Vol. 25 Th. 2025

WMagz

wealth magaz

KEPERCAYAAN PELANGGAN MAHAL HARGANYA

INI INVESTASI PALING DIBURU DI 2025

MENOLAK MENYERAH PADA WABAH

SOLUSI MODAL INSTAN UNTUK PEBISNIS PROPERTI & KONSTRUKSI



TIDAK BISA *Hidup Tanpa* PROPERTI

BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR


BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR
Bunga mulai
0,69% flat
murni per bulan,
Jangka waktu
s/d 36 bulan,
Proses Cepat
& Mudah
kredit69.com
#MemudahkanHidup
BPR WM beroin dan diawasi oleh OJK
serta merupakan peserta penjaminan LPS.
halo WM 1500 157
tarif pulsa lokal
0855 1500 157
chat only

EDITOR'S NOTE

Pebisnis = Petarung

Strength and growth come only through continuous effort and struggle." – Napoleon Hill, author

Apa yang Anda pikirkan jika menyaksikan konten tentang seorang pebisnis sukses? Mungkin Anda penasaran berapa pendapatannya perbulan, seberapa besar rumahnya, mobilnya merek apa, dan bagaimana gaya hidupnya.

Namun pernahkah Anda berpikir, sebelum menjadi pebisnis sukses mereka mulanya adalah seorang pengusaha rintisan?

Sebagai pengusaha perintis, tak banyak yang tahu bagaimana mereka bekerja keras siang malam, mengumpulkan rupiah demi rupiah, dan seringkali menghadapi penolakan demi penolakan customer. Kegagalan dan kerugian terkadang tidak bisa dihindari. Dan yang pasti, sebagai pengusaha rintisan mereka tidak dikenal orang.

Kami meyakini semua pebisnis pada dasarnya adalah seorang petarung. Bagi para petarung, setiap hari adalah sebuah pertarungan, baik dengan nasib maupun dengan diri sendiri. Tentu pertarungan itu tidak selalu mudah, dan kemenangan tidak pernah terjadi dalam semalam. Beberapa pebisnis baru merasa "menang" setelah lima tahun bergulat dalam bisnisnya, bahkan satu dekade atau lebih.

Maka di edisi Wealth Magazine yang ke-25 ini, kami menghadirkan kisah-kisah inspiratif para petarung pilihan.

Yang pertama adalah Wibowo Jati Purwanto, sosok di balik Win Corporation, sebuah perusahaan konstruksi dan properti yang berbasis di Kabupaten Karanganyar. Jati merintis bisnis properti di usia 25 tahun. Kini, di usianya yang menginjak 41 tahun, bisnisnya menjadi sebuah korporasi besar yang telah membangun ribuan hunian murah berkualitas di Jawa Tengah, Jawa Barat, dan Jawa Timur.

Petarung berikutnya bergerak di bidang perikanan. Ialah Cayanto, seorang juragan kapal asal Tegal yang kini menekuni bisnis ekspor cumi-cumi. Dengan kepiawaiannya berbisnis, Cayanto tidak hanya menghasilkan keuntungan untuk dirinya sendiri dan karyawannya, melainkan juga menyumbang devisa untuk Tanah Air.

Yang tak boleh dilewatkan adalah kisah Eko Wahyudi, pendiri Akhil Education Centre, sebuah lembaga kursus bahasa asing di Semarang. Menjaga kelanggengan bisnisnya bukan perkara yang mudah, apalagi saat pandemi melanda. Namun berkat ketekunan dan kegigihannya, bisnis yang didirikannya pada 2015 itu tetap eksis dan membawa peluang tak terduga untuknya.

Simak juga kisah Eko Purwantoro, mantan pekerja konstruksi di Malaysia yang memulai hidup baru sebagai petani melon di kampung halamannya di Kabupaten Sukoharjo. Meski tak punya pengalaman sebagai petani, namun kemauannya untuk belajar dan menerima kegagalan demi kegagalan mengantarkannya menjadi petani melon yang sukses.

Semoga kisah para petarung bisnis yang kami hadirkan di edisi ini menginspirasi pembaca setia WMagz untuk tak pernah gentar menghadapi pertarungan apapun dalam kehidupan.

Selamat membaca...

EDISI 25

LIST OF CONTENT



PELINDUNG
Kerry Thamrim

PEMIMPIN REDAKSI
MS Tulus

FOTOGRAFER
Vivi Maryati

DESAIN & ARTISTIK
Imam Machfudz

KONTRIBUTOR
Laurentia Lucky T

DISTRIBUTOR
Puguh Adi Setiawan
Yoga Wahyu Sasongko

ALAMAT REDAKSI:
Gedung
PT. BPR Weleri Makmur
Lt. 3, Ruko Gayamsari
No. 17-20
Jl. Majapahit, Semarang

KRITIK DAN SARAN KE:
bizdev@bprwm.co.id

TIDAK BISA HIDUP
TANPA PROPERTI 5

Di usia yang masih cukup muda, Jati- sapaan Wibowo Jati Purwanto- memutuskan mendirikan Win Properti, sebuah perusahaan pengembang rumah subsidi. Keputusannya ini bukan sekedar nekat apalagi coba-coba. Jati punya pengalaman bekerja di perusahaan konstruksi. Ditambah, dia punya sesuatu yang tidak dimiliki semua orang: bakat ngeyel.

Berkat kegigihan dan kerja kerasnya semasa muda, di usianya yang menginjak 41 tahun Jati telah berhasil memimpin sebuah korporasi besar bernama Win Corp.

Must Read

10 Rajin Scrolling Medsos? Hati-Hati Terjebak Lipstick Effect
14 Bisnis Makin Profesional Dengan Tabungan Bisnis
16 Kepercayaan Pelanggan Mahal Harganya
20 Ini Investasi Paling Diburu di 2024
22 Modal Rp 300 Ribu Bisa Punya Mobil Baru
24 Menolak Menyerah Pada Wabah
30 Dulu Pekerja Konstruksi Kini Petani Hidroponik
34 Menyelami Karakter Manusia
37 Cerita Slamet Rahardjo, Pemenang Hadiah Utama Tamasha Kudus 2024
38 Ini Rahasia Bisnis Tetap Bertahan Meski Ekonomi Sulit
42 Ini Alasan Banyak Orang Tergiur Jualan Produk Digital
44 Solusi Terbaik Untuk Kebutuhan Konsumtif
46 Kembalinya Permainan Cumi-Cumi yang Mematikan
48 Ramai di Instagram Ada Apa di Chongqing
50 Labuan Bajo Bukan Cuma Punya Komodo
52 Solusi Modal Instan Untuk Pebisnis Properti dan Konstruksi

TIDAK BISA *Hidup Tanpa* PROPERTI



"Life begins at 40."

begitu kata pepatah. Namun bagi Wibowo Jati Purwanto, hidupnya justru dimulai di usia 25 tahun.

Di usia yang terbilang muda itu, pria yang akrab disapa Jati ini memutuskan mendirikan Win Properti, sebuah perusahaan pengembang rumah subsidi. Keputusannya bukan sekadar nekat atau coba-coba, mengingat pengalamannya bekerja di perusahaan konstruksi. Ditambah lagi, dia memiliki sesuatu yang tidak dimiliki semua orang: bakat ngeyel.

