu memberi informasi penting dengan kemasan yang ringan.

Ada pula rubrik *Bintang* yang menampilkan sosok penuh inspirasi di kalangan **bankjatim** yang diharapkan bisa mendonasikan semangat baru ke seluruh jajaran **bankjatim** untuk terus berupaya meningkatkan kinerjanya.

Kami berharap majalah ini bisa memberi informasi yang tidak hanya menarik, tapi juga melahirkan banyak manfaat bagi para pembaca.

Selamat membaca.
Redaksi.



bankjatim 



www.bankjatim.co.id

 Bank Jatim

 bank_jatim

 bankjatim

 Bank Jatim

SUSUNAN REDAKSI

Pelindung: Direksi | **Ketua Dewan Redaksi:** Umi Rodiyah | **Pemimpin Redaksi:** Avan Dhinawan
| **Redaktur:** Evi Santi D | **Fotografer:** M. Iskandar | **Reporter:** Wisnu A - Mira Q - Kanda D

Alamat Redaksi: Jl. Basuki Rahmat 98 - 104, Surabaya 60271 | Telp. **031-5310090**
e-mail: corsec@bankjatim.co.id

Bank Jatim Awali Undian Hadiah Simpeda di Bondowoso

Sebagai bentuk apresiasi kepada nasabahnya, Bank Jatim menyelenggarakan Gemerlap Hadiah Undian Simpeda Eksotika Budaya Jawa Timur. Pengundian tahap awal yang berlangsung di Bondowoso sekaligus meliputi cabang Probolinggo, Kraksaan, Banyuwangi, Situbondo, Jember dan Lumajang.

HADIAH utama untuk pengundian di tingkat regional senilai Rp 100 juta dan hadiah kedua yaitu Rp 50 juta untuk 41 pemenang. Direktur Utama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk

R. Soeroso mengatakan, Grand Prize Undian Hadiah Simpeda nantinya akan memperebutkan uang tunai senilai Rp 500 juta.

"Grand Prize nanti akan diselenggara-

kan di kota pahlawan Surabaya pada Bulan November dengan memperebutkan hadiah senilai Rp 500 juta," ujar Soeroso.

Soeroso mengatakan, Bondowoso dipilih menjadi tuan rumah karena tahun ini Cabang Bondowoso labanya terbaik, kreditnya juga sudah tercapai 100 persen dan termasuk satu dari empat cabang terbaik di Provinsi Jatim bersama Lumajang, Situbondo dan Kepanjen. "Kepada masyarakat Bondowoso dan sekitarnya, saya mengucapkan terima kasih karena sudah menggu-





nakan **bankjatim** sebagai pilihannya," kata Soeroso.

Bupati Bondowoso Amin Said Husni dalam kesempatan yang sama menambahkan, Bondowoso saat ini sudah semakin berkembang. Kesejahteraan masyarakatnya meningkat utamanya sejak dikembangkannya klaster kopi arabika Java Ijen Raung.

"Klaster kopi tersebut dikembangkan bersama oleh Kabupaten Bondowoso, B1 Jember, Puslit Kopi dan Kakao, Perhutani serta **bankjatim**. Jadi **bankjatim** adalah

bagian tidak terpisahkan dari pengembangan Kabupaten Bondowoso," ujar bupati yang dijuluki sebagai Presiden Bondowoso Republik kopi tersebut.

Acara yang menggabungkan kesenian tradisional dan modern tersebut dimeriahkan dengan penampilan dari penyanyi ibu kota Erdian Aji Prihartanto atau Anji yang sekarang tenar dengan lagunya 'Dia'. Dengan gayanya yang komunikatif dengan penonton, Anji menyanyikan 10 lagu termasuk lagu terbarunya 'Bidadari Tak Bersayap'. ■





Mencecap Legitnya Pasar Anak Muda

Besarnya kekuatan dan potensi anak-anak muda memang tidak diragukan lagi. Banyak kisah sukses pemuda mampu mengubah wajah dunia.

SEBUT saja pendiri situs pencarian Google, Sergey Brin dan Larry Page; atau pendiri Facebook, Mark Zuckerberg; atau pembuat aplikasi Whatsapp, Jan Koum. Mereka adalah anak-anak muda yang mampu mengubah dunia, saat ini dan mungkin di masa mendatang. Mereka mampu menyatukan miliaran umat manusia dalam produk-produk buatannya. Kini, hampir seluruh umat manusia, yang sudah tersentuh modernisasi, tentunya pasti menjadi salah satu pengguna produk buatan anak-anak muda itu.

Di Indonesia, juga ada anak-anak muda brilian yang mampu mengubah pasar. Nadiem Makarim misalnya, dengan aplikasi GoJek-nya mampu mengubah wajah transportasi publik di Indonesia yang mulai suram. Melalui GoJek, ia mampu mengubah ribuan orang pengangguran menjadi berpenghasilan, atau yang sebelumnya sudah berpenghasilan, bisa bertambah pendapatannya.

Atau ada pula William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison yang mendirikan Tokopedia serta Achmad Zaky yang mencetuskan Bukalapak, situs *marketplace online* yang kini mampu mengubah cara orang Indonesia berbelanja. Bagaimana situs-situs tersebut mampu memunculkan pengusaha-pengusaha baru. Dengan modal minimal, namun pendapatannya maksimal. Perilaku konsumen pun berubah, dari yang gemar mendatangi pusat-pusat perbelanjaan, kini hanya duduk manis di rumah pun bisa mendapatkan apapun barang yang diinginkan.

Anak-anak muda diatas adalah Generasi *Millennial* yang mempunyai ciri dan karakter khas. Generasi *Millennial*, atau sering disebut generasi Y, adalah kelompok demografi setelah Generasi X (Gen-X).

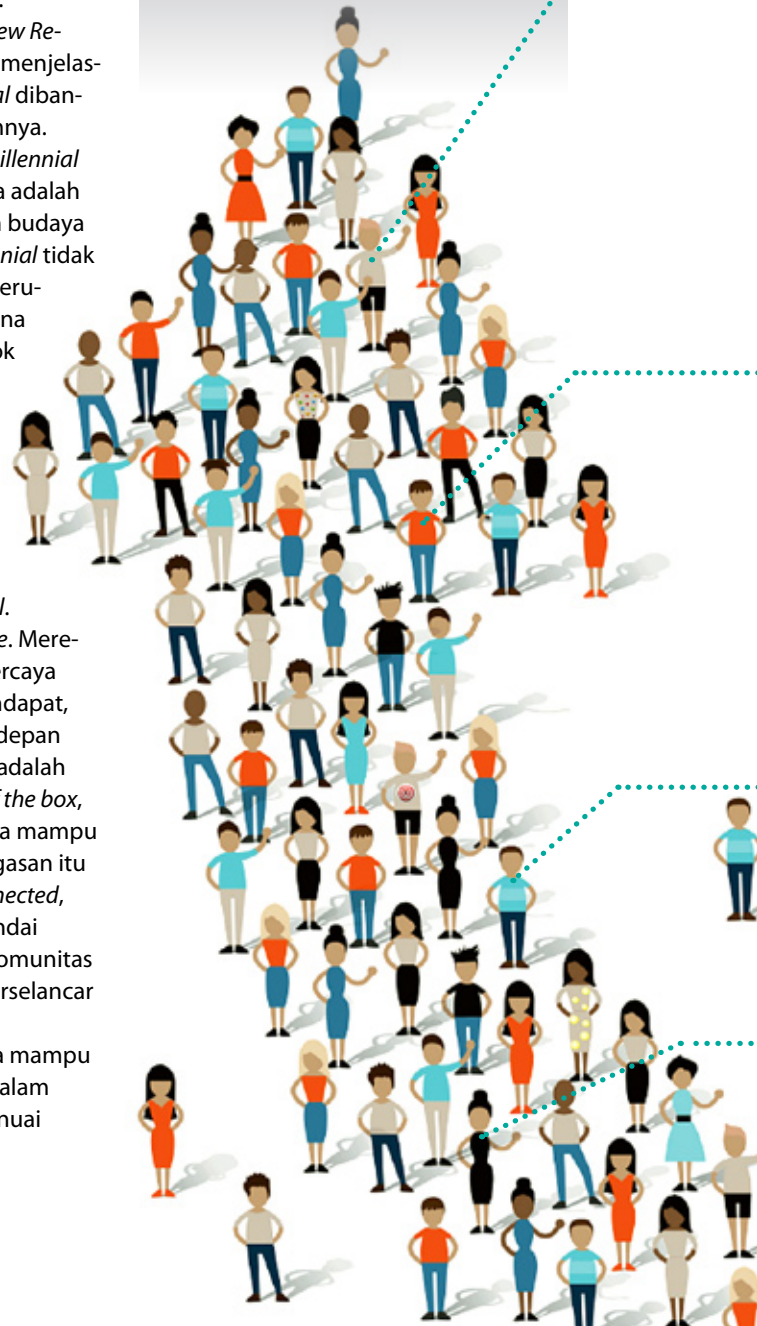
Para ahli dan peneliti biasanya menggunakan awal 1980-an sebagai awal kelahiran kelompok ini dan pertengahan tahun 1990-an hingga awal 2000-an sebagai akhir kelahiran. Salah satu momen penting yang dilalui generasi ini adalah mulai berkembangnya internet. Pertumbuhan internet nan masif, sedikit banyak mempengaruhi pola pikir generasi ini.

Hasil riset yang dirilis oleh *Pew Research Center*, secara gamblang menjelaskan keunikan Generasi *Millennial* dibanding generasi-generasi sebelumnya. Yang mencolok dari Generasi *Millennial* dibanding generasi sebelumnya adalah soal penggunaan teknologi dan budaya pop atau musik. Generasi *Millennial* tidak bisa dilepaskan dari teknologi, terutama internet dan hiburan, karena sudah menjadi kebutuhan pokok bagi mereka.

Setidaknya ada 3 karakter khas yang dimiliki generasi ini. Hassanudin Ali dan Lilik Purwandi dalam Buku *Millennial Nusantara*, mengungkapkan ada sedikitnya 3 karakter khas yang dimiliki Generasi *Millennial*. Yang pertama adalah *confidence*. Mereka adalah orang yang sangat percaya diri, berani mengemukakan pendapat, dan tidak sungkan berdebat di depan publik. Kedua, *creative*, mereka adalah orang yang biasa berpikir *out of the box*, kaya akan ide dan gagasan, serta mampu mengomunikasikan ide dan gagasan itu dengan cemerlang. Ketiga, *connected*, mereka adalah pribadi yang pandai bersosialisasi terutama dalam komunitas yang mereka ikuti, serta aktif berselancar di media sosial dan internet.

Ketiga karakter tersebut, jika mampu ditangkap dan diterjemahkan dalam suatu produk, pastilah akan menuai kesuksesan.

SOCIETY EVOLUTION



GENERASI MILLENNIAL DAN POTENSI BISNIS BANK

Pasar anak muda, lebih khusus Generasi *Millennial*, di Indonesia memang sangatlah besar. Berdasarkan Hasil Proyeksi Penduduk Indonesia dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah penduduk Indonesia pada tahun 2017 diprediksi sebanyak 261 juta orang. Dari jumlah tersebut, yang bisa dikategorikan Generasi *Millennial* (usianya saat ini berkisar 20-40 tahun) mencapai 83,306 juta

terhadap *brand* seperti ini yang tentunya harus ditangkapi dan diolah perbankan untuk menjamin keberlangsungan hidup perusahaan di masa mendatang.

PRODUK YANG PAS UNTUK GENERASI MILLENNIAL

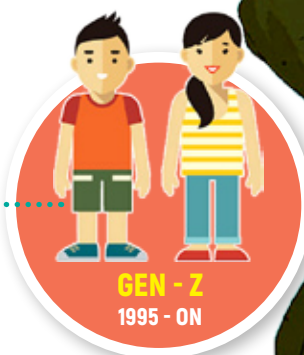
Hasil temuan riset *Alvara Research Center* yang dirilis dalam publikasi "*The Urban Middle-Class Millennials Indonesia: Finance, Online Behavior And Values*" menunjukkan bahwa Generasi *Millennial* adalah generasi yang sudah melek terhadap produk keuangan. Total *awareness* mereka terhadap produk keuangan hampir merata di semua produk. Total *awareness* keseluruhan produk mencapai 785 persen, yang artinya setiap satu orang memiliki pengetahuan terhadap hampir delapan produk keuangan.

Produk keuangan yang paling diingat (*Top of Mind/ToM*) konsumen adalah produk tabungan (79,8 persen), yang memiliki persentase sangat jauh lebih tinggi dibanding dengan *ToM* produk lain. Lima produk keuangan dengan tingkat *awareness* tertinggi yaitu produk tabungan, asuransi kesehatan, deposito, kartu kredit dan kredit kepemilikan rumah (KPR).

Dari sisi kepemilikan produk keuangan, secara keseluruhan, generasi ini rata-rata memiliki hampir tiga kepemilikan produk keuangan. Hal ini tercermin dari total persentase kepemilikan produk keuangan yang mencapai 286,1 persen. Kepemilikan produk keuangan didominasi produk simpanan atau tabungan umum dimana sekitar 94,4 persen Generasi *Millennial* sudah mempunyai produk simpanan.

Jika dipilah lagi, generasi dengan usia muda ditemukan lebih banyak memiliki kredit kendaraan bermotor dibanding kelompok usia yang lebih tua. Generasi yang lebih tua lebih banyak memiliki produk tabungan deposito berjangka, asuransi jiwa, kartu kredit, KPR, dan asuransi mobil. Generasi yang lebih tua cenderung memiliki jenis produk keuangan yang lebih banyak karena memang secara karir dan keuangan lebih mapan dibanding generasi yang lebih muda, yang mungkin masih menjadi mahasiswa dan *early jobbers*. ■

USIA: 21
KEBAWAHA



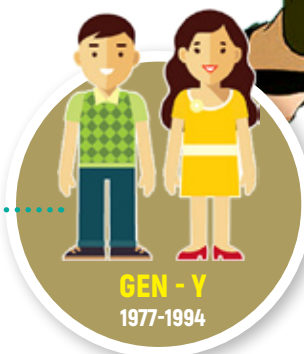
orang, hampir sepertiga dari total jumlah penduduk Indonesia.

Jumlah yang besar ini tentunya juga menggiurkan bagi banyak industri. Tak terkecuali industri perbankan. Meski besar, perbankan tentunya harus mencari formulasi yang pas untuk memberikan *treatment* yang tepat, agar mereka bisa terhubung dan menjadi nasabah loyal.

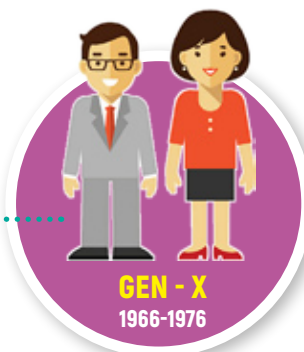
Penelitian dari *MasterCard Advisors analysis* di Eropa pada 2012 menyebutkan pelanggan atau nasabah yang sudah berhubungan dengan bank di masa muda mereka, mempunyai kemungkinan besar untuk melanjutkan hubungan tersebut hingga mereka dewasa. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa ketika sudah terjalin keterikatan dengan suatu bank, hanya 10 persen yang berkemungkinan pindah.

Dalam penelitian yang sama juga didapati bahwa Rata-rata keuntungan tahunan per nasabah perbankan juga terus bisa ditingkatkan jika nasabah tersebut sudah terikat sejak muda. Misalnya, nasabah berusia 10 tahun akan bisa menghasilkan pendapatan tahunan bagi bank dalam jangka panjang. Loyalitas

USIA: 22-39



USIA: 40-50



USIA: 51-70



Bank Jatim dan Produk untuk Generasi Muda

Potensi pasar anak muda, khususnya Generasi *Millennial*, yang sedemikian besarnya, membuat Bank Jatim terus berusaha menyesuaikan bisnisnya untuk merangkul segmen ini. Saat ini bank yang mayoritas sahamnya dimiliki Pemerintah Provinsi dan Kabupaten/Kota se-Jawa Timur ini sudah menyiapkan berbagai produk dan layanan perbankan untuk mengakomodir gaya hidup generasi muda.

DIAWALI dengan meluncurkan layanan *SMS Banking* pada 2014 silam, **bankjatim** terus meningkatkan layanan berbasis IT dengan meluncurkan layanan *Internet Banking* pada 2015 dan yang terbaru, layanan *Mobile Banking* pada tahun 2016 lalu.

Layanan berbasis IT ini diharapkan bisa memberikan kemudahan bagi nasabah **bankjatim** untuk bertransaksi tanpa harus datang ke kantor cabang. Layanan seperti transfer dana antar rekening **bankjatim** maupun ke rekening bank lain di dalam negeri, pembayaran tagihan, pembayaran pajak, pembelian pulsa hingga pembayaran tagihan *e-commerce* juga bisa dilakukan dari *gadget* nasabah.