Berkat kegigihan dan kerja kerasnya semasa muda, di usianya yang kini menginjak 41 tahun, Jati telah berhasil memimpin sebuah korporasi besar bernama Win Corp. Namun perjalanannya tidak selalu mulus. Saat ditemui WMagz di kantornya di Perum Bion Asri Blok A2, Gonggangan, Bolon, Kecamatan Colomadu, Kabupaten Karanganyar, Jati mengaku awalnya tidak tertarik menggeluti bidang properti meski bekerja di perusahaan konstruksi milik ayahnya. Menurutnya, banyak hal di dunia properti yang tidak sejalan dengan hati nuraninya.

Saat itu, Jati lebih fokus pada bisnis sampingannya dibandingkan pekerjaan utamanya sebagai pengawas logistik konstruksi. Akibatnya, dia diberhentikan dari pekerjaannya oleh sang ayah sendiri.

"Saat itu saya merasa diperlakukan tidak adil. Seperti tidak dianggap anak. Tapi dari situ saya bercita-cita untuk mendirikan perusahaan sendiri. Harapannya tidak muluk-muluk, yang penting bisa untuk hidup saja," kenang pria yang pernah mengenyam pendidikan Sastra Arab di Universitas Gadjah Mada (UGM) ini.

Kembali ke titik nol membuat Jati mengerahkan segenap energi untuk mengatur strategi. Apalagi posisinya saat itu bukan lagi karyawan melainkan nahkoda sebuah perusahaan. Perspektifnya dalam memandang dunia properti pun berubah. Bidang yang selama ini dia hindari, kini justru menjadi zona yang menantang untuk dijelajahi.

Perjalanannya memulai bisnis dari awal tentu tidak selalu mudah. Banyak hal yang harus dipelajarinya sembari melangkah. Satu demi satu masalah dia hadapi.

"Dulu developer hanya membangun rumah yang laku. Kalau tidak



ada omzet, kontraktor libur. Ini jadi tantangan saya. Otak saya jalan, maka saya jualan. Saya sempat jual 10-20 unit rumah seharga Rp 500 jutaan. Artinya saya mampu jualan," ujar pria kelahiran Karanganyar, 16 Desember 1983 ini.

Tantangan di dunia properti ternyata bukan sekadar cara menjual rumah. Jati menghadapi kendala lain seperti perizinan. Namun, semua rintangan yang muncul ditaklukkannya dengan modal kegigihan alias bakat ngeyelnya.

"Ketika unit sudah laku terjual ternyata tidak bisa dibangun karena terkendala perizinan, di situ saya mengurus izin, belajar merencanakan, belajar menggambar dari anak STM, belajar Autocad semalam, jadilah site plan. Saat mengurus perizinan saya mengalami banyak persoalan. Yang saya yakini saya punya 'bakat ngeyel' menyelesaikan masalah. Akhirnya semua bisa tuntas," katanya.



Meski punya banyak kemampuan dan pengalaman menakklukan sejumlah tantangan di dunia properti, namun Jati mengakui dia sempat terkendala modal. Tidak putus akal, Jati berkolaborasi dengan investor dan berhasil membangun sejumlah perumahan subsidi di kawasan Soloraya awalnya.

Rumah Subsidi Tapi Mewah

Setelah 7 tahun berbisnis, pada 2017 Win Property di bawah kepemimpinan Jati mampu berdiri di atas kaki sendiri. Seiring berjalannya waktu, Win Property terus berkembang hingga menjadi sebuah korporasi besar bernama Win Corp.

Diawaki 200 karyawan yang tersebar di berbagai daerah, Win Corp telah membangun komplek perumahan subsidi di Soloraya (Boyolali, Sukoharjo, Klaten, dan Wonogiri), Madiun, Malang, hingga ke Subang, Soreang Bandung, dan Majalaya, Jawa Barat.

"Saya tidak mengira sampai sejauh ini. Tidak tahu arah takdir seperti ini. Tiba-tiba punya kantor aset seperti ini. Dulu saya hanya punya 1 karyawan, kantornya sangat sederhana. Sekarang bisa berkembang jadi 200 karyawan dan membawa kebermanfaatan untuk orang banyak, alhamdulillah," kata pria yang hobi membaca ini.

Keunggulan rumah subsidi bikinan Win Corp terletak pada inovasi dan strategi pemasarannya. Meski produk yang dijual adalah rumah subsidi namun hunian tersebut ditata dan didesain dengan baik sehingga memiliki cita rasa residensial mewah.



Rumah FYP

Salah satu produk andalan Win Corp dinamai Rumah FYP yang terinspirasi dari segmen For Your Page (FYP) di media sosial. Rumah FYP berkonsep tiny house dengan 2 lantai. Bangunannya cukup mungil namun multifungsi layaknya apartemen tipe studio, dan harga per unitnya tentu cukup terjangkau.

Jati mengungkapkan rumah ini diciptakan untuk menyasar segmen generasi milenial dan Z. Menurut risetnya, generasi milenial dan Z memiliki karakter yang menyukai simplicity. Mereka tidak ingin dipusingkan dengan prosedur yang ribet dan berbelit.

"Kami menghadirkan Rumah FYP ini yang dibingkai dengan fasilitas pembiayaan subsidi. Kami beri edukasi kepada mereka bahwa ketika dia beli, angsurannya tidak mahal atau setara dengan biaya kontrak/kos, tapi ketika lunas investasinya akan jadi miliknya. Jadi mereka tetap punya budget untuk jalan-jalan, dan budget untuk kos dialihkan ke sesuatu yg lebih benefit," katanya.

Win Corp tidak sekadar menjual rumah, tetapi juga lingkungan

yang layak. Setiap perumahan subsidi yang dibangun ditata dengan seksama, rapi, dan bersih. Jalannya dibuat cukup lebar yakni 6 meter, layaknya di perumahan residensial mewah.

"Produk kami selaras rumah subsidi tapi kami berikan produk yang terbaik di kelasnya. Bukan produk yang asal-asalan, sak-sak'e. Karena kami ingin memberi kebahagiaan kepada para pembeli. Maka dari segi kualitas, baik lingkungan maupun produk rumahnya, kami berikan nilai yang terbaik. Kalau kami diberikan rumah yang tidak baik pun kami tidak terima," tandasnya.

Belajar dari para tokoh pengembang perumahan besar, Jati berharap dari produk-produk yang diciptakannya dapat berkontribusi meningkatkan kualitas hidup orang Indonesia di bidang perumahan. Terlebih kepemilikan rumah Adalah kebutuhan setiap keluarga.

"Semoga di masa yang akan datang, standar hunian layak orang Indonesia minimal seperti produk rumah bikinan kami," harapnya.

Mendarahdaging

Selama 14 tahun perjalanannya menjalani lika-liku bisnis properti, khususnya rumah subsidi, Jati mantap menyatakan bahwa bisnis properti telah mendarah daging dalam dirinya. Terlepas bidang ini bukan passionnya, namun seiring berjalannya waktu Jati menemukan dirinya menikmati berkecimpung di bidang properti.

"Dunia properti bukan dunia yang sepele tekanannya tapi justru tekanan itu cukup membuat saya tertantang. Apalagi dunia properti terus berkembang, semakin membuat saya punya ambisi dan cita-cita yang saya pelajari dari pengembang-pengembang besar. Dengan segala ketidaknyamanannya di dunia properti, saya bisa menikmatinya. Kayaknya sekarang saya tidak bisa hidup kalau tidak di dunia properti," kelakarnya.