Direktur Keuangan **bankjatim**, Ferdian Timur Satyagraha, mengatakan, layanan berbasis IT ini sangat memudahkan generasi muda untuk mengakses layanan **bankjatim**. "Nasabah generasi muda sangat membutuhkan layanan seperti ini. Karenanya kami akan terus memberikan layanan sejenis di masa

depan," katanya.

Saat ini **bankjatim** juga sedang menyiapkan layanan berbasis IT yang lebih canggih yakni sistem pembayaran dan transaksi digital berbasis *QR Code* dan *RFID*. "Jadi nantinya nasabah **bankjatim** bisa bertransaksi di *merchant-merchant* hanya menggunakan *smartphone* mereka. Pembayarannya akan langsung didebetkan dari saldo masing-masing nasabah," tutur Ferdi, sapaan akrab Ferdian Timur.

Disamping layanan berbasis IT, **bankjatim** juga tengah menyiapkan produk perbankan untuk menyasar nasabah muda. Salah satunya adalah produk simpanan yakni Tabungan Siklus yang salah satu keuntungannya adalah adanya program Bunga Plus. Dalam program Bunga Plus ini nasabah yang menabung dengan jumlah dan dalam waktu tertentu bisa memilih hadiah sesuai dengan keinginannya.

"Jadi, misalkan nasabahnya anak muda, dan ingin memperoleh hadiah mobil, maka mereka bisa memilih jenis



mobil yang sesuai dengan keinginan mereka, dihitung berdasarkan plafon hadiah yang mereka dapatkan," papar Ferdi.

Di sektor pembiayaan, **bankjatim** juga menyiapkan produk pembiayaan untuk mahasiswa. Pembiayaan ini akan mempermudah mahasiswa untuk memenuhi biaya pendidikan di perguruan tinggi.

Sementara untuk anak muda yang mempunyai usaha, **bankjatim** juga berencana membuat semacam inkubator bisnis untuk pengusaha UMKM khususnya anak-anak muda yang kini banyak membuat rintisan usaha atau *start-up*. Melalui inkubator bisnis ini diharapkan bisa membantu pengusaha muda mengembangkan bisnisnya dengan dukungan produk-produk **bankjatim**.

Selain menyiapkan produk dan layanan, **bankjatim** juga terus meningkatkan *brand awareness* di kalangan anak muda dengan mengubah strategi pemasaran produk-produknya agar lebih mengena ke anak muda, salah satunya melalui strategi *soft selling* memanfaatkan media sosial. "Kami akan buat konten-konten edukasi yang mengena dan mudah dimengerti oleh anak muda," tandas Ferdi. ■



FERDIAN TIMUR SATYAGRAHA | DIREKTUR KEUANGAN BANK JATIM

"Kita Bakal Punya Pembiayaan untuk Generasi Milenial"



BESARNYA pasar anak muda, termasuk di Jawa Timur, direspons **bankjatim** dengan beragam strategi. Bank kebanggaan *wong Jawa Timur* ini terus melakukan penetrasi untuk menggaet segmen anak muda. Bagaimana strategi dan eksekusinya? Berikut wawancara dengan Direktur Keuangan **bankjatim**, Ferdian Timur Satyagraha.

Bagaimana bankjatim memandang pasar anak muda dalam mengembangkan bisnis perbankan?

Dengan perkembangan teknologi dan perkembangan generasi milenial saat ini, potensi pasar anak muda memang terbuka lebar. Anak-anak muda adalah generasi penerus yang akan menjadi penentu kebijakan di masa mendatang. Mereka juga adalah simbol dari inovasi.

Kita juga sadar bahwa untuk membangun *brand acquisition* harus dimulai pada usia-usia muda. Jika satu *brand* sudah mengena dan dipercaya, maka kami yakin mereka akan terus menggunakan brand itu di masa mendatang. Begitu pula sebaliknya, jika suatu brand tidak bisa berinovasi dengan merangkul pasar anak muda, maka lama-kelamaan *brand* ini akan ditinggalkan. Karenanya **bankjatim** akan didorong menyasar ke target market tersebut.

Bagaimana langkah bankjatim dalam menyasar target anak muda?

Untuk menyasar target pasar anak muda, kita harus punya produk dan layanan yang sesuai dengan karakteristik dan gaya hidup anak muda. Salah satunya adalah layanan yang mendukung penggunaan teknologi seperti *mobile banking*, *internet banking* atau *SMS banking*. Kita sudah mengembangkan layanan tersebut. Kita juga mempunyai produk uang elektronik. Meskipun masih bekerjasama dengan bank lain, namun produk ini juga bisa digunakan untuk mendukung aktivitas anak muda.

Selain itu, kami juga mempunyai produk tabungan Siklus yang salah satu programnya adalah Bunga Plus. Dalam program Bunga Plus ini nasabah yang menabung bisa memilih hadiah sesuai dengan keinginannya. Jadi misalkan nasabahnya anak muda, dan ingin memperoleh hadiah mobil, maka mereka bisa memilih jenis mobil yang sesuai dengan keinginan mereka, dihitung berdasarkan plafon hadiah yang mereka dapatkan.

Selain mengembangkan produk dan layanan, apa yang dilakukan bankjatim untuk meningkatkan akuisisi nasabah anak muda?

Selain produk dan layanan, kami juga gencar menggelar program yang khusus menyasar nasabah muda. Diantaranya dengan menggelar atau mensponsori *event-event* yang berkaitan

dengan anak muda. Beberapa yang sudah dilakukan diantaranya ketika *event* pengundian hadiah SIMPEDA, kami menghadirkan bintang tamu artis-artis yang jadi idola anak muda. Kami juga mendukung program-program atau *event* yang digelar pemerintah Provinsi Jawa Timur yang memang menyasar anak muda.

Bagaimana dengan pemanfaatan media sosial?

Tentu kami juga menerapkan strategi pemasaran produk yang lebih mengena ke anak muda, salah satunya melalui strategi *soft selling* memanfaatkan media sosial. Kami buat konten-konten edukasi yang mengena dan mudah dimengerti oleh anak muda.

Kami terus aktif di media sosial, karena memang di situ tempatnya anak muda. Salah satu ciri khas Generasi *Millennial* saat ini adalah selalu terkoneksi lewat media sosial. Jadi perusahaan yang tidak bermain di wilayah itu pasti akan kesulitan meraih pasar anak muda.

Produk dan layanan apa yang akan dikembangkan bankjatim di masa depan untuk menyasar anak muda?

Kami saat ini tengah mengembangkan beberapa produk khusus untuk menyasar anak muda. Salah satunya adalah produk pembiayaan untuk biaya pendidikan di perguruan tinggi. Jadi melalui pembiayaan ini kami ingin membantu anak muda khususnya mahasiswa di Jawa Timur untuk mendapat akses pendidikan tinggi serta mendukung program pemerataan pendidikan. Untuk produk ini kami masih melakukan penjajakan dengan Universitas Airlangga (Unair) Surabaya.

Kami ingin, kedepan produk pembiayaan pendidikan ini bisa diperluas ke perguruan tinggi di seluruh Jawa Timur. Saat ini kami masih mencari formulasi yang tepat untuk pembiayaan ini, apakah akan dijamin oleh pihak kampus atau orang tua masing-masing.

Dari sisi peningkatan layanan berbasis teknologi, kami juga sedang mengembangkan sistem pembayaran dan transaksi digital berbasis *QR Code* dan *RFID*. Jadi nantinya nasabah **bankjatim** bisa bertransaksi di *merchant-merchant* hanya menggunakan *smartphone* mereka. Pembayaran akan langsung didebetkan dari saldo masing-masing nasabah.

Selain produk untuk perorangan, kami juga berencana membuat semacam inkubator bisnis untuk pengusaha UMKM khususnya anak-anak muda yang kini banyak membuat rintisan usaha atau *start-up*. Melalui inkubator bisnis ini kami ingin membantu pengusaha muda mengembangkan bisnisnya dengan dukungan produk-produk **bankjatim**. ■



Umroh Bertambah Berkah dengan Pembiayaan Terpercaya

Sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia, Indonesia tentunya juga menjadi salah satu pengirim jamaah haji terbesar. Tiap tahun, sedikitnya Indonesia mendapatkan kuota ibadah haji hingga 200 ribu orang.

MESKI kuotanya besar, namun minat masyarakat untuk menunaikan Rukun Islam ke-5 tersebut tak kalah tinggi. Hal ini dibuktikan dengan lamanya waktu tunggu keberangkatan ibadah haji. Di beberapa daerah, waktu tunggu mencapai belasan tahun, bahkan di beberapa Kabupaten di Sulawesi Selatan, waktu tunggu ibadah haji mencapai lebih dari 30 tahun.

Lamanya waktu tunggu ibadah haji menjadikan masyarakat memilih alternatif ibadah umroh untuk pergi ke tanah suci. Tiap tahun, jamaah umroh dari Indonesia terus meningkat. Tahun 2016 lalu saja, jumlah jamaah umroh dari Indonesia mencapai 699,6 ribu jemaah, meningkat 7,2 persen dari tahun sebelumnya. Angka ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah jamaah umroh terbesar ketiga di dunia setelah Mesir dan Pakistan.

Besarnya jumlah jamaah umroh dari Indonesia ini tentunya menjadi pasar yang empuk bagi pengusaha biro perjalanan wisata. Kini di Indonesia menjamur bisnis travel umroh yang menawarkan berbagai

fasilitas dan harga.

Pertumbuhan bisnis travel umroh ini tentunya membuat ada saja oknum yang berusaha mencari keuntungan berlebih dengan cara-cara tidak terpuji. Sebut saja salah satunya First Travel yang menawarkan biaya umroh murah, namun ternyata gagal memberangkatkan jamaahnya. Pemilik travel ini pun akhirnya ditangkap pihak berwajib dan izin penyelenggaraan umrohnya dibekukan oleh Kementerian Agama.

Persoalan jamaah gagal berangkat ke tanah suci akibat masalah di pihak travel seperti yang dialami jamaah First Travel memang bukan yang pertama kali terjadi. Serta nampaknya juga bukan jadi yang terakhir.

Memang sudah menjadi keinginan setiap orang muslim yang taat untuk bisa menginjakkan kaki di tanah suci, melaksanakan ibadah haji, atau minimal ber-umroh. Berbagai cara akan ditempuh untuk memenuhi cita-cita itu. Bagi yang sudah punya dana, tentunya bukan

masalah sulit. Namun bagi yang keuangannya pas-pasan akan banyak hitung-hitungan yang dipakai.

Mereka yang sabar akan menabung hingga cukup untuk membayar biaya umroh di biro perjalanan yang terpercaya. Sementara mereka yang tidak sabaran akan rajin mencari promo menarik yang menawarkan umroh dengan biaya murah. Mereka-mereka yang masuk kriteria terakhir inilah yang rata-rata menjadi calon jamaah gagal seperti dari First Travel.

PRODUK PEMBIAYAAN TERPERCAYA

Kegagalan First Travel kini menjadi peringatan bagi banyak orang untuk berhati-hati memilih agen perjalanan umroh. Kondisi ini juga mendorong industri jasa keuangan berlomba-lomba menawarkan produk yang mendukung perjalanan umroh, tentunya agar aman dan terjamin.

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (**bankjatim**) misalnya, mempunyai dua produk untuk membiayai perjalanan umroh melalui unit usaha Syariah **bankjatim**. Produk pertama adalah **Tabungan Umroh iB Amanah** yang merupakan produk tabungan dari **bankjatim** Syariah dengan prinsip Wadiah yang membantu nasabah untuk mempersiapkan perjalanan umroh.

Dengan produk ini, nasabah bisa menabung sesuai kemampuan untuk tujuan memenuhi biaya perjalanan umroh. **bankjatim** juga membebaskan nasabah untuk memilih biro perjalanan umroh sesuai keinginan nasabah.

Selain produk tabungan, **bankjatim** juga mempunyai produk pembiayaan **Umroh iB Maqbula**. Produk ini merupakan produk pembiayaan untuk perjalanan umroh dengan angsuran tetap sampai dengan jangka waktu pembiayaan.

Pembiayaan ini menggunakan akad Ijarah dan diperuntukkan bagi pemohon yang berstatus karyawan tetap perusahaan/instansi *bonafide* dengan masa kerja minimal dua tahun dan wiraswasta. Pada produk ini, *plafond* pembiayaan maksimal adalah 80 persen dari biaya umroh dengan jangka waktu pembiayaan maksimal tiga tahun.

Berbeda dengan produk tabungan di mana nasabah baru bisa berangkat umroh ketika tabungannya mencukupi, untuk produk pembiayaan ini sebaliknya. Nasabah atau calon jamaah bisa berangkat terlebih dahulu meskipun angsurannya belum lunas dan pelunasan dapat diangsur sepulang umroh. ■

TIPS AGAR PERJALANAN UMROH MAKIN NYAMAN



PERJALANAN ke tanah Suci dalam rangka menjalankan ibadah umroh tentunya menjadikan tantangan tersendiri bagi jamaah dari Indonesia. Selain perbedaan iklim, perbedaan bahasa dan budaya juga menjadi kendala. Berikut *tips* menjalankan ibadah umroh yang aman dan nyaman.

1. Pilih *Travel Agent* terpercaya. Banyak tawaran dari agen perjalanan wisata baik melalui jalur *online* maupun *offline* dengan berbagai *range* harga dan fasilitas. Pilihlah agen perjalanan yang terpercaya dan tidak mempunyai catatan buruk dalam kegagalan memberangkatkan jamaah.
2. Melakukan ibadah secara berjamaah, baik ketika akan umroh dengan seluruh rangkaiannya, shalat sunah, thawaf, sa'i, dan tahalul.
3. Kenali rute jalan hotel-masjid-hotel. Sebaiknya ke masjid bersama-sama dengan jamaah yang hapal jalan. Kalaupun harus jalan hanya berdua dengan suami atau mahram, bisa janji di dekat pintu keluar. Kenali nomor pintu terdekat ke arah hotel Anda.
4. Usahakan istirahat. Keinginan untuk beribadah di tanah suci memang sangat besar. Namun jangan lupakan istirahat agar kondisi tubuh tetap terjaga di tengah cuaca yang kerap ekstrim di tanah suci.
5. Banyak Minum. Jangan lupa selalu membawa botol minum setiap berangkat beribadah. Cuaca di tanah suci yang terik ketika siang, bisa mengakibatkan dehidrasi.



Wujudkan Impian Anda Menuju Baitullah Dengan

Tabungan Umroh iB Amanah

Bank Jatim | bank_jatim | bankjatim | Bank Jatim



bankjatim
syariah

TABUNGAN Umroh iB Amanah hadir sebagai produk tabungan terbaru dari **bankjatim** Syariah. Produk tabungan wadiah ini akan membantu Anda untuk mempersiapkan perjalanan Umroh impian Anda bersama keluarga.

Hadir dengan berbagai fasilitas, tentunya Tabungan Umroh iB Amanah memberikan kemudahan dan manfaat yang besar. Anda akan otomatis mendapatkan buku tabungan, bebas memilih travel umroh sesuai keinginan Anda, dan tidak ada jangka waktu tabungan.

Tabungan Umroh iB Amanah juga bekerjasama dengan Biro Travel Umroh berpengalaman. Jadi, perjalanan umroh Anda bersama keluarga akan terjamin kenyamanannya.

Untuk keterangan lebih lanjut, hubungi **Info bankjatim 14044** atau kunjungi Cabang **bankjatim** terdekat di kota Anda.



14044
INFO BANK JATIM

3366
SMS BANKING

24 JAM
LAYANAN atm

bankjatim
internet banking

bankjatim
mobile banking

OK OTORITAS JASA KEUANGAN

Krengseng Syariah

www.bankjatim.co.id

BISNIS DAN KREATIVITAS

HERU SANTOSO | KOMISARIS UTAMA INDEPENDEN BANK JATIM

MEMASUKI Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur aku bergumam, "Wahai yang mengetahui isi hati, anugerahi inspirasi positif dari kebaikan serta jauhkan aku dari pengaruh energi buruk yang memantul dari kota ini."

Setelah itu pertanyaan yang selalu aku tanyakan setiap memasuki daerah yang aku kunjungi adalah: "Apakah ada museum?; Apakah ada masjid kuno?; Apa kuliner yang khas di daerah ini? Apa kerajinan yang unik daerah ini?"

Pertanyaan yang terakhir menghantarkan kakiku melangkah ke Desa Campur Darat. Memasuki Desa Campur Darat di sepanjang kiri-kanan jalan aku saksikan berbagai karya seni dari batu pualam, batu karang, batu sungai, dan batu onix dipajang dengan berbagai bentuk dan ukuran.

Menyaksikan karya seni pahatan batu onix berbentuk kerbau yang belum selesai aku jadi teringat Michaelangelo, seorang seniman Italia yang memiliki karya yang disebut *non finito*, karya yang belum selesai. Ada empat karya patung yang disebut *non finito* karya Michaelangelo yaitu *the atlas*, *the bearded slave*, *the young slave*, dan *the awakening slave*.

Meskipun belum selesai, karya Michaelangelo tetap dikagumi keindahannya, dan bahkan karya tersebut saat ini dipahat dalam ukuran kecil untuk dijadikan buah tangan bagi turis yang mengunjungi Italia. Ukuran yang asli setinggi sekitar 2 meter.

Aku tertarik dengan pahatan batu onix yang belum selesai tersebut dan semakin tertarik mendengar harganya yang lebih murah bila dibanding dengan pahatan yang telah selesai sesuai dengan ide sang seniman. Bukan hanya satu, tetapi dua pahatan yang belum selesai tersebut aku beli, dengan harapan membangkitkan semangat seniman lokal agar lebih kreatif dalam berkarya.

Secara seni, ini merupakan karya seni yang unik dan secara fungsional keduanya dapat dijadikan penyangga deretan buku koleksiku. Pahatan ini memang kreativitas seorang seniman yang belum selesai, tetapi telah



■ Michelangelo Non Finito,
Schiavo Giovane



■ Michelangelo Non Finito,
Schiavo Barbuto



■ Michelangelo Non Finito,
Schiavo che si ridesta



■ Michelangelo Non Finito,
Schiavo Detto Atlante



■ Patung Kerbau yang belum selesai (Non Finito) Karya
Seniman Desa Campur Darat, Tulungagung, Jawa Timur

menunjukkan keindahan dan dapat difungsikan serta sesuai dengan kemampuan daya beliku. Sehingga ini merupakan perpaduan yang saling menguntungkan, kendati pun besar kemungkinan ada pembaca yang resisten dengan pertanyaan bagaimana hukumnya membeli / mengoleksi patung. Mohon sabar untuk menanti topik bahasan yang akan menjawab pertanyaan tersebut.

Membicarakan kreativitas biasanya yang terbayang adalah hanya berada di wilayah karya seni, namun dalam kehidupan keseharian kreativitas sangat diperlukan di segala bidang kehidupan, terutama pada zaman teknologi yang semakin canggih saat ini. Misalnya, bidang transportasi, pengguna transportasi yang semula mendatangi sarana transportasi, sekarang para pengguna yang mendatangi dan juga mengeluarkan biaya yang lebih murah.

Di bidang komunikasi, dahulu bila manusia berkomunikasi jarak jauh hanya sebatas mengirimkan suara, tetapi sekarang bukan lengkap perpaduan suara dan video visual wajahnya.

Di bidang fotografi, dahulu manusia bila memfoto menggunakan media film, saat ini sudah berbasis digital. Foto langsung tersimpan di *memory card* di kamera maupun *smartphone*. Tidak kita jumpai lagi film digunakan untuk mengabadikan berbagai kegiatan atau acara dalam kehidupan keseharian.

Di bidang musik, dahulu manusia bila merekam suara untuk mendengarkan lagu, menggunakan piringan hitam, kemudian berganti dengan pita kaset kemudian berubah dengan CD atau VCD, dan saat ini sudah jarang media tersebut kita jumpai. Semuanya sudah berbasis digital di *smartphone*, *laptop*, maupun *gadget* lainnya.

Di bidang perbankan, dahulu bila mengambil atau mengirim uang nasabah harus datang ke kantor bank. Kemudian berubah dengan nasabah tidak perlu mendatangi kantor bank, tetapi ke mesin ATM yang tempatnya biasanya menyatu dengan tempat-tempat perbelanjaan atau keramaian, sehingga sekali jalan dapat melakukan berbagai kegiatan. Tiba-tiba di era teknologi yang canggih saat ini nasabah yang akan mengambil uang untuk membayar berbagai transaksi yang akan dan telah dilakukan tidak perlu keluar rumah bahkan tidak perlu keluar kamar tetapi cukup memencet-mencet *handphone* dengan mempergunakan sarana *mobile banking*.

Perubahan perilaku keseharian seperti di atas oleh sebagian masyarakat disebut sebagai akibat dari inovasi. Perubahan yang terjadi di berbagai sektor akibat kemajuan teknologi tersebut bukan hanya sekadar inovasi, tetapi merupakan *disruption*. Sebab antara inovasi dengan *disruption* memiliki perbedaan yang sangat besar.

Inovasi hanya menciptakan sesuatu yang baru dan lebih baik dari yang sebelumnya. Sedangkan *disruption* menciptakan sesuatu yang lebih baik dan berakibat yang lama menjadi ketinggalan, bahkan tidak digunakan lagi sebagaimana contoh-contoh di atas.

Menapaki kehidupan pada tahun-tahun mendatang, apa pun kegiatan atau bisnis yang kita tekuni, hanya satu kata bila tidak ingin tersingkir dari kehidupan yaitu KREATIVITAS. Hanya manusia-manusia yang kreatif yang akan bertahan dalam kehidupan dan manusia-manusia yang beku, apalagi senantiasa mengeluh dalam menghadapi perubahan akan tersingkir dari persaingan masa depan. ■

INOVASI HANYA MENCIPTAKAN SESUATU YANG BARU DAN LEBIH BAIK DARI YANG SEBELUMNYA. SEDANGKAN DISRUPTION MENCIPTAKAN SESUATU YANG LEBIH BAIK DAN BERAKIBAT YANG LAMA MENJADI KETINGGALAN

Mendagri: Soekarwo Letakkan Dasar Jatim jadi Provinsi Berdaya Saing

BERBAGAI prestasi dan penghargaan yang diraih Provinsi Jawa Timur tak lepas dari peran seorang pemimpin. Gubernur Jatim, Soekarwo dinilai tak hanya mampu menjalankan tata kelola pemerintahan daerah dengan baik, tapi juga mampu menjaga harmonisasi hubungan dengan DPRD dan Forum Komunikasi Pimpinan Daerah (Forkopimda).

Hal itu dikatakan Menteri Dalam Negeri (Mendagri) Tjahjo Kumolo saat menjadi Inspektur Upacara Peringatan Hari Jadi ke-72 Provinsi Jatim di Halaman Tugu Pahlawan Surabaya.

"Kepemimpinan di bawah Pakde Karwo mampu meletakkan dasar Jatim sebagai provinsi yang berdaya saing, dan mampu meningkatkan SDM untuk menunjang pembangunan secara nasional," puji Menteri Tjahjo.

Dia mengatakan, selama hampir sepuluh tahun gubernur mampu menjalin komunikasi yang baik dengan DPRD. Tak hanya itu, dukungan dan bantuan dari Sekda dengan OPD-nya serta bupati/walikota mampu membuat Jatim meraih berbagai penghargaan.

Dalam kesempatan itu, Mendagri atas nama Presiden Joko Widodo juga mengucapkan selamat dan terima kasih kepada Pakde Karwo atas pengabdian dan dedikasinya dalam mengorganisir masyarakat Jatim. Sehingga, mampu memberi kontribusi positif terhadap pembangunan dan penyelenggaraan pemerintahan yang ada di Provinsi Jatim.

Menurutnya, guyub-nya Jatim tergantung dari pimpinan dan masyarakatnya untuk bersama-sama mengorganisir dan membangun kebersamaan untuk kemaslahatan Jatim. ■



Polemik Uang Elektronik, Perbankan Daerah Tunggu Regulator

ASOSIASI Bank Pembangunan Daerah (Asbanda) melihat rencana Bank Indonesia (BI) terkait biaya isi ulang (*top up*) kartu uang elektronik (*e-money*) belakangan kembali mencuat. Asbanda pun masih menantikan sikap BI tentang aturan tersebut.

"Kita tunggu saja sama regulator karena ini kan terlalu banyak, terlalu ramai ya polemiknya. Kalau menurut kita untuk sementara mengikuti ketentuan aja apa yang akan ditetapkan oleh regulator," kata Ketua Umum Asbanda yang juga Dirut Bank DKI, Kresno Sediarsi.

Dia mengatakan, sejauh ini belum banyak bank daerah yang menerbitkan uang elektronik, jumlahnya mungkin masih bisa dihitungkan dengan jari. Artinya, kebijakan yang nantinya diambil oleh BI tidak begitu berpengaruh terhadap bank daerah secara umum.

"Yang sudah punya itu Bank DKI, kemudian BJB, dan itu relatif belum besar," jelasnya.

Khusus Bank DKI, sampai saat ini tidak melakukan pemungutan biaya *top up* bagi pengguna kartu uang elektronik yang diterbitkan. Menurut dia sudah sewajarnya mereka tidak dibebani biaya tambahan. ■

Transaksi Perdagangan Bilateral Wajib Pakai Mata Uang Lokal



BANK Indonesia (BI) menerbitkan peraturan penyelesaian transaksi perdagangan bilateral menggunakan mata uang lokal (*local currency settlement*) melalui perbankan yang dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia (PBI) No.19/11/PBI/2017.

Direktur Departemen Komunikasi BI, Arbonas Hutabarat menjelaskan, pengaturan *Local Currency Settlement* (LCS) ini bertujuan untuk mendukung kestabilan nilai tukar rupiah, dengan cara mengurangi ketergantungan terhadap penggunaan dolar AS dalam penyelesaian transaksi perdagangan bilateral antara Indonesia dengan negara mitra.

Penerbitan PBI ini merupakan tindak lanjut penandatanganan *Memorandum of Understanding* (MoU) antara BI dengan Bank of Thailand dan Bank Negara Malaysia pada 23 Desember 2016 lalu yang menyepakati kerjasama LCS antara Indonesia, Malaysia dan Thailand dalam penyelesaian perdagangan internasional antara ketiga negara tersebut dengan menggunakan mata uang lokal (Rupiah, Ringgit, dan Baht).

"Dalam kaitannya dengan transaksi, importir Indonesia yang melakukan impor barang dari Malaysia atau Thailand dapat membayar menggunakan mata uang MYR atau THB melalui Bank ACCD yang ditunjuk, tanpa perlu membayar dalam mata uang dolar AS," ujar dia. ■



BANK JATIM - TASPEN

Tingkatkan Layanan bagi Nasabah, Beri Pelatihan Office Channelling

PELAYANAN prima menjadi salah satu kunci kepuasan nasabah dalam industri perbankan, selain suku bunga yang menarik. Jika nasabah merasa puas maka mereka akan setia dan terus menggunakan produk/jasa yang digunakan. Nasabah akan membicarakan hal baik tentang pelayanan bank yang diperolehnya tentang bank dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga. Pelayanan prima terhadap nasabah juga sangat penting karena merupakan strategi untuk memenangkan persaingan

Terkait pelayanan, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (**bankjatim**) menggelar pembekalan pelatihan kepada karyawan/karyawati mengenai *Office Channeling* Ketaspenan. Pelatihan yang dilaksanakan di Pusdiklat **bankjatim**, Prigen, Pasuruan ini diikuti oleh seluruh penyelia dan staf Pelayanan Nasabah **bankjatim**. Pelatihan yang ditujukan untuk meningkatkan kemampuan dan pemahaman cabang **bankjatim** selaku mitra bayar/kantor bayar PT. Taspen kepada para pensiunan.

Pelatihan yang berlangsung selama dua hari tersebut, dibuka secara langsung oleh Pemimpin Divisi Dana Jasa & Luar Negeri (DJL) Suharyono. Narasumber yang kompeten di bidangnya



■ Pemimpin Divisi Dana Jasa & Luar Negeri, Suharyono memberikan sambutan

didatangkan langsung dari Badan Kepegawaian Negara (BKN) dan PT Taspen. Dalam forum terbuka, peserta pelatihan tampak antusias mengikuti pemaparan yang dijelaskan oleh pihak BKN maupun PT Taspen.

Suharyono menuturkan, optimalisasi peran **bankjatim** sebagai Mitra Layanan Taspen (*Office Channeling*), sesuai dengan strategi PT Taspen dalam peningkatan layanan kepada calon pensiunan melalui layanan klim otomatis.

Menurutnya, dengan layanan yang prima, diharapkan **bankjatim** tetap menjadi pilihan bagi peserta pensiun dalam memilih kantor bayar, selain juga para karyawan bisa lebih memahami produk-produk Taspen sehingga dapat melayani

peserta Taspen sesuai dengan target kualitas layanan Taspen.

Selain itu, juga memberikan kualitas layanan yang terbaik bagi peserta, termasuk melakukan monitoring dan pengawasan pembayaran pensiun secara *realtime*.

Saat ini **bankjatim** memiliki lima Kantor Cabang Koordinator (Kancako) serta 32 titik layanan untuk pelaksanaan pembayaran Dana Pensiun PT Taspen yang tersebar di seluruh Jawa Timur diantaranya: Kancako Cabang Utama Surabaya, Kancako Malang, Kancako Kediri, Kancako Jember, Kancako Madiun. Dengan adanya Kancako tersebut, pelayanan kepada nasabah pensiunan lebih cepat dan nyaman. ■





DAYA TARIK BJTM BAGI INVESTOR ASING

SAHAM bank-jati (BJTM)

merupakan daya tarik tersendiri bagi investor asing, kepemilikan investor asing terhadap saham BJTM sangat tinggi. Umumnya para investor asing ber-tipe investasi jangka panjang, terutama pada perusahaan yang terus bertumbuh dan membagikan dividen tahunan dengan nilai yang tinggi seperti BJTM menjadi pilihan utama investor asing.

Kepemilikan asing pada saham publik **bankjati** mencapai titik tertinggi pada semester 3 tahun 2015, yaitu sebesar 73%, dan saat harga saham BJTM meningkat dari rata-rata Rp 462,- pada Juni 2016 ke Rp 625,- pada Agustus 2016, Investor Asing melakukan pengambilan keuntungan pada selisih harga saham (*take profit on capital gain*) sehingga kepemilikan turun sampai dengan 40%. Setelah itu investor asing mulai membeli lagi saham BJTM sehingga kepemilikan per September 2017 menjadi 63% dari saham publik.

Investor Relations merupakan pihak

yang berhadapan dengan investor dan calon investor asing, dari pengalaman pertemuan dengan investor asing ada banyak pertimbangan selain pertumbuhan perusahaan dan dividen yang dibagikan, terutama pertimbangan dari investor tersebut untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan di luar negeri. Beberapa pertimbangan investor asing untuk berinvestasi di luar negeri antara lain:

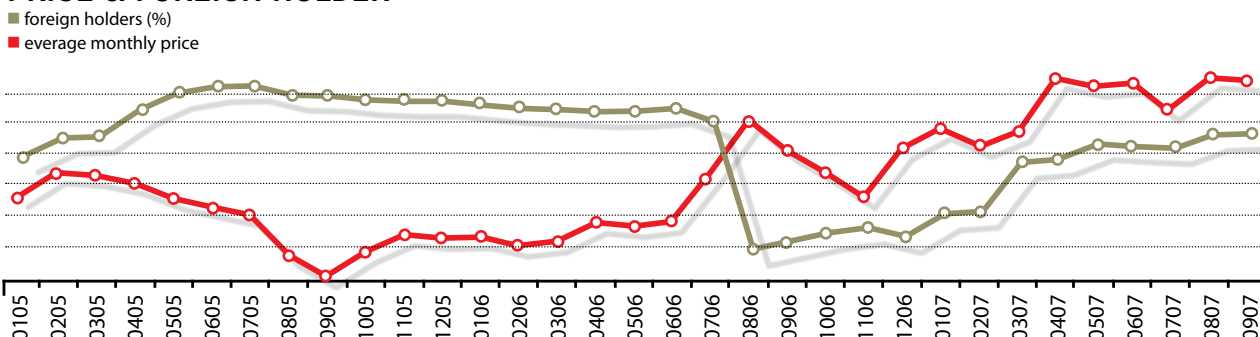
- Untuk melakukan diversifikasi portofolio investasi, karena pertumbuhan di negara sendiri terkadang lebih rendah dari pertumbuhan di negara lain. Negara berkembang di Asia seperti Indonesia mempunyai potensi pertumbuhan yang tinggi, terutama dengan adanya prediksi bonus demografi yang akan dihadapi Indonesia.
- Kebijakan politik makro US, Eropa, dan Asia. Terutama kebijakan suku bunga The Fed, ECB, dan regulator bank negara.
- *Foreign Exchange Rate* yang fluktuatif, dengan berinvestasi di negara lain akan

membagi risiko kerugian akibat nilai tukar, dan memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan nilai tukar.