Jati yang merupakan nasabah Bank Weleri Makmur sejak 2021 itu cukup puas dengan pelayanan Bank WM. Buat Jati, Bank WM selalu memberikan solusi pembiayaan terbaik terhadap pelaku bisnis seperti dirinya.

> *Saya senang sekali, Bank WM selalu bisa kasih harapan bagi saya, setidaknya solusi bagi saya. Sebagai orang yang diberikan solusi saya harus mengapresiasi dan terus menjaga kepercayaan itu.*
>
> *Wibowo Jati Purwanto*



BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR

Tabungan Rencana



Rencanakan masa depan anda bersama kami.

- Bebas biaya administrasi tabungan
- Setoran bulanan mulai dari Rp 100.000,-
- Pilihan jangka waktu mulai dari 1 thn s/d 10 thn
- Dapat dijadikan agunan kredit
- Aman dijamin LPS

OJK
BPR WM berizin dan diawasi oleh OJK serta merupakan peserta penjaminan LPS.

halo WM 1500 157
tarif pulsa lokal

0855 1500 157
chat only

Rajin Scrolling Medsos? Hati-Hati Terjebak *Lipstick Effect*



Belakangan di Indonesia muncul sebuah fenomena yang disebut Lipstick Effect. Fenomena ini terjadi saat konsumen tetap "membakar duit" dengan berbelanja barang-barang yang sebenarnya tidak sepenuhnya diperlukan di saat kondisi perekonomian sedang tidak baik-baik saja.

Konsep ini diperkenalkan pertama kali pada tahun 2001 oleh Leonard Lauder, CEO Estee Lauder, ketika ia mengamati lonjakan penjualan lipstik di masa resesi. Lauder menyimpulkan bahwa ketika orang merasa kurang mampu membeli barang mahal, mereka mencari alternatif kecil yang tetap memberi kepuasan.

Pada September 2024, Indonesia mengalami deflasi 0,12 persen secara bulanan. Ini adalah deflasi kelima berturut-turut selama 2024, yang menandakan bahwa kondisi perekonomian Indonesia mengalami tekanan yang tidak biasa. Deflasi juga menunjukkan bahwa memang terjadi penurunan daya beli di masyarakat.

Meskipun Indonesia mengalami deflasi selama lima bulan berturut-turut, ternyata masih banyak warga yang menonton konser Bruno Mars, antre untuk membeli mainan Labubu, dan sejenisnya.

Dengan membeli barang-barang tersebut memungkinkan masyarakat merasa normal dan senang ketimbang benar-benar menghentikan keinginan untuk membeli barang tersebut.

Menurut Peneliti Institute for Demographic and Poverty Studies (IDEAS), Muhammad Anwar, sebagaimana dikutip dari tirto.id mengatakan, fenomena Lipstick Effect ini adalah cara masyarakat beradaptasi dalam menghadapi tekanan ekonomi yang sulit dan daya beli melemah.

Mereka cenderung beralih dari pola berbelanja barang-barang mewah atau mahal ke benda-benda tersier yang lebih terjangkau namun tetap memberi kepuasan tersendiri. Anwar menambahkan,

peralihan cara konsumsi masyarakat ini bukan sekadar soal konsumsi barang 'sedikit mewah' yang lebih murah, tetapi lebih mencerminkan upaya masyarakat bertahan dan jadi semacam penghiburan kecil di tengah ketidakpastian.

"Masyarakat seolah ingin menunjukkan bahwa, jika tidak bisa memiliki barang dengan kemewahan besar, setidaknya mereka bisa merasakan kebahagiaan dari barang-barang sedikit mewah," kata Anwar.

Tidak bisa disangkal, aktivitas masyarakat di media sosial turut berpengaruh dalam mendorong fenomena lipstick effect. Ekspektasi sosial yang diciptakan oleh para influencer di media sosial mempengaruhi banyak orang untuk terus mengikuti tren demi terlihat mampu di mata orang lain. Alhasil, masyarakat didorong untuk membeli karena emosi, dan bukan karena kebutuhan.

BAHAYA MENGINTAI

Di balik fenomena Lipstick Effect, ada sejumlah risiko yang dapat mengancam stabilitas ekonomi masyarakat dalam jangka panjang. Pertama, muncul ilusi bahwa kondisi ekonomi masyarakat tetap stabil dan pola belanja mereka masih baik-baik saja, kenyataannya daya beli ril mereka telah menurun dan standar hidup mereka perlahan-lahan tergerus.

Kedua, fenomena ini sering kali memicu konsumsi pada barang-barang non-produktif yang tidak berkontribusi terhadap peningkatan aset atau kesejahteraan jangka panjang. Pembelian barang-barang kecil yang tidak menghasilkan nilai tambah bagi kehidupan finansial bisa memperburuk kondisi ekonomi rumah tangga.

"Saat dana yang seharusnya bisa digunakan untuk hal-hal produktif habis untuk barang-barang yang hanya memberi kepuasan sementara, kemampuan keluarga untuk berinvestasi atau menabung semakin tergerus," imbuh Anwar.

Anwar mengatakan dorongan untuk terus merasa mampu berbelanja dalam kondisi ekonomi yang sulit juga dapat menyebabkan peningkatan utang konsumtif. Ketika masyarakat ingin mempertahankan gaya hidup atau sekadar mendapatkan kepuasan sesaat, mereka mungkin tergoda untuk mengambil utang demi membeli barang-barang yang sebenarnya tidak mendesak.

Walhasil, hal ini berpotensi menjebak masyarakat dalam siklus utang yang semakin memperburuk stabilitas keuangan mereka. Hal ini juga menjelaskan kenapa banyak masyarakat yang terlilit utang pinjaman online (pinjol).



BEBAS DARI JERATAN *LIPSTIK EFFECT*

Cara terbaik untuk menekan Lipstick Effect adalah mengatur ulang anggaran keuangan sesuai dengan prioritas kebutuhan. Memanfaatkan promo adalah ide yang baik untuk menekan pengeluaran, tapi Anda tetap harus berhati-hati untuk tidak sembarang membeli barang hanya karena mengikuti promo. Jika anggaran keuangan sudah disusun, disiplinlah pada rencana yang Anda buat. Ada baiknya Anda mencatat pemasukan dan pengeluaran bulanan untuk memantau arus uang.

Tahap kedua, segera lunasi hutang yang menumpuk, terutama yang berbunga tinggi seperti bunga kartu kredit, kredit tanpa agunan (KTA) dan pinjaman online. Melunasi utang bisa mengurangi beban pengeluaran bulanan.

Ketiga, manfaatkan program investasi yang memberikan manfaat lebih untuk tabungan Anda. Di Bank WM, Anda bisa mengikuti program Tabungan Smart yang memungkinkan Anda mendapatkan barang-barang impian seperti barang-barang elektronik, perabot rumah tangga, maupun voucher belanja, tanpa menguranginya tabungan.

Caranya, Anda cukup menabung sejumlah dana, memblokir tabungan sesuai jangka waktu dipilih, dan membawa pulang hadiah langsung di muka sesuai keinginan Anda.

Tidak perlu khawatir pada simpanan Anda karena Bank WM telah terdaftar sebagai anggota Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dan diawasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK).



BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR

Tabungan Bisnis



Aman - Fleksibel Menguntungkan

- Layanan personal oleh Officer profesional
- Transfer antar bank dapat melalui layanan digital klikwm.com
- Bunga simpanan yang kompetitif sebesar 4,5% per tahun
- Bebas biaya administrasi bulanan (Apabila saldo rata-rata dalam sebulan paling sedikit 10 juta rupiah)

Suku Bunga 4.5% p.a

OJK
BPR WM berizin dan diawasi oleh OJK serta merupakan peserta penjaminan LPS.

halo WM 1500 157
tarif pulsa lokal

0855 1500 157
chat only

Bisnis Makin Profesional DENGAN Tabungan Bisnis



Dalam menjalankan bisnis, pengelolaan keuangan yang profesional menjadi kunci kesuksesan – tak terkecuali bagi Anda yang baru memulai usaha atau mengelola Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Salah satu langkah fundamental yang sering terabaikan adalah pemisahan antara keuangan pribadi dan bisnis. Solusinya? Tabungan bisnis yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan para pelaku usaha.



Mengapa Tabungan Bisnis itu Penting?

Tabungan bisnis hadir dengan sejumlah keunggulan yang tidak ditemukan pada tabungan konvensional. Berikut adalah manfaat utama yang bisa Anda dapatkan:

Pertama, tabungan bisnis berperan penting dalam melindungi aset pribadi Anda. Meski modal awal bisnis seringkali berasal dari tabungan pribadi, penggunaannya harus dipisahkan secara tegas. Hal ini menjadi proteksi bagi aset pribadi Anda jika sewaktu-waktu bisnis menghadapi kendala atau kerugian.

Kedua, dengan memiliki tabungan bisnis, Anda dapat mengontrol keuangan usaha secara lebih efektif. Modal bisnis idealnya hanya digunakan untuk kegiatan usaha – mulai dari produksi, pemasaran, sewa tempat, hingga penggajian karyawan. Pemisahan ini memungkinkan Anda memantau arus kas

dengan lebih terperinci dan mengatur prioritas pengeluaran untuk pengembangan usaha.

Ketiga, tabungan bisnis mempermudah proses pengajuan pinjaman usaha. Dengan rekening bisnis yang terpisah, penyusunan laporan keuangan menjadi lebih sistematis, memberikan gambaran yang jelas bagi bank atau pemberi pinjaman dalam menganalisis kelayakan usaha Anda.

Terakhir, tabungan bisnis memudahkan Anda dalam merencanakan ekspansi usaha. Dengan catatan keuangan yang terpisah dan rapi, Anda dapat menganalisis arah pengembangan bisnis secara lebih akurat untuk meningkatkan omzet.



SOLUSI dari BANK WM

PT BPR WELERI MAKMUR

Menyadari pentingnya pemisahan keuangan pribadi dan bisnis, Bank WM menghadirkan Tabungan Bisnis dengan berbagai keunggulan menarik. MS Tulus, Kepala Pengembangan Bisnis Bank WM, menjelaskan bahwa produk ini dirancang khusus untuk pelaku usaha dengan perputaran dana yang tinggi namun tetap menginginkan imbal hasil kompetitif.



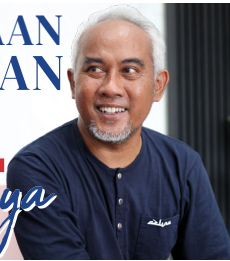
"Tabungan Bisnis menawarkan suku bunga hingga 4,5 persen, jauh di atas rata-rata bank umum yang berkisar di 1,75 persen," ujar Tulus.

Untuk menikmati benefit ini, nasabah cukup membuka rekening dengan setoran awal Rp 10 juta, setoran selanjutnya bisa dimulai dari Rp 50 ribu.

Dibandingkan deposito, Tabungan Bisnis menawarkan fleksibilitas lebih tinggi karena tidak terikat jangka waktu. "Nasabah bisa mengakses dananya kapan saja, baik melalui klikwm.com maupun kantor pelayanan terdekat," tambah Tulus. Lebih menarik lagi, nasabah dengan saldo di atas Rp 10 juta dibebaskan dari biaya administrasi bulanan.

Dengan beragam keunggulan yang ditawarkan, kini saatnya Anda mempertimbangkan untuk membuka rekening bisnis. Langkah sederhana ini bisa menjadi kunci dalam mengoptimalkan pengelolaan keuangan dan mendorong perkembangan usaha Anda ke level yang lebih tinggi. (iau)

KEPERCAYAAN PELANGGAN MAHAL *Harganya*



Sektor perikanan sejak dahulu merupakan tulang punggung perekonomian Kota Tegal. Berkat hasil lautnya yang melimpah, kota ini selalu menjadi jujugan para pemburu ikan dari dalam dan luar negeri. Di tengah ramainya aktivitas perikanan kota bahari ini, sosok Cayanto hadir sebagai salah satu pelaku bisnis yang berhasil mengukir kesuksesan.

Saat tim WMagz bertandang ke kantor PT Mutiara Samudera Indonesia, pria berlogat khas Tegal itu menyambut dengan ramah. Meski rambut putih telah menutupi seluruh kepalanya, penampilannya masih terlihat muda dan bersahaja. Tangannya tak pernah lepas dari smartphone, beberapa kali perhatiannya teralihkan ke gawai pintarnya – wajar saja, sebagai Direktur PT Mutiara Samudera Indonesia (PT MSI), ia tengah mengendalikan bisnis bernilai miliaran rupiah dalam genggamannya.

Dari Juragan Kapal ke Eksportir

Cayanto memulai perjalanan bisnisnya sebagai juragan kapal. Perannya kala itu adalah menyediakan modal berupa BBM dan perbekalan berlayar kepada para kapten kapal. Modal yang dikeluarkan tidak sedikit – berkisar Rp 500 juta untuk kapal kecil hingga Rp 1 miliar untuk kapal besar. Dengan armada 8 unit kapal yang berlayar 3-4 kali setahun, skala bisnisnya terbilang cukup besar.

"Di Tegal perairan sudah rusak, tidak ada ikan dan cumi lagi maka kami cari sampai ke Kalimantan, dekat ekuator sana masih banyak cuminya. Kalau dapat ikan ya tetap kami jual tapi itu hanya sampingan. Jualan utama kami cumi," ujarnya.

Selama dua bulan, para awak kapal berlayar dan berburu cumi-cumi hingga ke perairan Kalimantan Selatan. Saat musim panen – yang biasanya berlangsung dari Agustus hingga Februari – kapal-kapal milik Cayanto bisa menangkap 10-14 ton cumi ukuran sedang hingga besar.

Proses penanganan hasil tangkapan dilakukan dengan sangat teliti. Cumi langsung disortir di atas kapal berdasarkan ukuran panjang – mulai dari 10, 16, dan 21 cm ke atas. Untuk menjaga kualitas, cumi segera dibekukan dalam cold storage bersuhu -45 derajat Celcius sebelum dibawa ke Pelabuhan Jongor.

Hasil penjualan ikan dan cumi diprioritaskan untuk mengembalikan modal berlayar, sisanya dibagi dua antara juragan dan para awak kapal.





Berawal dari Kekecewaan

Perjalanan Cayanto menuju bisnis ekspor bermula dari sebuah kekecewaan. *"Waktu itu barangnya sudah dibawa tapi pembayarannya tersendat. Lama sekali enggak dibayar-bayar. Dari situ terus saya memutuskan untuk bikin perusahaan sendiri. Jadi bisa langsung transaksi sama buyer, tidak lewat makelar lagi,"* kenang bapak dua anak ini.