- Kebijakan pajak yang lebih rendah dari negara sendiri.
- Per September 2017, United States memiliki 31% saham publik BJTM, investor dari US banyak berinvestasi di negara produsen seperti penghasil elektronik, peralatan rumah tangga, dan sparepart lainnya, terutama di negara dengan tingkat penduduk yang tinggi sehingga harga produksi tidak terlalu tinggi.

Keputusan berinvestasi di negara lain merupakan keputusan investasi yang lebih berat, perbedaan kebijakan makro ekonomi, politik, perpajakan harus dipelajari terlebih dahulu. Di Indonesia, investor asing bisa mempercayakan riset untuk mengambil keputusan pada sekuritas-sekuritas lokal, untuk sektor Jasa Keuangan investor asing bisa mempelajari Perbankan Indonesia terlebih dahulu melalui Investor Relations Bank Indonesia, setelah itu menemui Investor Relations emiten perbankan. ■

PRICE & FOREIGN HOLDER



INVESTOR NEWS SEPTEMBER 2017

Laporan Keuangan BJTM per September 2017:

NERACA (dalam juta rupiah)

INFORMASI	SEPTEMBER 2016	SEPTEMBER 2017	YOY
Total Aset	50.154.863	53.837.669	7,34%
Penempatan BI, SBI, & Bank Lain	14.423.095	15.617.171	8,28%
Kredit Yang Diberikan	29.625.095	30.696.964	3,62%
Dana Pihak Ketiga	41.165.605	43.987.520	6,86%
-Giro	16.720.120	16.253.452	-2,79%
- Tabungan	12.242.308	13.608.183	11,16%
- Deposito	12.203.176	14.125.885	15,76%
Modal	7.019.141	7.563.351	7,75%

LABA RUGI (dalam juta rupiah)

INFORMASI	SEPTEMBER 2016	SEPTEMBER 2017	YOY
Pendapatan Bunga	3.602.892	3.589.269	-0,38%
Beban Bunga	(1.061.487)	(962.041)	-9,37%
Pendapatan Bunga Bersih	2.541.404	2.627.227	3,38%
Pendapatan Ops Selain Bunga	319.047	336.346	5,42%
Beban Ops Selain Bunga	(1.348.963)	(1.440.327)	6,77%
Beban CKPN	(379.842)	(144.883)	-61,86%
Pendapatan (Beban) Ops Selain Bunga	(1.409.757)	(1.248.865)	-11,41%
Laba Operasional	1.131.647	1.378.363	21,80%
Laba Non Operasional	8.495	9.695	14,13%
Laba Sebelum Pajak	1.140.142	1.388.058	21,74%
Pajak	(303.565)	(374.280)	23,30%
Laba Bersih	836.577	1.013.778	21,18%

RASIO KEUANGAN SEPTEMBER 2017

RASIO	SEPTEMBER 2016	SEPTEMBER 2017
ROA	3,09%	3,61%
ROE	20,14%	20,51%
NIM	6,70%	6,82%
LDR	71,97%	69,79%
BOPO	71,15%	64,89%
CAR	22,43%	22,85%
NPL	4,92%	4,92%



INVESTOR RELATIONS BJTM

Corporate Secretary – Bank Jatim Kantor Pusat Lantai 4
Telp : (031) 5310090-99 Ext : 469 | Email : iru@bankjatim.co.id

DANA PIHAK KETIGA SEPTEMBER 2017

(dalam miliar)

INFORMASI	SEPTEMBER 2016	SEPTEMBER 2017	YOY
GIRO PEMDA	11.597	11.319	-2,40%
GIRO UMUM	5.123	4.935	-3,68%
SIMPEDA	10.031	10.295	2,63%
SIKLUS	863	1.672	93,81%
TAB HAJI	218	226	3,58%
TABUNGANKU/Simpel	1.019	1.264	24,00%
BAROKAH	111	151	36,19%
DEPOSITO	12.203	14.126	15,76%

KREDIT YANG DIBERIKAN SEPTEMBER 2017

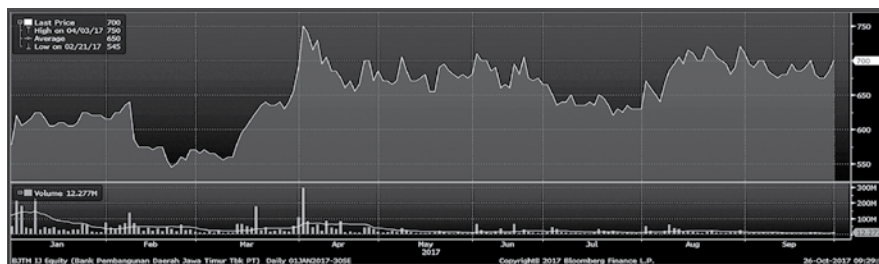
(dalam miliar)

INFORMASI	SEPTEMBER 2016	SEPTEMBER 2017	YOY
KREDIT KONSUMSI			
-MULTIGUNA	16.672	17.841	7,01%
-KPR	1.528	1.744	14,10%
-LAINNYA	916	1.183	29,17%
KREDIT KOMERSIAL			
-STANDBY LOAN	657	578	-12,03%
-KEPPRES	1.091	908	-16,81%
-PRK	2.951	2.967	0,56%
-SINDIKASI	1.319	1.006	-23,73%
-UMUM	1.347	1.394	3,52%
KREDIT UMKM			
-PUNDI	1.257	1.370	8,99%
-LAGUNA	23	50	117,41%
-BANKIT KKPA	209	302	44,87%
-SIUMI	23	29	27,05%
-Jatim Mikro	554	614	10,90%
-LAINNYA	1.079	710	-34,17%

INFORMASI SAHAM

KOMPOSISI PEMILIKAN SAHAM
PUBLIK BERDASARKAN NEGARA
PER SEPTEMBER 2017

NO	NEGARA	%
1	INDONESIA	37,1652%
2	AMERIKA	31,3218%
3	FINLANDIA	7,7291%
4	IRLANDIA	7,3792%
5	NORWEGIA	4,5446%
6	LUKSEMBURG	2,8361%
7	KANADA	2,4817%
8	INGGRIS	1,9265%
9	AUSTRALIA	0,9068%
10	SAUDI ARABIA	0,8493%
11	SWITZERLAND	0,7138%
12	BELANDA	0,5536%
13	BERMUDA	0,3517%
14	JEPANG	0,3382%
15	SINGAPURA	0,2565%
16	JERMAN	0,1687%
17	CAYMAN ISLAND	0,1622%
18	THAILAND	0,1614%
19	KOREA SELATAN	0,0622%
20	CINA	0,0540%
21	MALAYSIA	0,0233%
22	SWEDIA	0,0118%
23	FILIPINA	0,0022%
TOTAL		100,00%



DAFTAR 10 BESAR PEMEGANG SAHAM BANK JATIM (DOMESTIK) - PER SEPTEMBER 2017

NO	NAMA	STATUS INVESTOR	JUMLAH LEMBAR SAHAM	PERSENTASE
1	PT MNC SEKURITAS	AN. PERORANGAN INDONESIA	122.552.800	4,03%
2	DANPAC SEKURITAS, PT	AN. PERORANGAN INDONESIA	98.812.800	3,25%
3	MINNA PADI PASOPATI SAHAM	REKSADANA	85.944.800	2,83%
4	RD PREMIER ETF INDO STATE- OWNED COMPANIES-889064000	REKSADANA	36.558.684	1,20%
5	PT PANIN SEKURITAS Tbk	REKSADANA	32.764.500	1,08%
6	MINNA PADI PROPERTY PLUS	REKSADANA	30.992.600	1,02%
7	BUMIPUTERA SEKURITAS, PT	AN. PERORANGAN INDONESIA	22.625.000	0,74%
8	PT Mirae Asset Sekuritas Indonesia	AN. PERORANGAN INDONESIA	19.665.000	0,65%
9	PT MITRA ANGGUN KELUARGA BERSAMA	AN. PERSEROAN TERBATAS	18.604.500	0,61%
10	SAMUEL SEKURITAS INDONESIA, PT	AN. PERORANGAN INDONESIA	17.100.000	0,56%
TOTAL			485.620.684	15,97%

KETERANGAN: PROSENTASE KEPEMILIKAN SELURUH SAHAM OLEH INVESTOR DOMESTIK (1.129.986.818) TERHADAP JUMLAH LEMBAR SAHAM PUBLIK (3.040.443.400) ADALAH 37,17%

DAFTAR 10 BESAR PEMEGANG SAHAM BANK JATIM (ASING) - PER SEPTEMBER 2017

NO	NAMA	STATUS INVESTOR	JUMLAH LEMBAR SAHAM	PERSENTASE
1	CITIBANK LONDON S/A MUTUAL FUND EQ EMERGING DIVIDEND (UCITS)	INSTITUTION - FOREIGN	235.000.000	7,73%
2	CITIBANK NEW YORK S/A GOVERNMENT OF NORWAY - 16	INSTITUTION - FOREIGN	138.175.300	4,54%
3	SSB LLOA S/A LEGATO CAPITAL MANAGEMENT INVSTM,LLC-2144615603	INSTITUTION - FOREIGN	108.059.225	3,55%
4	SSB 2Q1W S/A ISHARES EMERGING MARKETS DIVIDEND ETF-2144612823	INSTITUTION - FOREIGN	105.270.500	3,46%
5	SSB EGK9 S/A ISHARES V PUBLIC LIMITED COMPANY-2144612472	INSTITUTION - FOREIGN	104.413.200	3,43%
6	THE NT TST CO S/A CIM INVESTMENT FUND ICAV	INSTITUTION - FOREIGN	95.680.000	3,15%
7	BBH BOSTON S/A GMO EMERGING MARKETS FUND	INSTITUTION - FOREIGN	70.428.900	2,32%
8	SSB ZVY5 S/A ST ST EMG MKT SML CAP ACN-L QIB CTF-2157564053	INSTITUTION - FOREIGN	44.291.800	1,46%
9	SSB C021 ACF COLLEGE RETIREMENT EQUITIES FUND -2144607801	INSTITUTION - FOREIGN	42.918.500	1,41%
10	CITIBANK NEW YORK S/A EMERGING MARKETS CORE EQUITY PORTFOLIO OF DFA INV DIMENSIONS GRP INC.	INSTITUTION - FOREIGN	42.047.700	1,38%
TOTAL			986.285.125	32,44%

KETERANGAN: PROSENTASE KEPEMILIKAN SELURUH SAHAM OLEH INVESTOR ASING (1.910.456.582) TERHADAP JUMLAH LEMBAR SAHAM PUBLIK (3.040.443.400) ADALAH 62,83%.



JATIM FAIR 2017



■ Direksi PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (Bank Jatim) meninjau stan pameran di Jatim Fair 2017.



■ Suasana pembukaan Jatim Fair 2017.



■ PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Tbk (Bank Jatim) menjalin kerjasama dengan PT Asuransi Jiwasraya (Persero) meluncurkan produk Bancassurance, JS Proteksi Plan.



■ Presiden Direktur Sinarmas MSIG Life, Premraj Thuraingam (tiga dari kanan), bersama Direktur Utama Bank Jatim, R. Soeroso (dua dari kiri), Komisaris Independen Bank Jatim, Soebagyo (paling kiri), Direktur Sinarmas MSIG Life Hamid Hamzah (kedua dari kanan) dan Direktur Retail Konsumer dan Usaha Syariah Bank Jatim, Tony Sudjiyanto berfoto bersama dalam acara peluncuran dua produk bancassurance di Surabaya, Kamis (26/10).



■ Press conference Festival Kesenian Kawasan Selatan dihadiri oleh Bupati Trenggalek, Emil Elistianto beserta istri Arumi Bachsin, Kepala Dinas Pariwisata Jatim Jariyanto, Guruh Sukarno Putra, Dirut Bank Jatim R. Soeroso, Direktur Keuangan Bank Jatim Ferdian Timur Satyagraha, Direktur Operasional Bank Jatim, Rudie Hardiono dan Direktur Kepatuhan Hadi Santoso, Bank Jatim menjadi salah satu sponsor kegiatan tersebut.

SAFARI UNDIAN SIMPEDA 2017



■ Suasana Gemerlap Hadiah Undian 2017 di Bojonegoro.



■ Suasana Gemerlap Hadiah Undian 2017 di Bondowoso.



■ Suasana Gemerlap Hadiah Undian 2017 di Pamekasan.



■ Bupati Trenggalek, Emil Elistianto Dardak bersama seluruh pendukung event Festival Kesenian Kawasan Selatan (FKKS) Jawa Timur yang tahun ini diselenggarakan di Kabupaten Trenggalek.



CSR BANK JATIM UNTUK PENINGKATAN TARAF HIDUP & PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF BOJONEGORO

PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur, Tbk (**bankjatim**) menyalurkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditujukan untuk peningkatan taraf hidup dan pengembangan industri kreatif di Bojonegoro. Penyerahan dilakukan bersamaan dengan penyelenggaraan Gemerlap Hadiah Undian Simpeda 2017 Bojonegoro, pertengahan Oktober lalu.

CSR diserahkan oleh Direktur Menengah Korporasi **bankjatim** Su'udi kepada Kepala Dinas Sosial Kabupaten Bojonegoro, Adi Wicaksono. Dalam kesempatan tersebut, Su'udi mengatakan bahwa **bankjatim** berupaya untuk terus melestarikan dan menumbuh kembangkan produksi rumah dan meningkatkan taraf hidup layak bagi sebagian warga Bojonegoro.

"Bidang sosial merupakan salah satu fokus penyaluran dana CSR **bankjatim**.

Karena itu kami mendukung pembangunan rumah layak huni ini.

Selain itu kami juga mendukung pengembangan industri kreatif di Kabupaten Bojonegoro dengan



■ Penyerahan CSR oleh Direktur Menengah Korporasi Bank Jatim Su'udi kepada Kepala Dinas Sosial Kabupaten Bojonegoro, Adi Wicaksono

memberikan CSR berupa peralatan jahit agar kesejahteraan warga di Bojonegoro meningkat," tutur Su'udi.

Untuk CSR kali ini, **bankjatim** menyalurkan dana senilai Rp 107.508.500 untuk rumah tidak layak huni (RTLH) bagi 10 warga miskin di desa Meduri, Bojonegoro. Selain itu juga Rp 120.001.200 berupa peralatan jahit kepada Dinas Perindustrian dan Tenaga

Kerja Kabupaten Bojonegoro untuk pusat pengembangan industri kreatif produksi alat-alat rumah tangga,

Selama tahun 2017 ini target penyaluran CSR **bankjatim** sebesar Rp 18,7 Miliar dan hingga Oktober 2017 telah disalurkan sebesar kurang lebih Rp 10 Miliar. **bankjatim** memiliki empat bidang penyaluran CSR diantaranya kesehatan, sosial, pendidikan dan budaya. Selama ini penyaluran CSR didominasi untuk bidang kesehatan.■



KANTOR CABANG PEMBANTU KERTOSONO



Agresif dan Jeli Melihat Peluang

Kantor Cabang Pembantu Kertosono termasuk satu diantara capem yang memiliki kinerja baik. Berbagai langkah dilakukan agar prestasi tersebut tetap terjaga.

PEMIMPIN Cabang Pembantu Kertosono, Arma Widyandra Liandi mengatakan, untuk menjaga performa, ada beberapa strategi yang dijalankan. "Petugas baik di unit kredit maupun dana berusaha jeli melihat peluang. Ketika melakukan *hunting*, petugas berusaha menjadi pendengar yang baik bagi calon nasabah. Dengan demikian secara perlahan kami bisa mengetahui peluang-peluang yang ada," ujarnya.

Kemudian, Capem Kertosono juga selalu aktif dalam kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh instansi sekitar. Misalnya selalu turut serta dalam bazar sekolah, acara-acara di kantor desa/kecamatan, sosialisasi dalam hal promosi produk, dan lain-lain.

Pihaknya juga berusaha untuk *up-date* ketika ada produk baru **bankjatim**. Sebagai contoh, ketika **bankjatim** meluncurkan produk kredit SIUMI.

"Saat itu kami langsung berkonsultasi dengan dinas terkait dan mengadakan sosialisasi ke kecamatan sebagai penerima kuasa pembuatan Ijin Usaha Mikro. Bahkan ketika itu belum ada satupun pihak kecamatan yang memahami cara pembuatan Ijin Usaha Mikro (IUM). Sehingga kecamatan di wilayah kami menjadi kecamatan pertama penerbit IUM dan menjadi percontohan di kecamatan lain sehingga produk dapat kami pasarkan," tuturnya.