Cayanto lantas mendirikan PT MSI yang berfokus pada ekspor cumi ke mancanegara. Cayanto mengaku beruntung karena tidak pernah susah-susah mencari pembeli. Para

pembeli dari Tiongkok dan Vietnam biasanya telah menunggu di Pelabuhan Jongor. Sedangkan untuk pembeli dari Korea Selatan umumnya bertransaksi di atas kapal.

"Kalau buyer dari Tiongkok dan Vietnam transaksinya di Jongor. Kalau sudah deal, baru cuminya dibawa ke sini (pabrik PT MSI) untuk dibersihkan esnya dan di-packing kardus sebelum masuk kontainer ekspor," imbuh Cayanto.

Ada tiga jenis cumi yang diminati para buyer internasional tersebut, yakni loligo, blekutak/kotong, dan semampar. Harga jualnya cukup tinggi, mencapai Rp 158 ribu per kilogrammya untuk cumi berukuran paling 21 cm atau lebih. Cumi-cumi tersebut umumnya akan dijual kembali ke restoran-restoran dan sebagian masuk pabrik pengolahan makanan berbahan dasar cumi.

"Kalau dari Korea Selatan biasanya cari ikan. Mereka suka ikan kurisi dan ikan cucutan. Itu yang paling laris. Transaksinya langsung di atas kapal, tidak nunggu lelang di pelabuhan," katanya.

Jaga Kepercayaan

Meski tak susah mencari buyer, namun tak berarti bisnis Cayanto mulus-mulus saja. Menjaga kepercayaan pelanggan adalah tantangan yang masih terus diupayakan oleh Cayanto dan timnya.

Saat tim WMagz berkunjung, tampak dua orang buyer dari Tiongkok tengah mengawasi proses *packing* cumi ke dalam kontainer. Menurut Cayanto, buyer tersebut telah membeli darinya sebanyak 80 kontainer. Satu kontainer biasanya bermuatan 27 ton.

Pembeli dari luar negeri memang tak main-main. Sekali kecewa, mereka sulit untuk kembali percaya.

"Pernah suatu ketika China gak beli karena ada suplier yang memasukkan cumi kecil-kecil yang tidak masuk standar. Marketnya berhenti selama satu bulan dan semua suplier kena dampaknya. Kami pusing kalau stok menumpuk. Meski akhirnya laku, tapi rugi banyak. Dari situ kami belajar, kepercayaan pembeli itu mahal harganya," katanya.







Cayanto menambahkan, komunikasi yang baik serta menjaga ketepatan informasi juga harus senantiasa diupayakan. Karena satu kesalahan informasi bisa menyebabkan kerugian yang tidak sedikit.

"Kalau sama buyer dari China, jangan sampai salah informasinya tentang ukuran dan gramasi cumi. Saya pernah sekali salah memberi informasi dan ketika produk sudah dikirim mereka tidak terima. Itu nyaris satu kontainer kembali. Padahal kalau dikembalikan kami rugi Rp 100 juta. Untungnya semua bisa selesai," imbuhnya.

Dukungan Perbankan

Dalam menjalankan bisnisnya, Cayanto sangat mengandalkan dukungan permodalan dari bank. Ia telah menjadi nasabah setia Bank WM selama 5 tahun terakhir. Sebagai pebisnis yang setiap hari berjuang menjaga kepercayaan pembeli, ia merasa nyaman dengan pelayanan yang diberikan.

"Komunikasinya enak, ramah. Saya dibantu transaksi dengan mudah, cepat, dan tidak ribet. Rencananya semua pinjaman saya di bank lain akan saya pindahkan di Bank WM,"

- Cayanto, Direktur PT Mutiara Samudera Indonesia -

Kisah sukses Cayanto membuktikan bahwa dalam dunia bisnis, kepercayaan memang tak ternilai harganya. Melalui komitmen untuk selalu menjaga kualitas dan kepercayaan pelanggan, ia berhasil mengembangkan bisnisnya dari sekadar juragan kapal menjadi eksportir cumi yang diperhitungkan di kancah internasional.



INI INVESTASI PALING DIBURU DI 2025

Dalam kurun waktu setahun terakhir, harga emas dalam negeri menunjukkan tren yang mencengangkan. Tercatat kenaikan sebesar 45 persen, dari Rp 1,05 juta pada Desember 2023 menjadi Rp 1,52 juta per 5 Desember 2024. Lonjakan signifikan ini bukan tanpa sebab. Berbagai faktor, baik domestik maupun global, berperan dalam mendorong nilai logam mulia ini, mulai dari kebijakan moneter pemerintah, inflasi, fluktuasi nilai tukar dollar AS terhadap rupiah, hingga gejolak situasi geopolitik dunia.

Tak mengherankan jika fluktuasi harga emas ini membuatnya menjadi instrumen investasi yang paling banyak diburu masyarakat selama tahun 2024. Para analis bahkan memprediksi tren ini akan berlanjut hingga tahun 2025. Sejak dulu emas memang dikenal



sebagai alat investasi yang cukup menjanjikan. Meski tergolong instrumen low return, low risk, emas memiliki daya tarik tersendiri. Berbeda dengan investasi saham atau reksadana yang bisa memberikan keuntungan instan, investasi emas membutuhkan kesabaran. Keuntungannya baru terasa setelah 5-10 tahun masa investasi.

Namun, justru karakter low risk inilah yang membuat emas tetap memikat. Seperti halnya deposito dan jenis tabungan konvensional lainnya, investasi emas minim risiko. Bedanya, dibandingkan deposito, emas dianggap lebih menguntungkan karena nilainya tidak tergerus inflasi. Sebaliknya, nilai emas justru terus mengalami kenaikan dari hari ke hari. Memang adakalanya harga emas mengalami penurunan, tetapi magnitudenya tidak sebanding dengan kenaikannya.

Keunggulan lain dari emas adalah likuiditasnya yang tinggi. Emas mudah diperjualbelikan di manapun dan kapanpun. Karakteristik ini membuatnya ideal sebagai simpanan untuk berbagai kebutuhan masa depan, mulai dari dana darurat, pendidikan anak, modal usaha, pembelian rumah atau kendaraan impian, hingga biaya umroh atau haji.

SOLUSI CICIL EMAS DARI BANK WM

Menyadari tidak semua orang mampu membeli emas secara tunai, Bank WM hadir dengan program Kredit Kepemilikan Emas atau Cicil Emas. Program ini membuka peluang bagi masyarakat untuk memulai investasi logam mulia dengan cara dicicil sesuai kemampuan finansial masing-masing.

Emas yang ditawarkan merupakan logam mulia keluaran PT Aneka Tambang (Antam) dengan pilihan gramasi mulai dari 10 gram, 25 gram, 50 gram, hingga 100 gram. Mekanismenya sederhana: saat akad kredit, nasabah cukup membayar uang muka sebesar 20 persen dari harga emas yang berlaku saat itu. Bank WM kemudian langsung membelikan emas sesuai pilihan nasabah dan menyimpannya sebagai agunan kredit.

Plafon kredit dihitung dari harga emas dikurangi uang muka. Nasabah dapat memilih jangka waktu kredit sesuai kemampuan, mulai dari 12 hingga 60 bulan, dengan suku bunga yang terjangkau sebesar 0,69 persen flat per bulan.

Untuk kredit dengan tenor hingga 36 bulan, nasabah dikenai provisi 0,5 persen dari plafon kredit. Sedangkan untuk tenor di atas 36 bulan, provisinya sebesar 1 persen. Biaya ini hanya dibayarkan sekali saat akad kredit. Yang menarik, jika di kemudian hari terjadi kenaikan harga emas, nasabah tidak akan dibebani biaya tambahan—sebuah sistem yang tentunya menguntungkan nasabah.

Proses pengajuannya pun mudah. Nasabah cukup datang ke kantor pelayanan Bank WM terdekat dengan membawa fotokopi KTP, KK, dan surat nikah (bagi yang sudah menikah). Setelah itu, nasabah hanya perlu membayar angsuran sesuai nominal dan tenor yang disepakati dengan pihak bank.

Begitu cicilan lunas, nasabah dapat membawa pulang emas tabungannya. Dengan berbagai kemudahan ini, program Cicil Emas Bank WM menjadi solusi tepat bagi masyarakat yang ingin mulai berinvestasi emas namun terkendala dana tunai.



Modal Rp 300 Ribu Bisa Punya Mobil Baru



Bayangkan bisa berkesempatan mendapatkan mobil baru hanya dengan menabung Rp 300 ribu per bulan. Bank WM mewujudkan impian ini melalui program Tamasha Brio 4, sebuah terobosan yang memberi makna baru bagi kegiatan menabung.



Sejak pertama kali diperkenalkan 9 tahun lalu, Tamasha Brio telah menjadi produk tabungan favorit masyarakat. Program yang telah berlangsung selama 3 periode ini telah membantu lebih dari 5 ribu nasabah Bank WM di Jawa Tengah mewujudkan impian mereka.

Memasuki periode keempat yang akan dimulai April 2025, Bank WM kembali mengajak seluruh masyarakat, baik nasabah lama maupun baru, untuk bergabung dalam program Tamasha Brio 4.

BERTABUR HADIAH MENARIK

Sesuai kepanjangannya, Tabungan Masyarakat Berhadiah (Tamasha), program ini menawarkan beragam hadiah menggiurkan. Begitu mendaftar, nasabah langsung mendapatkan hadiah berupa tumbler cantik.

Dengan setoran rutin Rp 300 ribu per bulan selama 36 bulan, nasabah berkesempatan memenangkan undian tarikan bulanan dengan nominal Rp 1 juta hingga Rp 2,5 juta, dimulai sejak bulan pertama. Di akhir periode, hadiah utama yang menanti adalah satu unit mobil Honda Brio dan dua unit sepeda motor Honda Vario 125, plus hadiah menarik lainnya senilai puluhan juta rupiah.

"Tak perlu khawatir jika tidak beruntung memenangkan hadiah utama," jelas Muhammad Sri Tulus, Kepala Pengembangan Bisnis Bank WM. "Nasabah tetap akan mendapatkan kembali seluruh uang tabungannya sebesar Rp 10,8 juta plus bonus Rp 275 ribu (pajak atas bunga simpanan ditanggung nasabah), tanpa potongan biaya administrasi bulanan."

PELUANG LEBIH BESAR DENGAN SISTEM KUOTA

Program Tamasha Brio 4 menerapkan sistem pembatasan kuota untuk memaksimalkan peluang nasabah mendapatkan hadiah.

"Kami ingin memperbesar peluang nasabah mendapatkan hadiah, maka kami menerapkan sistem kuota. Apalagi Tamasha Brio 4 ini termasuk program yang banyak diminati masyarakat," tegas Tulus.

SYARAT MUDAH, TERBUKA UNTUK SEMUA

Program ini terbuka untuk seluruh lapisan masyarakat dengan persyaratan yang sangat sederhana. Calon nasabah cukup mengisi aplikasi pembukaan tabungan dengan melampirkan KTP. Menariknya, satu nasabah diperbolehkan membuka lebih dari satu rekening untuk meningkatkan peluang memenangkan hadiah.

Setelah pembukaan rekening, nasabah hanya perlu menyetor Rp 300 ribu setiap bulan sebelum tanggal 10. Setoran dapat dilakukan langsung di kantor pelayanan BPR WM atau melalui transfer. Dana akan dikunci selama 36 bulan dan baru dapat diambil pada bulan ke-37.

"Penting untuk diketahui," tambah Tulus, "nasabah yang memenangkan undian tarikan bulanan otomatis gugur dari program dan dapat menarik seluruh tabungannya. Karena itu, kami sarankan nasabah memiliki lebih dari satu rekening tabungan aktif agar tetap bisa mengikuti undian hadiah utama."

Mengingat tingginya animo masyarakat dan terbatasnya kuota, Tulus mengimbau calon nasabah untuk tidak menunda pendaftaran.

"Kalau ketinggalan di periode ini, nunggunya tiga tahun. Maka jangan tunda lagi untuk mengikuti program Tamasha Brio 4 ini," pungkasnya.



MENOLAK MENYERAH PADA *Wabah*

Pandemi Covid-19 memang telah berlalu tapi ingatan EkoWahyudi tentang wabah itu tak lekang oleh waktu. Saat pandemi meluluh-lantakkan seluruh negeri, Direktur Akhil Education Centre (AEC) Semarang ini menolak menyerah pada wabah.



Eko mengenang masa pandemi sebagai momen terberat dan terendah dalam hidupnya. Akhil Education Centre (AEC) Semarang, lembaga kursus bahasa asing yang didirikannya sejak 2015, berhenti beroperasi sementara untuk mencegah penularan virus.

"Saat itu AEC Semarang belum mengenal kursus online. Semua kegiatan kursus masih dilakukan secara tatap muka. Maka ketika pandemi terjadi, kegiatan kursus berhenti total. Bahkan program student immersion ke luar negeri juga terpaksa dihentikan sementara karena ketatnya kebijakan karantina dan pandemi.," kenang pria kelahiran Sragen, 19 Januari 1986 ini.

Tidak ada kegiatan maka tidak ada pemasukan. Untuk menekan biaya operasional, Eko terpaksa merumahkan seluruh karyawannya.

"Menjelang Lebaran biasanya kami mengadakan buka puasa bersama, lalu bagi-bagi THR maupun bingkisan untuk staf dan seluruh pengajar menjelang lebaran. Saat pandemi, tidak ada yang bisa saya berikan karena semua tabungan sudah terkuras habis sampai minus. Kalau menganggap saat itu, sedih rasanya," katanya.

Eko tak bisa hanya diam sembari menunggu pandemi usai. Dengan segenap kemampuan dan pengalaman yang dimiliki, bapak tiga anak ini memberanikan diri untuk menunggangi gelombang pandemi. Dalam benaknya, walau pandemi menghadang, business must go on. AEC Semarang pun kembali beroperasi, kali ini secara daring.

"Bencana itu tidak diharapkan dan tidak bisa dikendalikan. Tapi karena kondisi itu kita jadi dipaksa untuk berkembang, salah satunya membuka kursus online," katanya.

Kata pepatah, di mana ada kemauan di situ ada jalan. Kegigihan Eko untuk bertahan dalam musibah membawanya pada peluang-peluang yang tidak pernah dia bayangkan sebelumnya, salah satunya tawaran bagi AEC Semarang untuk memberikan pelatihan kelas TOEFL online kepada lebih dari 3 ribu mahasiswa di sebuah perguruan tinggi di Kota Semarang.

Yang juga tidak disangka, Eko mendapatkan project penerjemahan dari sebuah agensi di Vietnam





dan Korea Selatan. Menariknya, project ini berasal dari sebuah email blast yang oleh koleganya dianggap sebagai sesuatu yang tidak penting, justru membawa rezeki tak terduga dan menghidupkan kembali AEC Semarang.