Upaya yang lain yaitu memberikan fasilitas jemput bola khususnya nasabah dana tertentu yang akan melakukan penyetoran ke rekening di **bankjatim**, menjalin

hubungan baik kepada nasabah dengan cara memberikan perhatian. Sehingga nasabah yang mayoritas masyarakat pedesaan menjadi loyal dan tidak segan untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan **bankjatim** Kertosono.

Yang tidak kalah penting adalah menjaga kekompakan dan persahabatan antar sesama karyawan di Cabang Nganjuk khususnya di Capem Kertosono. "Dengan

Kediri.

Capem Kertosono juga membidik petani yang merupakan pemain sektor ekonomi terbesar di Kabupaten Nganjuk.

Selain itu, sejak tahun 2013 Capem Kertosono juga bekerjasama dengan Pabrik Gula Lestari untuk menyalurkan KKPE (Kredit ketahanan Pangan dan Energi) kepada Koperasi di bawah avalis PTPN X. Dengan plafond sebesar Rp 15 milyar, kredit ini telah berjalan sangat lancar dan selalu lunas sebelum waktunya.

"Pada tahun 2015 kami menambah kerjasama penyaluran kredit KKPA dengan Pabrik Gula Tjoekir dengan nominal plafond pembiayaan terakhir di tahun 2016 sebesar Rp 19,9 milyar. Diharapkan dengan hubungan yang telah terjalin cukup baik, kami dapat memberikan layanan produk lainnya, seperti *payroll*, layanan kredit multiguna dan layanan keuangan dari Pabrik Gula itu sendiri," ujarnya.

Meskipun dinilai memiliki kinerja cukup baik, Arma mengakui persaingan di wilayah Kabupaten Nganjuk semakin ketat. "Kertosono merupakan salah satu kecamatan di wilayah Kabupaten Nganjuk dengan dengan perekonomian yang cukup baik. Hal ini mengakibatkan banyaknya perbankan yang mulai memasuki wilayah ini," jelasnya.

Setidaknya ada lima BPR dan enam Bank dengan jarak berdekatan sehingga **bankjatim** Capem Kertosono dituntut selalu menawarkan layanan terbaik kepada nasabah agar tidak berpaling ke bank lain. ■

KANTOR CABANG PEMBANTU KERTOSONO PER PERIODE 25 OKTOBER 2017 (dalam ribuan rupiah)

DPK	Rp 124.257.442
Kredit yang diberikan	Rp 147.649.169
Total Aset	Rp 150.272.375
NOA	33.744 nasabah
Laba	Rp 12.979.061

demikian kami dapat saling mengisi dan saling membantu dalam menjalankan tugas dan kewajiban di kantor. Misalnya, ketika teman-teman marketing dana melakukan sosialisasi produk dana, dengan senang hati mereka juga memasarkan produk kredit, begitu pula sebaliknya," ujar Arma.

Selain PNS, Capem Kertosono juga membidik pensiunan dan calon pensiunan. Bagi debitur kredit Multiguna atau PNS lainnya yang akan memasuki masa purna tugas, **bankjatim** selalu menawarkan jasa pengurusan pensiunan melalui Taspen

ABON HJ. SUN

Inovasi Abon Kluwih yang Jadi Favorit

ABON merupakan makanan yang populer di Indonesia. Umumnya berbahan serat daging hewani. Namun di tangan Sunniati, sekarang mereka yang tidak mengonsumsi daging pun bisa menikmati abon.

Berawal dari Oktober dua tahun lalu, Sunniati mengembangkan usaha pembuatan abon. Awalnya ibu dua anak ini membuat abon karena merupakan favorit anak-anaknya hingga kemudian banyak tetangga yang merasa cocok dan ikut memesan abon buatannya.

"Karena semakin banyak yang pesan, anak saya akhirnya terpikir untuk mengembangkannya. Kami mulai

memikirkan kemasannya. Anak saya kemudian menawarkannya ke dinas-dinas dan toko-toko di sekitar Probolinggo, ternyata banyak yang suka," kata Sunniati pemilik Industri Abon Hj Sun. Sekarang, dengan semakin gencarnya pemasaran yang dilakukan, omzetnya mencapai Rp 40 juta per bulan.

Jika awalnya hanya daging sapi dan daging ayam, Sunniati kemudian mendapat masukan dari Bupati Probolinggo, Puput Tantriana Sari untuk membuat abon yang bersumber dari bahan nabati. "Menu-rut Bu Bupati biar

mereka yang punya penyakit dan tidak bisa makan daging tetap bisa makan abon," ujarnya. Uji coba pun ia lakukan. Pertama-tama dicoba menggunakan ontong pisang. Ternyata rasanya kurang lezat dan bahan bakunya pun sulit didapatkan.

Akhirnya ia mencoba mengolah kluwih. Buah yang bentuknya mirip sukun ini ternyata cocok untuk diolah menjadi abon dan banyak disukai.

Sekarang Abon Hj Sun setiap minggunya memproduksi 50 kg daging ayam, 40 kg daging sapi dan 20 biji kluwih. Dalam berproduksi, ia dibantu 10 orang tenaga kerja yang





semuanya adalah ibu-ibu dari sekitar tempat tinggalnya di Karangpranti, Pajarakan, Probolinggo.

Dibantu putra pertamanya, Muhammad Nurul Fathony yang berperan di bidang pemasaran, Abon Hj Sun sudah dipasarkan hingga Batam, Sumatera, Kalimantan dan Papua. "Permintaan kesana ada terus setiap minggu," kata Sunniati.

Dibandingkan dengan abon lain, keunggulan Abon Hj Sun adalah lebih renyah dan *expired* atau jangka waktu kadaluarsanya lebih lama, mencapai 1 tahun. Ini karena ia menggunakan *spinner* sehingga abon yang dihasilnya lebih kering dan lebih

awet. Ketika ditanya soal bumbu-bumbu yang digunakan, Sun enggan membongkarnya. Sambil tersenyum, ia mengatakan itu adalah rahasia keluarga.

Saat ini, abon Hj Sun tengah dipersiapkan masuk ke ritel modern. Karena itu ia dan Fathony melakukan persiapan

Untuk lebih mengembangkan produknya, sejak tahun 2016 Sunniati mengajukan kredit ke **bankjatim**. Bahkan pada 17 Agustus lalu usahanya dinobatkan sebagai Juara I **bankjatim** Peduli UMKM Awards Tahun 2017. "Pada saat penilaian itu, saya sudah kecil hati.

Yang lain sudah hebat-hebat, omzetnya besar-besar. Sedangkan kami terhitung masih baru. Tapi Alhamdulillah justru kami juara I," ujarnya.

Selain abon daging sapi, daging ayam dan kluwih, ia juga memproduksi keripik kulit, maco kopong (jajanan khas Probolinggo) serta rengginang. "Kami juga masih uji coba abon jamur tiram. Kalau banyak yang cocok, akan kami kembangkan juga," pungkas perempuan kelahiran 22 Juli 1977 ini. ■

DIBANDINGKAN DENGAN ABON LAIN, KEUNGGULAN ABON HJ SUN ADALAH LEBIH RENYAH DAN EXPIRED ATAU JANGKA WAKTU KADALUARSANYA LEBIH LAMA, MENCAI 1 TAHUN.

yang lebih lagi yaitu mendaftarkan *barcode* produk dan mengurus sertifikat halal. "Sekalian kami mau beli genset jadi bisa terus berproduksi walaupun listrik padam," tambahnya.



Sunniati

Tanggal Lahir: 22 Juli 1977

Nama Suami: Abdul Haq Aswadi

Nama Anak: Muhammad Nurul Fathony (23)

Nur Afifah Maulida (17)



MEMANJANGKAN LABA CUKUR RAMBUT KHUSUS PRIA

Tumbuhnya perekonomian dan makin meningkatnya pendapatan masyarakat melahirkan banyak peluang bisnis baru. Salah satu yang kini sedang sangat moncer adalah bisnis jasa potong rambut khusus pria atau barbershop. Labanya menggiurkan.

DI RUANG berpendingin udara yang nyaman dan luas, Emirza menatap cermin besar di depannya dengan serius. Sembari duduk di kursi empuk berukuran jumbo, sesekali dia menggerakkan kepala ke kanan dan ke kiri sambil memegang pelan rambutnya.

"Sudah oke, Mas?" tanya sang penata rambut.

Senyum puas muncul dari bibir Emirza.

"Hampir tiap tiga pekan sekali saya ke *barbershop* ini untuk merapikan rambut. Ruangnya nyaman, pelayanannya cukup baik. *Pomade*-nya juga tersedia di sini, jadi lebih praktis," kata mahasiswa salah satu perguruan tinggi negeri ternama di Surabaya itu.

Sore itu, *barbershop* di pusat kota Surabaya yang disambangi Emirza cukup ramai. Sejak pagi hingga sore menjelang matahari terbenam, sudah lebih dari 40 konsumen datang untuk merapikan

rambutnya.

Sang *empunya barbershop*, Agung Rizky, menceritakan, dia membuka *barbershop* dengan nama *Cutbox* itu sejak 2011. Sejak awal, dia membidik kalangan pelajar hingga mahasiswa untuk menjadi pelanggannya.

"Maka saya membuka usaha di lokasi yang dekat dengan sentra segmen konsumen utama," ujar Agung.

Pada 2011, cerita Agung, *barbershop* di Surabaya masih sangat sedikit. Dia hanya butuh waktu beberapa hari untuk melakukan penghitungan prospek bisnis. "Saya yakin *barbershop* akan *booming*, dan benar ternyata tiga tahun terakhir ini perkembangannya luar biasa," ujarnya.

Berbekal modal awal sekitar Rp 50 juta, Agung memantapkan hati membuka gerai *Cutbox* pertama. Saat itu, *barbershop* Agung adalah satu-satunya di pusat kota Surabaya. Pemilihan lokasi pun dilakukannya secara cermat dengan

mendekati tempat berkumpulnya anak muda, yaitu tak jauh dari kompleks SMA 1, 2, 5, dan 9 di jantung kota Surabaya.

Di awal memulai bisnis ini belum banyak yang tertarik dengan konsep potong rambut modern ala *barbershop*. Kebanyakan pasar masih merapikan rambut di salon umum. Untuk segmen pelajar, biasanya memilih tukang cukur biasa dengan peralatan seadanya. Memangkas rambut di *barbershop* dianggap mahal dibandingkan di tempat potong rambut tradisional.

Awalnya, Agung mematok biaya pelayanan pangkas rambut sebesar Rp 13 ribu untuk pelajar dan Rp 15 ribu untuk umum. Biaya tersebut termasuk jasa cuci dan potong rambut. Kini, harganya sudah disesuaikan menjadi kisaran Rp 25-30 ribu.

"Saya bedakan antara harga pelajar/mahasiswa dan umum karena segmen utama yang saya bidik memang pelajar/

mahasiswa," papar alumnus Universitas Airlangga tersebut.

Agung berkisah, di awal pembukaan gerainya hanya melayani tak lebih dari 5 pelanggan per hari. Kini, pelanggan yang datang berkisar bisa tembus 80 orang tiap harinya. Dalam sebulan, ia meraup duit Rp 50-60 juta. Dalam setahun dia bisa memperoleh pendapatan dari jasa potong rambut ini hingga kisaran Rp 600 juta.

Marjin laba bisnis ini pun cukup lebar. Agung menyebut angka 35 persen dari pendapatan.

Dulu bisnis ini relatif minim saingan. Kini, banyak orang ikut membuka bisnis barbershop. Bermunculannya bisnis sejenis membuat Agung harus terus berinovasi untuk bisa bertahan di bisnis ini. Tren potongan rambut terkini menjadi patokan untuk mempertahankan pelanggan.

"Sekarang sudah banyak pesaingnya. Kami juga harus sadar akan pembaruan dan selalu berusaha untuk bisa konsisten terhadap kualitas pelayanan," papar Agung yang kini sudah mempekerjakan tiga orang pemangkas rambut.

Untuk mempertahankan pelanggan loyal dan memperluas pasar, strategi promosi kreatif juga menjadi perhatian Agung. Misalnya, program promosi dengan menggratiskan satu kali biaya cukur jika pelanggan telah 10 kali potong rambut di Cutbox. Bahkan, ada pula undian berhadiah *smartphone*.

Menurut Agung, selain persaingan dengan *barbershop* lain yang semakin ketat, salah satu tantangan utama dalam menggarap bisnis ini adalah pengelolaan sumberdaya manusia (SDM). Dia mengakui, tak mudah mencari tenaga pemangkas rambut.

"Bukan hanya yang keterampilannya oke, tapi juga harus jujur, punya perilaku yang baik. Pokoknya kalau sudah ketemu yang pintar memangkas rambut, jujur, dan ramah ke pelanggan; harus dipertahankan mati-matian," saran Agung.

Terkait modal, jangan khawatir mengalami kesulitan. **bankjatim** punya beragam skema untuk membantu menyukseskan rencana bisnis membuka usaha *barbershop*. Selain beragam skema kredit konvensional dengan bunga lunak, ada pula model pembiayaan syariah yang saling menguntungkan.■

CARA AMPUH BISNIS CUKUR RAMBUT

- 1 Tentukan dan kemudian fokuslah pada segmen pasar tertentu. Secara umum pasar barbershop adalah pria, tapi Anda harus menentukan segmen mana yang dipilih: pelajar/mahasiswa atau karyawan/eksekutif.
- 2 Pilih lokasi yang mendekati segmen pasar utama.
- 3 Lengkapi kebutuhan penunjang barbershop seperti pomade, semir rambut, dan sejenisnya. Sehingga konsumen dimudahkan mengurus rambutnya di satu tempat.
- 4 Ciptakan ruangan senyaman mungkin: bersih, AC dengan kinerja

prima, dan fasilitas internet alias wifi gratis.

- 5 Bikin aktivitas pemasaran dan promosi yang unik, seperti cukur sepuluh kali gratis sekali, kuis-kuis di media sosial berhadiah cukur gratis, dan sebagainya.



- 6 Kelola SDM dengan profesional. Kunci keberhasilan barbershop adalah tenaga pemotong rambut yang andal, maka jangan sampai mereka berpaling ke barbershop lain.

- 7 Ciptakan basis data pelanggan melalui member card. Dari sana, Anda bisa melakukan banyak aktivitas promosi sekaligus untuk memperkuat loyalitas konsumen.

PIKIR-PIKIR BISNIS

Peluang Emas di Depan Mata:

1. Populasi pasar yang sangat besar membuat prospek bisnis ini sangat cerah.
2. Terus tumbuhnya kelas menengah baru membuat tren merapikan rambut di *barbershop* semakin meningkat.

TANTANGAN YANG PERLU DIWASPADAI



1. Besarnya populasi pasar membuat bisnis barbershop semakin banyak diminati. Perlu strategi yang tepat agar Anda bisa menciptakan konsumen yang loyal.
2. Keterbatasan SDM di tenaga pencukur rambut membuat Anda harus bersaing dengan banyak pebisnis serupa untuk mendapatkan yang terbaik. Terapkan sistem komisi agar mereka terpacu dalam bekerja.



ANALISIS BISNIS

PERKIRAAN MODAL AWAL

Sewa Tempat *)	:	Rp 60.000.000
Perlengkapan	:	Rp 10.000.000
Desain Interior	:	Rp 10.000.000

*) Asumsi lokasi cukup strategis di Surabaya. Harga tentu berbeda di kota lain.

BIAYA TETAP PER BULAN

Gaji Karyawan*)	:	Rp 6.000.000
Komisi Karyawan**)	:	Rp 12.000.000
Listrik	:	Rp 1.000.000
Iuran RT/RW	:	Rp 100.000
Bahan Baku	:	Rp 1.000.000
		Rp 20.100.000

*) Asumsi tiga karyawan: dua pemangkas, satu kasir.

**) Asumsi 80 konsumen per hari, komisi per konsumen Rp 5.000.

BIAYA VARIABEL TERTENTU PER BULAN

Biaya Promosi	:	Rp 500.000
Total Biaya	:	Rp 20.600.00

PROYEKSI PENDAPATAN PER BULAN

Jasa Pangkas Rambut:	
Rp 60.000.000	
Asumsi 80 konsumen per hari dengan tarif per orang	
Rp 25.000	
Proyeksi Laba Per Bulan:	
Rp 39.400.000	



BONUS AKHIR TAHUN BUAT APA?

KINERJA perusahaan yang positif, biasanya ditandai dengan peningkatan penjualan atau laba, tentunya akan berimbas kepada karyawannya. Karyawan yang menjadi ujung tombak kinerja bagi perusahaan sudah seharusnya mendapat apresiasi atas kinerjanya memajukan perusahaan.

Di banyak perusahaan, karyawan akan mendapat bonus tahunan ketika perusahaan mencatatkan laba sebagai apresiasi atas kinerja mereka. Besaran bonusnya bisa sama antar karyawan, atau bisa pula bervariasi tergantung penilaian perusahaan atas kinerja karyawan yang bersangkutan. Bonus juga bisa dirupakan banyak hal, bisa berupa hadiah, fasilitas liburan atau yang paling sering diberikan adalah uang tunai.

Bagi karyawan yang mendapatkan bonus tahunan berupa uang tunai, tentunya harus memanfaatkannya sebaik mungkin. Berikut adalah beberapa *tips* menggunakan bonus tahunan agar manfaatnya bisa maksimal.

1. BAYAR UTANG



Kadang kala seorang karyawan mempunyai kebutuhan dana untuk darurat di tengah tahun. Apakah itu karena mengalami sakit yang membutuhkan banyak biaya pengobatan, atau ada saudara dekat yang mempunyai hajat sehingga harus ikut menyumbang. Bagi mereka yang mempunyai tabungan cukup tentunya tidak akan menjadi masalah. Namun jika tabungan tidak ada, alternatif pemenuhannya adalah dengan berutang.

Jika anda mendapat bonus akhir tahun dari perusahaan, tentunya ini menjadi momentum yang baik untuk membayar utang sehingga hidup anda tidak terbebani pada tahun mendatang.

Selain utang karena keadaan darurat, bonus akhir tahun juga bisa dipakai untuk melunasi utang terencana seperti cicilan rumah, cicilan kendaraan bermotor atau kartu kredit. Dengan menggunakan bonus akhir tahun sebagai dana pembayaran utang, maka bisa membantu Anda mengurangi beban keuangan di masa mendatang.

2. MEMBAYAR PENGELUARAN TAHUNAN



Terkadang kita mempunyai pengeluaran wajib yang pembayarannya dilakukan secara tahunan, seperti Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), Pajak kendaraan bermotor, asuransi kendaraan bermotor, asuransi jiwa, asuransi kesehatan atau daftar ulang sekolah anak.

Bonus akhir tahun bisa digunakan untuk melunasi kebutuhan-kebutuhan itu. Tentunya dengan harapan kita tidak akan terbebani di bulan-bulan mendatang ketika kebutuhan pembayaran tersebut sudah jatuh tempo.

3. MENINGKATKAN INVESTASI



Bonus akhir tahun tentunya haruslah bijak dikelola untuk meningkatkan kualitas hidup di masa mendatang. Salah satu penyalurannya bisa dengan meningkatkan atau memperbanyak portofolio investasi. Jika anda termasuk individu yang konservatif, bonus akhir tahun bisa disalurkan untuk menambah investasi yang risikonya kecil seperti menambah saldo deposito atau membeli emas.

Jika bonusnya cukup besar, anda bisa mempertimbangkan untuk membeli

properti seperti tanah yang nilainya terus meningkat seiring waktu.

Namun jika anda adalah seorang *risk taker*, anda bisa mempertimbangkan untuk membelanjakan bonus akhir tahun anda dengan menambah koleksi saham atau unit-unit derivatif perdagangan berjangka.

4. PENGELUARAN SOSIAL



Sebagai umat beragama, tentu kita diperintahkan untuk selalu membantu sesama yang membutuhkan. Bonus akhir tahun juga bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan kepedulian sosial kita melalui sumbangan sosial baik yang wajib maupun sukarela seperti zakat, infaq, sedekah, perpuluan atau semacamnya.

Kita juga bisa sisihkan bonus akhir tahun untuk menyumbang ke panti asuhan, panti jompo, atau pasien di rumah sakit sekaligus berbagi kebahagiaan dengan mereka yang sedang tidak beruntung.

5. MENGHADIAHI DIRI SENDIRI



Kerja keras kita sepanjang tahun tentunya juga layak mendapatkan apresiasi. Tidak ada salahnya membelanjakan bonus akhir tahun untuk hadiahhi diri sendiri dengan barang-barang impian seperti *smartphone* baru, perhiasan baru, atau mobil baru.

Menghadiahhi diri sendiri juga bisa dilakukan dengan berlibur ke tempat-tempat yang memang sejak lama diidamkan, baik destinasi di dalam negeri maupun di manca negara. Dengan hadiahhi diri sendiri diharapkan akan ada motivasi untuk bekerja lebih keras di tahun mendatang. ■

5 Teknologi Smartphone yang Trending di Sepanjang 2017

TEKNOLOGI *smartphone* terus mengalami perkembangan. Para produsen tak kenal lelah menghadirkan inovasi-inovasi menarik untuk membuat produknya dilirik oleh para pengguna. Bahkan, terkadang teknologi yang dibenamkan tersebut sebelumnya tidak pernah terbayangkan akan tersedia di *smartphone*.

Di sepanjang tahun 2017 ini ada beberapa teknologi yang populer dan disukai oleh banyak pengguna. Hasilnya, hal itu menjadi tren dan nyaris semua produsen mulai menawarkan produk dengan teknologi serupa. Jika sudah demikian, bukan tidak mungkin teknologi yang tadinya terlihat canggih dan premium justru dibenamkan di *smartphone* kelas menengah ke bawah. Tren teknologi *smartphone* apa saja yang populer di tahun 2017?

DUAL-CAMERA



Sejak tahun lalu, teknologi kamera ganda pada *smartphone* memang sudah diprediksi akan terus berkembang. Tahun ini teknologi tersebut semakin populer. Tercatat banyak nama-nama besar yang meluncurkan *smartphone* dengan kamera ganda, misalnya Samsung, Xiaomi, Oppo, LG, Motorola, dan yang lainnya.

Ada beberapa konfigurasi berbeda yang ditawarkan, antara lain kamera belakang ganda dengan satu sensor warna dan satu sensor monokrom, kamera belakang ganda yang terdiri dari lensa wide dan lensa tele, serta kamera depan ganda untuk menunjang *selfie* yang lebih memukau.

Untuk kamera belakang ganda, beberapa produk yang sudah bisa dibeli di Indonesia antara lain Samsung Galaxy Note8, LG G6, Asus ZenFone Zoom S, Huawei P9, Coolpad Cool Dual, Samsung Galaxy J7+, dan Xiaomi Mi A1. Sementara untuk kamera *selfie* ganda, ada Oppo F3 Plus, Oppo F3, Vivo V5 Plus, dan Infinix S2 Pro.

FINGERPRINT SENSOR



Ya, sensor sidik jari.

Teknologi yang tadinya hanya tersedia di *smartphone* kelas atas kini mulai banyak diadopsi oleh produk kelas menengah bahkan *entry-level*. Karena semakin populer, belakangan ini mulai banyak pengguna yang menginginkan fitur tersebut dan menjadikannya sebagai pertimbangan utama saat ingin membeli *smartphone* baru.

BEZEL SUPER TIPIS

Layar dengan *bezel* super tipis atau bahkan nyaris tanpa *bezel* bukanlah teknologi baru. Hanya saja tahun ini semakin banyak produsen yang menawarkannya di perangkat garapannya mereka. Dengan *bezel* yang super tipis, bagian depan *smartphone* menjadi lebih didominasi layar nyaris seluruhnya. Dimensi perangkat pun lebih ramping meski layarnya besar.

Beberapa *brand* menamai teknologi *bezel* super tipis mereka dengan sebutan yang berbeda-beda. Samsung contohnya dengan Infinity Display di Galaxy S8 dan Galaxy Note8. Ada pula LG dengan FullVision di G6, serta Vivo V7+ dengan FullView. Xiaomi pun memiliki *smartphone* dengan teknologi seperti ini dan bahkan sudah memasuki generasi kedua, yakni Xiaomi Mi Mix 2.

USB TYPE-C

Sama seperti sensor sidik jari, *interface* USB Type-C sebelumnya masih lebih banyak ditemui di *smartphone* kelas atas. Sekarang pun masih begitu, meski sudah ada beberapa perangkat kelas menengah yang tak ragu membenamkannya untuk menggantikan microUSB, contohnya Coolpad Cool Dual. Ke depannya, *smartphone* dengan USB Type-C dipercaya akan semakin membujiri pasar karena keunggulannya yang mampu mentransfer data dan mengisi daya lebih cepat.



FAST CHARGING

Teknologi *fast charging* atau pengisian daya cepat kini semakin sering ditawarkan berbagai *brand* *smartphone* sebagai nilai plus dari produk mereka. Nama teknologi *fast charging* yang umum ditemui di *smartphone* adalah Quick Charge garapan Qualcomm. Akan tetapi, ada pula VOOC Flash Charge besutan Oppo yang tak kalah canggihnya.

Fast charging pastinya akan menjadi teknologi yang sangat dibutuhkan para pengguna karena bisa mengisi daya baterai jauh lebih cepat dibandingkan dengan waktu yang dibutuhkan untuk mengisi daya *smartphone* tanpa teknologi tersebut. Jika sudah pernah menggunakan *smartphone* dengan *fast charging*, besar kemungkinan seorang pengguna tidak akan mau kembali memakai perangkat dengan sistem pengisian daya biasa yang lambat. ■



VERTIGO

VERTIGO berasal dari bahasa Latin *vertō* yang artinya adalah 'gerakan berputar' adalah salah satu bentuk sakit kepala di mana penderita mengalami persepsi gerakan yang tidak semestinya (biasanya gerakan berputar atau melayang) yang disebabkan oleh gangguan pada sistem vestibular.

Sebenarnya, vertigo bukanlah bagian dari suatu penyakit, melainkan hanya sebagai gejala dari suatu penyakit yang diderita.

Ada kondisi vertigo yang ringan serta tidak terlalu terasa dan ada yang parah sehingga menghambat rutinitas. Serangan vertigo bisa bervariasi, mulai dari pusing yang ringan dan muncul secara berkala hingga yang parah dan berlangsung lama. Serangan yang parah bisa terus berlangsung selama beberapa hari sehinggaenderitanya tidak bisa beraktivitas dengan normal.

GEJALA LAIN YANG MENYERTA VERTIGO

Gejala lain yang berhubungan dengan vertigo adalah kehilangan keseimbangan. Tanda-tanda ini akan memicu pengidap vertigo mengalami kesulitan berdiri atau berjalan, mual, muntah, berkeringat, kadang disertai nistagmus (gerakan mata yang tidak normal) dan pusing.

BERBAGAI PENYEBAB VERTIGO

Vertigo biasanya disebabkan oleh gangguan pada telinga bagian dalam. Gangguan ini akan memicu masalah mekanisme keseimbangan tubuh. Sementara penyebab umum lainnya meliputi:

- Vertigo Posisi Paroksismal Jinak atau istilah umumnya Benign Paroxysmal Positional Vertigo (BPPV) – vertigo yang dipicu oleh perubahan posisi kepala tertentu.
- Migrain, sakit kepala tidak tertahankan.
- Penyakit Meniere, gangguan yang menyerang telinga bagian dalam.
- Vestibular neuronitis, yaitu inflamasi saraf vestibular pada telinga bagian dalam.
- Gangguan pada otak, misalnya tumor.
- Obat-obatan tertentu yang menyebabkan kerusakan telinga.



- Trauma atau luka di kepala dan leher.

PENGOBATAN DAN PENCEGAHAN VERTIGO

Vertigo sendiri termasuk gejala dan bukan penyakit. Karena itu, cara mengatasi vertigo tergantung pada penyakit yang menyebabkannya.

Sebagian kasus vertigo bisa sembuh tanpa pengobatan. Hal ini mungkin terjadi karena otak berhasil beradaptasi dengan perubahan pada telinga bagian dalam.

Ada juga beberapa penyebab vertigo yang membutuhkan langkah pengobatan khusus. Di antaranya adalah:

Manuver Epley untuk menangani BPPV. Obat-obatan, seperti *prochlorperazine* dan *antihistamin*. Namun, obat-obatan ini biasanya hanya efektif untuk tahap awal dan sebaiknya tidak digunakan jangka panjang.

Terapi rehabilitasi vestibular guna membantu otak untuk beradaptasi dengan sinyal membingungkan dari telinga yang jadi penyebab vertigo, sehingga frekuensinya berkurang.

Selain penanganan dari dokter atau ahli terapi, kita juga bisa melakukan sejumlah cara untuk mengurangi atau mencegah gejala-gejala vertigo. Langkah-langkah tersebut meliputi:

- Menghindari gerakan secara tiba-tiba agar tidak terjatuh.
- Segera duduk jika vertigo menyerang.
- Gunakan beberapa bantal agar posisi kepala saat tidur menjadi lebih tinggi.
- Gerakkan kepala secara perlahan-lahan.
- Hindari gerakan kepala mendongak, berjongkok, atau tubuh membungkuk.

Kenalilah pemicu vertigo Anda dan lakukan latihan yang dapat memicu vertigo Anda. Otak Anda akan menjadi terbiasa dan malah menurunkan frekuensi kambuhnya vertigo. Bagi Anda yang juga menderita penyakit Meniere, batasi konsumsi garam dalam menu sehari-hari.

Harap konsultasikan ke dokter jika vertigo Anda tidak kunjung sembuh. Dokter biasanya akan menanyakan gejala Anda, melakukan pemeriksaan sederhana, serta menganjurkan pemeriksaan lebih lanjut. Terutama apabila frekuensi vertigo termasuk sering dialami, sehingga diagnosis vertigo bisa dipastikan. ■

Ludruk, Jangan Jadi Kenangan

Jika masyarakat Jawa Tengah memiliki ketoprak, masyarakat Jawa Timur pun memiliki pertunjukan hiburan. Namanya ludruk.

LUDRUK, kesenian drama tradisional dari Jawa Timur ini biasanya diperagakan oleh sebuah grup kesenian yang dipergelarkan di sebuah panggung. Walau sama-sama bersifat menghibur, tapi ada perbedaan mencolok antara ludruk dengan ketoprak. Salah satu perbedaan tersebut adalah cerita yang diangkat.

Dalam setiap pertunjukannya, ludruk mengangkat cerita kehidupan sehari-hari, cerita perjuangan, atau sebagainya. Latar waktu cerita yang dibawakan adalah saat ini. Sementara, ketoprak membawakan kisah yang terjadi di masa lalu (berdasarkan sejarah atau dongeng).

Karena cerita yang dibawakan merupakan cerita sehari-hari, yang dekat dengan kehidupan masyarakat, ludruk pun digemari oleh semua kalangan masyarakat. Selain itu, walau menggunakan bahasa Jawa Timur, guyonan yang dilontarkan para pemain ludruk pun dapat dimengerti oleh orang dari luar Jawa Timur. Ini dikarenakan para pemain tidak hanya mengandalkan guyonan dalam bentuk perbincangan, tapi juga dalam gerak.

Pertunjukan ludruk akan dimulai oleh tari remo. Berbeda dengan pertunjukan tari remo pada biasanya, tari remo yang menjadi pembukaan pertunjukan ludruk hanya dibawakan oleh seorang penari.

Tidak ada pakem yang pasti mengenai pertunjukan ini, mengenai jumlah pemain, jumlah babak, dan sebagainya.

Begitu pula dengan cerita yang dibawakan. Biasanya, dalam pertunjukan ludruk, sangat dipentingkan kemampuan para pemain untuk dapat berimprovisasi dan mengembangkan jalan cerita yang sudah dibuat.

Pada tahun 1907, ludruk yang berawal dari pementasan kampung ke kampung, berkembang menjadi sebuah pementasan teater. Di era kemerdekaan Ludruk juga memiliki peranan penting. Ludruk dapat difungsikan sebagai penyampai pesan persiapan kemerdekaan. Setelah merdeka-pun, ludruk masih tetap digunakan sebagai penyampai pesan untuk pembangunan Indonesia.

Seiring perkembangan zaman, banyak muncul acara-acara serupa yang tidak kalah menarik baik di Jawa Timur maupun diberbagai belahan dunia lainnya yang mengakibatkan ludruk secara perlahan mulai tergeser keberadaannya, terutama dengan budaya asing yang mulai mendominasi di masyarakat.

Di tempat asalnya ludruk hampir menjadi kenangan, hanya ada satu grup ludruk yang masih

bertahan di Surabaya sampai saat ini. Grup Ludruk ini bernama Ludruk Irama Budaya, yang menggelar pertunjukan di belakang Taman Hiburan Remaja Surabaya.

Gedung yang dipakai untuk tempat pertunjukan Ludruk Irama Budaya ini disediakan oleh Pemerintah Kota Surabaya secara cuma-cuma. Gedung yang dipakai tidak terlalu besar untuk sebuah pertunjukan Ludruk. Tetapi, setidaknya tempat ini jauh lebih baik dari tempat sebelumnya yang di Pulo Wonokromo, dimana mereka harus membayar biaya sewa.