Project yang awalnya hanya digarap Eko bersama 5 orang stafnya ini terus berkembang hingga dia harus merekrut 45 orang tambahan. Dari project penerjemahan ini saja, AEC Semarang membukukan omzet hingga miliaran rupiah.

Sebagian dari omzet diinvestasikan Eko untuk pengembangan bisnis AEC Semarang, antara lain menambah jumlah staf dan pengajar, mengadakan training dan gathering bagi staf serta pengajar, investasi gedung dan bangunan agar lebih representatif, strategis, dan tentunya nyaman untuk belajar.

"Prinsip saya, jangan pernah menganggap sesuatu yang kecil itu tidak penting. Juga jangan pernah bilang 'tidak punya' dan 'tidak bisa' kepada siapapun yang datang ke kita. Kepada siapapun itu, kita harus service excellent. Kita tidak pernah tahu akan ada project apa ke depannya dengan orang tersebut," terang Sarjana Sastra dari Universitas Negeri Semarang (Unnes) ini.

Eko mengenang, wabah Covid-19 yang semula menjeruminskannya ke titik terendah ternyata juga melesatkannya ke titik tertinggi yang melampaui semua ekspektasinya.

"Percayalah, sukses tidak hanya datang dari kerja keras namun ada faktor keberuntungan. Jadi, taatlah beribadah dan perbanyak sedekah," imbuhnya.

Efek k-wave

Saat didirikan pada 2015 lalu, AEC Semarang menawarkan dua program studi bahasa, yakni bahasa Inggris dan Korea. Saat itu, belum banyak lembaga kursus yang menawarkan program studi bahasa Korea. Melihat perkembangan K-Pop dan K-Drama yang makin masif di Indonesia, Eko meyakini program studi bahasa Korea akan diminati banyak orang.

Merekrut staf pengajar bahasa Korea menjadi tantangan tersendiri bagi Eko. Tidak semua orang yang direkrutnya bisa langsung mengajar. Beberapa orang bisa berbahasa Korea tetapi tidak memiliki keterampilan untuk mengajar.

Menurut Eko, kemampuan berbahasa Korea saja tidak cukup untuk seseorang menjadi seorang pengajar. Seorang pengajar harus mampu menerapkan teknik mengajar, microteaching, dan public speaking.



"Saya saat itu belum bisa berbahasa Korea tapi saya tahu teknik mengajar. Maka sebelum mereka mulai mengajar, staf pengajar saya training dulu tentang teknik mengajar, microteaching, dan public speaking supaya mereka bisa menyampaikan materi ajar dengan baik kepada peserta kursus," terangnya.

Prediksinya tidak meleset. Kursus bahasa Korea di AEC Semarang semakin diminati masyarakat. Peserta kursus bukan saja mereka yang membutuhkan keterampilan berbahasa asing karena bekerja di perusahaan Korea melainkan juga orang-orang yang menggemari K-Pop, K-Drama, dan K-Culture.

Menjelang satu dasawarsa, AEC Semarang telah berkembang melampaui ekspektasi Eko. Memulai dengan program kursus 2 bahasa, AEC Semarang kini berkembang menjadi 9 bahasa, meliputi bahasa Inggris, Korea, Jepang, Jerman, Belanda, Mandarin, Arab, Perancis, Spanyol, dan Bahasa Indonesia untuk Penutur Asing (BIPA).

Selain kursus, AEC Semarang menawarkan jasa penerjemahan dan penjurubahasaan, juga program Student Immersion ke Singapura, Korea Selatan, Jepang, dan Turki.

Eko menekankan, Student Immersion bukan program wisata yang dibalut dengan kemasan pendidikan. Misi utama program ini adalah memberikan pengalaman kepada peserta untuk menyelami budaya di negara asing sekaligus mengajak mereka untuk mempraktekkan keterampilan berbahasa asing dengan penutur bahasa asli.

Setara Dengan Orang Asing

Berkembangnya Jawa Tengah sebagai provinsi tujuan investasi dari dalam dari luar negeri membuka kesempatan bagi banyak warga lokal untuk bekerja bersama orang asing. Bukan sebagai buruh kasar ataupun pekerja domestik di sektor rumah tangga, melainkan mengerjakan pekerjaan yang setara dengan orang asing.

"Kita tidak kalah kok dengan orang asing. Yang mengalahkan kita adalah kesempatan. Meskipun kemampuannya sama, tapi orang yang tinggal di Jakarta punya kesempatan yang lebih besar untuk bekerja dengan orang asing daripada mereka yang tinggal di Semarang, Purwodadi, Kendal, Demak, dan kota lainnya," katanya.

Berdasarkan pengalaman pribadinya, Eko meyakini pendidikan adalah satu-satunya cara agar warga Jawa Tengah bisa mendapat kesempatan yang sama besarnya





dengan mereka yang tinggal di Jakarta.

"Saya dilahirkan oleh bapak yang tidak lulus SD, dan Ibu yang hanya lulusan SD. Tapi kedua orang tua saya selalu mendorong saya untuk berseklah setinggi-tingginya hingga saya bisa menempuh jenjang magister, karena mereka tahu hanya pendidikanlah cara untuk memperbaiki situasi," terang penyandang gelar Master of Management dari Universitas Islam Sultan Agung (Unissula) Semarang ini.

Melalui AEC Semarang, Eko ingin mencetak generasi muda yang unggul dan terampil berbahasa asing, sehingga mampu menempati posisi strategis di tataran middle-up sebagai personal assistant, manager, hingga director. (LALI)


“
The best time to plant a tree was 20 years ago. The second best time is now.
- Chinese Proverb


Wealth
Magazine
Quotes



DULU PEKERJA KONSTRUKSI KINI PETANI HIDROPONIK

Latar belakang pendidikannya di bidang otomotif. Pengalaman kerjanya di bidang konstruksi selama 25 tahun. Kini, Eko Purwantoro banting setir jadi petani hidroponik.

Eko tidak pernah membayangkan dirinya akan menjadi seorang petani. Pria asal Karanganyar ini telah mapan berkat pekerjaannya sebagai pekerja konstruksi di Malaysia. Pekerjaan ini telah dilakoninya selama 25 tahun.

Saat Covid-25 mewabah, Eko memutuskan pulang ke kampung halamannya dan memulai hidup baru menjadi seorang petani. Bertani adalah pekerjaan yang lumrah di Kabupaten Karanganyar. Letaknya yang berada di lembah Gunung Lawu menjadikan daerah ini cukup subur untuk bercocok tanam.

Alih-alih bertani secara konvensional, Eko memilih pertanian modern. Baginya, pertanian modern relatif lebih bersih, lingkungan terkontrol sehingga bisa minim hama, bisa berproduksi sepanjang tahun, dan bersifat jangka panjang.

Proyek pertamanya adalah menanam sayuran secara hidroponik di halaman rumahnya. Karena tidak punya latar belakang maupun pengalaman bertani, Eko nyaris tidak punya pengetahuan yang memadai soal pertanian modern. Tapi semangatnya untuk belajar membuatnya mampu untuk melakukan hal-hal yang sebelumnya tidak terpikirkan olehnya.

Eko kemudian bergabung menjadi UKM Hidroponik binaan Yayasan Dharma Bhakti Astra - Lembaga Pengembangan Bisnis Solo, yang memfasilitasinya untuk mengikuti berbagai pelatihan, baik di sektor agrikultur maupun manajemen perkebunan.