PARIKAN

Selain remo, yang juga tidak bisa dilepaskan dari pertunjukan ludruk adalah parikan. Salah satu parikan yang terus dikenang hingga saat ini adalah yang diucapkan Cak Durasim pada suatu pertunjukan ludruk tahun 1942 ketika Indonesia mengalami masa transisi dari penjajahan Belanda ke tangan Jepang.

Parikan '*Pagupon omahe doro, melu Nipon tambah soro*' yang isinya Artinya Pagupon rumahnya burung dara, ikut Nippon (Jepang) tambah sengsara. Seniman ludruk asli Jepang ini langsung di amankan oleh pihak Jepang dan dipenjara. Di dalam penjara, Cak Durasim di siksa hingga meninggal di dalam penjara.

Dalam suatu pertunjukan ludruk, parikan biasanya ditampilkan di awal sebelum cerita. Parikan sendiri mirip seperti pantun, tapi menggunakan Bahasa Jawa. Ada tiga jenis parikan saat bedayan (bagian awal permainan ludruk). Yaitu, lamba (parikan panjang yang berisi pesan), kecrehan (parikan pendek yang kadang-kadang berfungsi menggojlok orang) dan dangdutan (pantun yang bisa berisi kisah-kisah kocak).■



Kue Kekinian

ALA SELEBRITI

JIKA bepergian ke suatu daerah, kurang lengkap rasanya jika tidak membawa oleh-oleh. Dan yang umum dibawa adalah makanan dari suatu daerah. Jika dulu umumnya adalah kue-kue khas atau tradisional, sekarang ada fenomena baru.

Muncul makanan-makanan khas daerah yang baru diciptakan tapi sudah jadi tren di kalangan anak-anak muda kekinian. Kue-kue kekinian ini umumnya adalah milik artis ibukota yang wajahnya sudah sering wara-wiri di layar kaca. Dan di Jawa Timur, ada banyak artis yang membuka toko kue dan oleh-oleh kekinian tersebut.

Ini beberapa diantaranya

SURABAYA SNOWCAKE | ZASKIA SUNGKAR & IRWANSYAH



Pasangan suami istri Zaskia Sungkar dan Irwansyah bisa dibilang adalah pelopor usaha oleh-oleh makanan khas daerah yang dimiliki para artis. Zaskia-Irwansyah yang menikah pada 2011 ini membuka gerai makanan khas kekinian, Surabaya Snowcake, pada 7 Januari 2017.

Kue manis ini terdiri dari tiga lapisan, dua lapis pastry di bagian atas dan bawah serta roti empuk di tengahnya. Diatasnya kue ini ditaburi gula halus yang menjadi inspirasi namanya, Snowcake. Ada lima varian Surabaya Snowcake yakni Caramel, Cheese, Choco Greentea, Caramel, Choco Banana dan Vanilla.

SURABAYA PATATA | RIA RICIS & OKI SETIANA DEWI



Presenter sekaligus youtuber Ria Yunita, atau yang lebih terkenal dengan nama beken Ria Ricis, bersama dengan kakak kandungnya yang juga presenter dan pendakwah, Oki Setiana Dewi, rupanya juga tertarik untuk ikut mengembangkan bisnis makanan oleh-oleh khas Surabaya.

Kue manis ini berbentuk bulat dengan bahan dasar kentang – patata dalam bahasa Spanyol artinya kentang. Berbeda dengan Snowcake yang menggunakan pastry renyah di bagian

atas dan bawah, Surabaya Patata ini full berupa roti empuk dengan isian krim dibagian tengah.

Ada lima macam varian rasa yang ditawarkan yakni rasa nutella, green tea, black (oreo), cheese, dan banana peanut.

VIDI VINI VICI | VIDI ALDIANO



Penyanyi spesialis lagu romantis, Vidi Aldiano juga turut nimbrung dalam bisnis oleh-oleh khas daerah di Surabaya dengan membuka gerai kue Vidi Vini Vici. Kue berjenis bolu donat ini dikembangkan Vidi bersama sang mama.

Ada lima varian rasa kue Vidi Vini Vici yakni Suro & Boyo (coklat keju), Rodeo

Velvet (red velvet), Cheese Wonderland (keju), Lé Mint Ho (lemon mint) dan Chocolate Paradise (cokelat).

BOLU JOEANG | ARIEL TATUM & DION WIYOKO



Terinspirasi dari kue bolu masa kecil, Nindya M.Iqbal berkolaborasi dengan dua arti Indonesia Ariel Tatum dan Dion Wiyoko mengembangkan usaha dengan membuka toko kue Bolu Joeang, di Kawasan Dharmahusada, Surabaya.

Nindya yang juga Istri Kapolrestabes Surabaya ini menuturkan sedikitnya ada lima varian rasa yang dijual, diantaranya Read Spekoek, Double Cheese, Milky Manggo Coffe Matche dan Cocco Cruncy. Dengan harga enam puluh ribu rupiah pecinta kuliner tak perlu bingung mencari referensi oleh-oleh untuk diberikan.



MALANG STRUDEL | TEUKU WISNU

Malang Strudel yang dikembangkan Teuku Wisnu bisa jadi merupakan pelopor usaha oleh-oleh kekinian para artis.

Strudel sendiri meru-

pakan kue berlapis, yang terbuat dari pastry dan di isi berbagai buah-buahan. Kue ini adalah makanan populer di zaman Habsburg Empire (1278 – 1780) di Austria.

Pilihan rasanya bervariasi mulai dari apel, keju, coklat pisang, strawberry, nanas, jeruk, dan mix fruit yang dibandrol dengan harga Rp 45.000. Selain itu ada juga strudel premium yaitu rasa durian dengan harga yang sedikit lebih mahal.

MAKOBU | KRISDAYANTI



Malang, selain dikenal dengan apelnya juga juga identik dengan sebutan kota bunga. Nama inilah yang kemudian menginspirasi artis sekaligus diva musik Indonesia, Krisdayanti (KD), untuk mengangkat identitas tersebut sebagai brand dari gerai kue miliknya yang berada di Jalan Ijen, Malang yaitu Makobu

(Malang Kota Bunga).

Makobu mengombinasikan jenis castella cake dengan puff pastry. Sehingga, castella cake ala Makobu ini berbeda, karena ada perpaduan rasa lembut, fluffy dari kue bolunya, serta renyah pada lapisan bawahnya.

Untuk memenuhi selera pasar, Makobu menghadirkan enam varian yakni castella cheese, castella chocolate, castella cappuccino, castella banana crunchy, castellan apple dan castella bluberry.

ASIX | KELUARGA ANANG HERMANSYAH



Keluarga selebritis Anang Hermansyah tidak ingin ketinggalan meramaikan bisnis kuliner ini. Keenam varian kue yang dijual di gerai Oleh-oleh Asix diambil dari nama keempat anaknya, istri, dan Anang sendiri.

Anang Charcoal- Cake hitam ini benar-benar dibuat dengan memanbah-

kan serbuk charcoal atau arang yang tentu saja aman dimakan. Dibandingkan dengan kue kekinian lainnya, varian Anang Charcoal terbilang inovatif karena belum ada yang membuat sebelumnya. Lapisan putih di bagian atasnya adalah parutan keju yang melimpah.

Ash Kayagreen- Cake dengan cita rasa pandan dipadu dengan selai sarikaya di bagian tengahnya. Lalu bagian atasnya dihiasi butiran coklat putih yang manis.

Loly Rainberry Velvet- Loly adalah nama panggilan Aurel, anak sulung Anang dari pernikahannya dengan diva pop Krisdayanti. Varian dengan nama 'Loly Rainberry Velvet' ini memiliki warna paling mencolok dibanding lima varian lain.

Jielly Hazelin - Selanjutnya ada varian 'Jielly Hazelin' yang

diambil dari nama panggilan Azriel, putra kedua Anang dari pernikahannya dengan Krisdayanti. Varian ini bercita rasa paduan coklat dengan kacang hazelnut. Lapisan coklat praline di bagian tengahnya benar-benar menggugah selera.

Acio Chocolava - Si cantik dan menggemaskan Arsy yang akrab disapa Acio, punya varian 'Acio Chocolava' dengan coklat yang melimpah. Cake original dengan krim coklat tebal di bagian tengah, dan taburan meises coklat yang melimpah ruah di atas.

Acabi Chizmelt - Varian kue dengan nama panggilan Arsy, yaitu Acabi adalah 'Acabi Chizmelt' yang tampilannya sangat menggoda dengan parutan keju melimpah di bagian atasnya. Tidak ketinggalan krim keju yang manis dan gurih di bagian tengah melengkapi lezatnya kue ini.

QUEEN APPLE | FARAH QUINN



Farah Quinn membuka Queen Apple, yaitu oleh-oleh dari Malang yang berupa cake/bolu dan strudel. Pilihan rasanya antara lain Chocolat, vanilla, cinamon dan cheese. Queen apple sendiri adalah Bolu lembut dengan topping scramble dan filling apel yang nikmat. Selain cake juga ada strudel dengan varian rasa original,

vla dan choco banana.

Yang membedakan Queen Apple dengan produk sejenis adalah potongan apelnya yang besar-besar dan tentu saja rasanya. Karena resepnya merupakan hasil racikan Chef Farah Quinn sendiri. ■

Berkunjung ke Dolly, Kampung Wisata Penuh Cerita

Siapa yang tidak kenal Dolly. Ya gang Dolly, sebutan suatu kawasan yang pernah menjadi perbincangan publik karena perubahannya. Dolly, konon katanya merupakan lokalisasi kawasan prostitusi terbesar di Asia Tenggara.

JUMLAH PSK (Pekerja Seks Komersial) yang ada pada tahun 2014 mencapai jumlah 1.449 orang. Angka tersebut sebelum kawasan itu diubah oleh pemerintah pada Juli 2014. Gang Dolly yang terletak di Kelurahan Putat Jaya, Kecamatan Sawahan, Kota Surabaya ini diubah warnanya dari kawasan gemerlap hiburan malam menjadi kawasan wisata mural yang berwarna-warni.

Asal tahu saja, nama Dolly yang sudah terkenal di Indonesia bahkan sampai mancanegara ini berasal dari nama orang Belanda, yakni Mama Dolly yang dulunya mempunyai usaha prostitusi di sana. Nama tersebut kemudian tidak diganti ketika kawasan tersebut sudah berubah.

Nah, kini para PSK yang kehilangan pekerjaan pasca diubahnya kawasan tersebut juga diberikan mata pencaharian lain yang lebih layak oleh pemerintah, seperti menjadi pekerja untuk UKM

(Usaha Kecil Menengah).

Keberhasilan Walikota Surabaya, Ibu Tri Rismaharini, dalam merelokasi Gang Dolly membuahkan hasil yang positif. Susah, namun bukan berarti tidak bisa dilakukan. Di tangan Risma, Wisma Barbara yang terkenal paling besar dan menghasilkan banyak pendapatan dari usaha prostitusi diubah fungsi dan bentuk fasadnya sebagai tempat produksi sepatu. Pengalihfungsian ini dilakukan untuk membuat lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat dan wanita tuna susila. Selain memproduksi sepatu, Bu Risma juga menginstruksikan untuk membuat berbagai UKM.

Sampai saat ini, terbentuk 13 UKM. Terdapat salah satu UKM yang dimiliki oleh Bang Jarwo yakni Tempe Bang Jarwo. Beliau sempat menjadi buronan selama satu tahun karena bergerak secara gerilya untuk menentang lokalisasi. Namun, siapa yang menyangka, ke-

beruntungan datang padanya sehingga sekarang usahanya berhasil.

Gang-gang yang ada juga diubah namanya menjadi nama-nama UKM yang ada disitu. Salah satunya Gang ORUMY yang memproduksi minuman rumput laut dan Gang Samijali untuk Gang Putat Jaya IV-A yang merupakan sentra pembuatan kerupuk singkong.

Terdapat juga taman yang dulunya merupakan wisma dan karaoke 'panas'. Sebelum diubah fungsinya, tempat ini merupakan wisma dengan puluhan kamar yang saling di sekat dengan kamar mandi yang terbuka. Selain pengubahan fungsi-fungsi lahan yang ada dikawasan itu. Deretan rumah di setiap gang pun diubah warnanya sehingga terkesan 'kampung ceria' yang meninggalkan masa 'kampung gelap'. Cara ini dilakukan Risma untuk menciptakan Kampung Dolly sebagai kampung wisata "Dolly kampung wisata, penuh cerita".

PELATIHAN HINGGA PAMERAN

Selalu ada harga yang harus dibayar dalam mengambil setiap kebijakan, begitu juga yang terjadi dengan Risma. Dia tetap berusaha yang terbaik untuk



mewadahi kegiatan-kegiatan yang ada. Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya pun aktif memberikan pelatihan keterampilan kepada warga yang terkena dampak alih fungsi lokalisasi. Sejak penutupan lokalisasi pada empat tahun silam, hingga kini sudah ada 2000 lebih warga di wilayah eks lokalisasi yang telah mengikuti pelatihan yang diberikan Pemkot.

Kepala Dinas Pengendalian Kependudukan Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak (DP5A) Kota Surabaya, Nanis Chairani mengatakan, warga yang tinggal di kawasan eks lokalisasi, memiliki hak yang sama dengan warga yang tinggal di wilayah lainnya (luar lokalisasi) dalam hal mendapatkan perhatian dari dinas nya.

"Mereka berhak untuk mengikuti program kami, salah satunya pemberdayaan ekonomi melalui pelatihan-pelatihan," tegas Nanis.

Berdasarkan data di Dinas P5A, selama rentang 2013 hingga 2016, sudah ada 2150 warga dari tiga kawasan terdampak penutupan lokalisasi yang telah mengikuti pelatihan. Rinciannya, di kawasan eks lokalisasi Sememi Klakahrejo ada 275 orang, lalu di Dupak Bangunsari ada 750 orang dan di Dolly (Putat Jaya) ada 1125 orang.

"Dari jumlah tersebut, sebanyak 50 persen hingga kini masih eksis usahanya. Yang paling menonjol adalah warga dari Dolly seperti usaha makanan (samiler), kaos, dan tempe," ujar Nanis.

Padaahal, jelas Nanis, sebelum penutupan lokalisasi, warga di kawasan Dolly kurang berminat menyambut tawaran pelatihan yang diberikan Pemkot. Kala itu, warga di sana lebih berminat untuk menggeluti usaha yang berkaitan dengan praktik lokalisasi seperti menjadi juru parkir, membuka warung ataupun *laundry* karena merasa bisa mendapatkan uang dengan cara mudah. Sementara, ada banyak warga di luar Putat Jaya yang sudah mengikuti pelatihan.

Setelah penutupan dan dilakukan pendekatan dan dorongan dari Dinas P5A, barulah warga di Putat Jaya tergerak untuk mengikuti pelatihan. Mereka diubah pola pikirnya agar mau menjadi lebih berdaya dengan *skill* yang mereka miliki melalui usaha. ■

KAMPUNG BATIK, KINI JADI JUJUGAN WISATAWAN



SALAH satu UKM di kawasan Dolly yang sukses adalah "Rumah Batik". Pada awal berdirinya, sentra pelatihan batik di Kelurahan Putat Jaya, Surabaya, ini dikhususkan untuk pembelajaran bagi warga sekitar.

Setahun pasca-berdirinya, "Rumah Batik" sukses menarik warga di luar Putat Jaya yang mau belajar batik di tempat eks lokalisasi yang populer disebut Dolly tersebut.

Ketertarikan para warga lain daerah belajar membatik setelah mengetahui prestasi "Rumah Batik" yang mendapat penghargaan dalam *event* kejuaraan membatik tingkat provinsi Jatim, tahun lalu. "Rumah Batik" Putat Jaya memiliki motif batik yang khas yakni motif daun dan buah jarak. "Kini yang datang ke sini, ada dari Kelurahan Benowo, Dupak, hingga Rungkut," ujar Mulyadi Gunawan, salah seorang pembimbing batik di tempat ini.

Keinginan pemerintah kota Surabaya menjadikan "Rumah Batik" berkembang dan terkenal tak lepas dari ambisi yang kuat untuk mengubah citra negatif kawasan yang dulunya dikenal dengan nama Gang Dolly, salah satu hot spot bisnis prostitusi terbesar di Asia Tenggara. "Memang 'Rumah Batik' di gang 8B Putat Jaya ini hadir sebagai dampak dari penutupan Dolly," kata pria yang akrab dipanggil Pengki ini.

Kini, setiap harinya Gang 8B tak pernah sepi dikunjungi ibu-ibu, pelajar, bahkan wisatawan lokal atau mancanegara. Ada banyak aktivitas yang bisa dikerjakan di "Rumah Batik", seperti latihan membuat batik, diskusi, melihat produksi aneka batik serta berjual beli. "Tempat ini bukan koperasi. Sehingga, tak ada anggota tetapnya. Tiap hari, yang datang ke sini silih berganti," ujar Pengki di sela kesibukannya membantu para peserta pelatihan membatik. "Siapa saja bisa berlatih di sini tanpa memandang latar belakang. Semua silakan bergabung," imbuhnya.

UKM IKUT TERANGKAT

Keberadaan pelatihan membatik di tempat ini sedikit banyak bisa mendongkrak pemasaran UKM Batik yang juga ada di tempat ini. Untuk diketahui, di Kelurahan Putat Jaya ada tiga kelompok UKM yang memproduksi batik, yakni Canting Surya di gang 6B, Alpujabar (gang 9), dan Jarak Arum (gang 2). "Putat Jaya sebenarnya memiliki beberapa sentra Batik di beberapa gang. Dengan adanya rumah Batik ini, nama beberapa UKM ini juga semakin naik," kata Pingki.

"Rumah Batik" tak hanya didatangi para pemula, tapi juga kalangan profesional di bidang garmen. Salah satunya Trikusumawati, pemilik UKM dari Dupak. "Saya ingin menambah ide motif batik. Dengan belajar bersama ibu-ibu di sini, juga semakin memperluas jaringan," kata Trikusumawati.

Wisatawan yang datang ke kampung batik kawasan Dolly Surabaya bukan hanya wisatawan lokal saja, namun juga mancanegara alias turis asing.

Kunjungan wisatawan mancanegara ke lokasi eks lokalisasi prostitusi Dolly itu sudah berlangsung berkali-kali. Bulan lalu, ada kunjungan dari Korea Selatan dan Malaysia. "Ada delegasi asing yang sedang studi banding di Surabaya, atau mahasiswa luar negeri yang sedang belajar di Surabaya," kata Pengki. ■

RIZYANA MIRDA - DIREKTUR MANAJEMEN RISIKO BANK JATIM)

Bankir Berprestasi yang Semula Ingin Jadi Dokter

Mengawali karir di level terbawah, Rizyana Mirda kini menjadi komandan Bank Jatim untuk salah satu divisi terpenting dalam industri jasa keuangan, yaitu manajemen risiko. Sempat bercita-cita menjadi dokter, tapi takdir menuntunnya ke jajaran direksi Bank Jatim.

RIZYANA Mirda muda tak pernah menyangka dia bakal berkarir di industri perbankan. Cita-cita awalnya adalah menjadi dokter.

Maka tak heran dia mengambil jurusan IPA saat masih berseragam abu-abu.

"Lalu saya mengikuti program PMDK di salah satu kampus negeri di Surabaya. Berharap bisa masuk jurusan kedokteran. Teman satu geng saya waktu itu diterima semua, kecuali saya. Sempat heran juga dan sedikit kecewa. Tapi ya sudahlah. Saya ikhlas saja menerima, mungkin Allah SWT sudah menakdirkan yang seperti ini, lalu saya jalani saja," cerita Mirda.

Namun, justru karena tak diterima di kampus negeri itulah, takdir menuntunnya ke posisi bergengsi di industri jasa keuangan. Setelah lulus SMA, dia memilih langsung bekerja setelah cita-citanya masuk di kampus negeri kandas. Waktu itu, orang tuanya tidak cukup mampu membiayai kuliah Mirda jika tidak di kampus negeri yang relatif murah.

Mirda lalu melihat ada lowongan di **bankjatim** sebagai *teller*. Dia mencoba peruntungan, dan kemudian diterima bekerja di **bankjatim**. Selama bekerja di **bankjatim**, dia tak mau terjebak di zona nyaman. Dia terus meningkatkan kemampuan dengan berkuliah. Gelar sarjana dan master pun berhasil disandangnya. Kini, dia menempuh studi program doktor, namun sedikit tertunda karena padatnya pekerjaan.

Mirda menghabiskan 28 tahun hidupnya dengan bekerja untuk **bank-jatim**. Sejak 1988 saat lulus SMA hingga saat ini. Saat pertama kali bekerja, dia menjadi *teller* di Kantor Cabang Utama Surabaya. Etos kerja dan kecerdasan membawa Mirda terus menapaki karir dengan cemerlang.

Setelah menjadi *teller*, pindah tugas menjadi *service assistant*, atau yang sekarang dikenal sebagai *customer service*. Lalu menjadi staf Luar Negeri di Kantor Cabang Utama Surabaya.

Mirda lalu dipindah menjadi sekretaris Direktur Utama. Pada saat itu, Direktur Utama dijabat Drs H Mohammad Zuhdi. Katika Zuhdi diangkat menjadi Wakil Gubernur Jatim Bidang Ekonomi dan Pembangunan, Mirda dipromosikan menjadi kepala seksi Luar Negeri di Kantor Pusat **bankjatim**.

Sempat bertugas sebagai Kepala Seksi Humas, dia kemudian



menjadi Pemimpin Cabang Pembantu di Juanda. Lalu dipromosikan sebagai Wakil Pemimpin Cabang Malang di Bidang Operasional. "Kemudian saya dipromosikan menjadi Pemimpin Kantor Cabang Batu, lalu menjadi Pemimpin Cabang Perak dan kemudian menjadi Pemimpin Cabang Gresik. Setelah memimpin Cabang Gresik, saya lalu dipromosikan menjadi Pemimpin Cabang Madiun pada 2015," ceritanya.

Baru dua bulan memimpin Cabang Madiun, Mirda kembali dipanggil ke kantor pusat untuk menangani divisi baru, yaitu Divisi Risiko Kredit. Divisi ini bertugas menangani penyelesaian dan penagihan kredit bermasalah.

"Setelah memimpin Divisi Risiko Kredit, saya lalu pindah ke Divisi Kredit Menengah dan Korporasi sampai pada 15 juni 2015 lewat RUPSLB saya lalu dipilih menjadi Direktur Manajemen Risiko. Jadi bisa dibilang, karir saya di **bankjatim** ini dimulai dari *level* paling bawah, hingga sekarang *Alhamdulillah* dipercaya di posisi saat ini sebagai Direktur Manajemen Risiko," kisah Mirda.

Divisi Manajemen Risiko adalah tumpuan bagi bisnis perbankan. Mirda menjalankan amanat yang berat. Bisnis perbankan adalah bisnis kepercayaan. Sekali terjadi *fraud*, nasabah atau masyarakat tidak akan percaya lagi kepada institusi ini. "Karenanya memangku jabatan ini sebenarnya cukup berat untuk saya. Bukan soal pekerjaannya yang berat, namun lebih kepada tanggung jawab dan amanahnya dalam menjaga independensi dan mencegah intervensi sehingga memastikan perusahaan bisa berjalan dengan menjalankan asas kehati-hatian perbankan," jelas Mirda.

Dengan tangan dingin Mirda, Divisi Manajemen Risiko **bankjatim** terus didorong agar mempunyai peran lebih besar dalam menjauhkan perusahaan dari risiko-risiko yang bisa mempengaruhi kinerja bisnis.

"Melalui Manajemen Risiko ini, saya juga ingin ada semacam *early warning system* bagi perusahaan dalam mengambil setiap langkah korporasi baik itu terkait kredit, operasional atau bahkan terkait reputasi perusahaan," ujar perempuan kelahiran 28 Agustus 1969 ini. ■

"Tiga Jangan" untuk Generasi Muda

MIRDA punya pesan khusus untuk generasi muda di **bankjatim**. Bagi Mirda, hal terpenting yang harus dilakukan adalah menjaga integritas. "Integritas itu harga mati. Dalam bekerja, jika kita mempunyai integritas maka apresiasi, prestasi bahkan jabatan akan datang dengan sendirinya," ujarnya.

Karena jabatan itu adalah amanah, kata Mirda, tidak perlu dicari. Jika sudah ditakdirkan, maka di mana pun, kapan pun, dan di mana pun pada saatnya pasti akan terjadi. "Jadi tidak usah melakukan hal-hal yang diluar aturan untuk sekadar mengejar jabatan. Yang penting bagaimana kita menjaga integritas dan menunjukkan hasil kerja kita, karena hasil tidak akan mengkhianati usaha," pesan dia.

Mirda juga punya prinsip yang selalu diterapkan di kehidupan sehari-hari, yaitu "tiga jangan". Apa saja? Jangan menunda pekerjaan, jangan melanggar aturan, dan jangan mengambil hak orang lain. Tiga prinsip itu penting agar kehidupan kita lebih baik ke depannya.

"Me-Time" dengan Memasak



SEBAGAI direktur di Bank Jatim, aktivitas Rizyana Mirda tentu super padat. Bagaimana dia menyeimbangkan waktu dengan kehidupan pribadi?

"Kita harus *balance*, antara pekerjaan dan waktu untuk diri sendiri harus seimbang. Keduanya harus dijalankan dengan maksimal. Pada saat kita di kantor, ibaratnya hidup mati kita ya kita berikan untuk perusahaan. Sedangkan ketika tiba waktunya libur kita juga harus bisa memanjakan diri agar *fresh* sehingga kita bisa memberikan kinerja yang baik juga untuk perusahaan," kata Mirda.

Mirda pun punya "*me-time*" untuk memanjakan dirinya. Di waktu libur, dia habiskan waktu untuk menyalurkan hobi. Salah satunya adalah olahraga. "Selalu saya sempatkan untuk berolahraga sebagai upaya menjaga kesehatan dan kesegaran badan di tengah aktivitas yang sangat padat," ujarnya.

Selain itu, pada saat libur, Mirda memanjakan diri dengan pergi ke pusat perawatan kecantikan seperti salon, spa dan sejenisnya. Di samping itu, dia juga sering meluangkan waktu untuk memasak. "Masakan favorit saya adalah Sop Buntut dan Rawon," ujarnya. ■

TENTANG RIZYANA MIRDA

Tempat Tanggal Lahir : Surabaya, 28 Agustus 1969

RIWAYAT PENDIDIKAN:

- Sarjana Strata 1 Jurusan Manajemen Keuangan STESIA Surabaya tahun 1996
- Sarjana Strata 1 Jurusan Business Administration IBMT Surabaya tahun 1997
- Magister Manajemen Keuangan STIE ABI Surabaya tahun 2002

RIWAYAT JABATAN:

- Pemimpin Bidang Operasi Cabang Malang
- Pemimpin Cabang Batu
- Pemimpin Cabang Perak
- Pemimpin Sub Divisi Dana Jasa & Luar Negeri
- Pemimpin Cabang Gresik
- Pemimpin Cabang Madiun
- Pemimpin Divisi Risiko Kredit
- Pemimpin Divisi Kredit Menengah & Korporasi
- Direktur Manajemen Risiko



Semangati Anak Muda Jadi Wirausaha

Dosen, dokter dan pengusaha. Itu baru sebagian tugas yang dijalani Irmadita Citrashanty sehari-hari. Terkadang ia masih harus bepergian ke beberapa kota menjadi pembicara dalam seminar kesehatan atau juri lomba-lomba kewirausahaan.

MENJADI pengusaha bagi Dita-panglan Irmadita mungkin bukanlah panggilan jiwanya. Berbekal keinginan punya usaha, pada 2008 ia bersama empat orang temannya sepakat membuka distro (*distribution store* atau *distribution outlet*) di Jalan Slamet, Surabaya. Setelah usaha pertamanya tidak berjalan sesuai harapan, ia dan teman-temannya pun berpikir lagi usaha apa yang bisa mereka jalankan di tempat tersebut.

"Sayang, masa sewanya masih ada. Akhirnya kita berpikir usaha kuliner. Mengumpulkan PKL (Pedagang Kaki Lima) makanan di satu tempat hingga terbentuklah Aiola Eatery," ujar Direktur Utama Aiola Eatery ini sambil menjelaskan bahwa

Aiola merupakan bentuk lain penulisan dari kata ajakan 'Ayolah'. Dari yang semula pada 2010 hanya tiga PKL, sekarang terus bertambah hingga menjadi 14 *tenant*.

Dikatakan Dita, ia memilih memasukkan PKL karena ingin mengangkat derajat PKL. Di Aiola, pembeli bisa membeli makanan lezat dari pedagang kaki lima dengan suasana yang lebih menyenangkan dan bersih. Manajemen menyeleksi betul PKL yang akan bergabung di Aiola dan setiap tiga bulan dilakukan evaluasi. Selain PKL, Aiola juga memiliki merk produk sendiri yaitu Many Pany yang menyajikan aneka macam pancake dan waffle.

Saat ini, selain Aiola yang berada di Jalan Slamet Surabaya, Aiola juga sudah melebarkan sayap ke Sidoarjo dengan nama

Aiola Canteen. Tidak berhenti di situ, pada awal tahun depan, Aiola akan membuka satu cabang lagi di Surabaya Barat dengan konsep yang sedikit berbeda. "Di Surabaya barat nanti kami akan pakai caravan," ujar dokter spesialis kulit dan kelamin ini.

Dalam menjalankan bisnisnya, ada dua hal yang menjadi pegangan Dita. Yaitu rasa yang enak dan harga murah. Dengan demikian, pembeli akan terus berdatangan. Setelah tujuh berjalan, omzet Aiola sudah mencapai Rp 200 juta per bulan.

Melihat perkembangan dunia kuliner di Surabaya dan mulai banyaknya bermunculan eatery serupa di Surabaya, Dita mengaku tidak merasa terancam. Bahkan menurutnya justru lebih bisa memberikan banyak pilihan bagi konsumen dan mendorong dunia usaha, khususnya di kalangan anak muda.

Meskipun mengaku *passionnya* mengajar, Dita juga terus memberikan dorongan kepada mahasiswanya untuk memiliki usaha. "Saya selalu mendorong mahasiswa saya untuk punya usaha. Jadi dokter sekaligus pengusaha. Walaupun kecil-kecilan, tetap harus punya usaha," ujarnya.

Ia menambahkan, untuk memulai usaha tidak perlu membuat rencana yang terlalu matang. "Yang penting jalan saja dulu. Nanti belajar sambil jalan," ujar penggemar kopi ini.

INGIN BUKA WARUNG KOPI

Di tengah kesibukannya yaitu mengajar sebagai dosen di Fakultas Kedokteran Universitas Airlangga 5 hari dalam seminggu, ditambah jadwal praktik di salah satu klinik di Surabaya dan memantau perkembangan Aiola Eatery, ia tidak bisa lepas dari kopi. Dalam sehari setidaknya ia dua kali menikmati secangkir kopi hitam tanpa gula.

Pilihannya adalah kopi nusantara yang disajikan secara *manual brew*. "Biasanya pagi dan sore. Saya mencintai kopi lokal Indonesia. Dan sudah cukup lama juga saya tidak lagi ngopi yang mengandung susu. Kopi hitam, tanpa gula," ujar penyuka kopi Aceh Gayo ini. Kopi yang dikonsumsi juga bukan kopi *sachet* dengan merk yang banyak beredar di pasaran melainkan kopi yang digiling langsung dari biji kopi.

Kecintaannya pada kopi dibuktikan dengan mengikuti *coffee class* di Jakarta. Selama mengikuti kelas tersebut ia diajari bagaimana mengenal *bean* atau biji kopinya, jenis-jenis kopi hingga cara menyajikan kopi dengan berbagai jenis metode *manual brew*.

Melihat perkembangan dunia kopi di Indonesia sekarang ini, penyuka *travelling* ini pun bercita-cita ingin membuka warung kopi suatu saat nanti. "Belum tahu kapan, tapi saya ingin punya warung kopi," kata alumnus SMA Negeri 5 Surabaya tahun 2001 ini. ■

NIKMATI BERBAGAI FASILITAS
KREDIT DAN E-CHANNEL
BANK JATIM

LOAN AGREEMENT
bankjatim-Pemprov Jatim

Kredit yang diberikan kepada usaha mikro dan kecil yang bergerak pada kegiatan pengelolaan tahap pertama hasil produksi sektor primer dan sekunder

Bunga
7%



bankjatim
mobile banking

Kemudahan bertransaksi perbankan dalam genggaman

- >Pembayaran tagihan telepon rumah, PDAM, PBB, SPP, dll
- >Pembelian pulsa Prabayar, tiket Kereta Api
- >Transfer antar rekening Bank Jatim dan bank lain
- >Informasi produk serta rekening yang lebih lengkap



Terdaftar & diawasi oleh :



www.bankjatim.co.id



BEBAS BIAYA
Advising
L/C & SKBDN



**transaksi L/C & SKBDN Anda
menjadi lebih mudah & efisien**

- ✓ Periode Agustus 2017 - 31 Desember 2017
- ✓ **BEBAS BIAYA ADVISING L/C dan SKBDN** untuk nasabah baru maupun nasabah **bankjatim**