"Saya belajar semua secara otodidak. Ikut komunitas dan pelatihan ke sana-ke mari sampai akhirnya bisa mengaplikasikan sistem pertanian seperti sekarang ini," ceritanya.

Lirik Budidaya Melon

Setelah mencoba berbisnis aneka sayuran hidroponik seperti selada, sawi pok choy, dan kale, Eko mulai melirik budidaya melon. Menurutnya, variasi jenis melon yang mencapai ribuan jenis adalah peluang bisnis baru yang tak ingin dia lewatkan. Selain itu, perawatan tanaman melon menurutnya lebih mudah dibandingkan tanaman buah lainnya.

Setelah berbagai pertimbangan, Eko mendirikan tiga green house di lahan pertanian tak jauh dari rumahnya di Desa Kuncung RT 01 RW 04, Matesih, Kab Karanganyar. Green house ini dibangun sedemikian rupa dengan material berkualitas agar udara dan sinar matahari dapat masuk namun tahan dari hama dan hewan perusak lainnya.



Di green house ini Eko menanam tiga jenis melon yakni Sweet Hami, Sweet Net, dan Lavender. Setidaknya ada 700 batang tanaman melon yang ditanam Eko di tiga green house miliknya. Lantaran masa tanam setiap jenis melon berbeda, Eko menyiasatinya dengan menjadwalkan masa mulai tanam. Dengan cara ini, Eko bisa panen melon setiap bulan.

Kebetulan saat tim WMagz berkunjung ke green house milik Eko adalah saat masa panen. Tim WMagz cukup beruntung mendapat kesempatan mencicip ketiga jenis melon tersebut.

Yang pertama kami cicipi adalah Sweet Hami. Dari penampilan luarnya yang berkulit hijau dengan guratan garis warna putih, ditambah ukurannya yang cukup kecil







jika dibandingkan dengan melon lokal, Sweet Hami tampak seperti melon yang belum matang. Setelah dipotong buahnya, barulah tampak daging buahnya yang berwarna oranye segar. Saat dicicipi, rasa manisnya sangat tajam dan buahnya cukup renyah seperti buah pir.

Melon kedua adalah jenis Sweet Net. Kulit luarnya berwarna putih gading dengan guratan garis yang nyaris tak kelihatan, juga berukuran kecil seperti Sweet Hami. Saat dipotong, daging buahnya berwarna oranye pucat. Namun lagi-lagi kami tertipu dengan penampilan Sweet Net, karena saat kami cicipi buahnya terasa sangat manis.

Yang ketiga yang kami cicipi adalah melon jenis Lavender. Dibandingkan dua melon sebelumnya, Lavender yang berkulit kuning emas tampak paling menarik dan menggoda. Dan benar saja, melon Lavender ini punya rasa yang unik. Tekstur daging buahnya lebih keras daripada Sweet Hami dan Sweet Net sehingga saat dikunyah rasanya renyah seperti kita sedang memakan apel, namun rasanya sangat manis dan memiliki aroma khas melon pada umumnya. Dibandingkan Sweet Hami dan Sweet Net, melon jenis Lavender adalah yang paling manis.

Ketiga melon itu memang berukuran cukup kecil, rata-rata hanya 1 kilogram. Beberapa jenis bisa mencapai 2 kilogram namun umumnya yang diproduksi Eko berukuran 1 kilogram.

"Yang paling disukai konsumen justru yang kecil-kecil karena kalau untuk dikonsumsi sendiri tidak kebanyakan, dan kalau dimakan sama keluarga juga tidak terlalu sedikit," katanya.





Standar Kemanisan

Eko menurutkan, melon yang siap panen umumnya tidak berdasarkan besar-kecilnya melainkan standar kemanisannya. Melon yang siap panen harus memiliki standar kemanisan sekitar 14 persen, maksimal 17 persen.

"Kalau standar kemanisannya masih di bawah 13 persen berarti belum siap panen, tapi kalau di atas 17 persen buahnya bisa pecah karena terlalu banyak nutrisinya," terangnya.

Preorder

Melon-melon yang siap panen umumnya ditandai Eko dengan label dan spidol merah. Setelah dipanen, melon segera dikirim kepada konsumen yang sudah memesan jauh-jauh hari. Melon dijual dengan harga Rp 30 ribu per kilogram.

Saat ini, Eko masih berbisnis dengan sistem preorder melalui jaringan pertemanannya di Jakarta, Bekasi, Yogyakarta, Solo, dan Semarang. Eko belum percaya diri untuk bekerjasama dengan pasar modern karena dia merasa kuantitas produksinya belum stabil.

"Kalau kualitas rasa sudah stabil tapi kuantitas produksi masih harus saya tingkatkan. Saat ini kapasitas produksi masih 50-60 persen. Sebagus apapun kebun tetap tidak bisa menghindar dari serangan hama. Kalau sudah kena serangan hama, yang kena tidak hanya satu dua batang tapi satu lajur. Belum lagi kalau musim hujan, serangannya jamur," katanya.

Dengan kuantitas produksi yang belum maksimal, Eko baru mencatat omzet Rp 13-15 juta sekali panen. Harapannya omzetnya akan lebih meningkat jika kapasitas produksi mencapai 80 persen dari seluruh melon yang ditanam.

MELON KUNCUNG HIDROPONIK

Kuncung RT 01 RW 04, Matesih, Kab Karanganyar

088 129 686 88

kuncung_hidroponik

MENYELAMI *Karakter* MANUSIA



Di mata Setyo Prasojo, setiap pertemuan itu berharga. Dari setiap pertemuan dia belajar banyak tentang karakter manusia yang begitu unik dan beragam.

Tujuh tahun menjadi teller dan customer service di Bank WM telah membuka mata Setyo Prasojo tentang beragamnya karakter manusia. Pria kelahiran Jepara, 2 Juli 1979 ini telah bertemu ribuan nasabah—setiap dari mereka membawa cerita dan karakter yang berbeda.

"Semakin banyak orang yang kita temui, semakin banyak kita tahu bahwa orang ini karakternya seperti ini. Maka kita tahu harus bersikap bagaimana terhadap karakter orang itu," ujar pria yang akrab disapa Pras ini.

Bagi Pras, setiap interaksi dengan nasabah adalah kesempatan emas untuk memperkaya database karakternya tentang manusia. Pengetahuan ini menjadi bekal berharga, tidak hanya dalam pergaulan sehari-hari, namun juga dalam menjalankan tugasnya di Bank WM.

Karena karakter manusia sangat beragam, Pras menyadari bahwa pendekatan yang seragam tidaklah tepat. *"Karena karakter nasabah berbeda, cara kita berkomunikasi kepada mereka tidak bisa disamaratakan. Sebagai ujung tombak perusahaan, di samping kita harus berbekal pengenalan produk yang baik, standar pelayanannya ya harus sabar dan telaten,"* ujar

DARI BACK OFFICE KE PIMPINAN CABANG

peraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Semarang ini.

Perjalanan karir Pras tidak berhenti di front office. Setelah tujuh tahun berhadapan langsung dengan nasabah, dia dipercaya menangani back office sebagai staf audit selama dua tahun. Karirnya terus menanjak ketika dia diangkat menjadi Kepala Bidang Operasional, posisi yang menuntutnya mengelola lebih dari 20-an karyawan operasional di seluruh kantor pelayanan Bank WM Area Semarang.

Mengelola puluhan karyawan bukanlah tugas mudah. Namun berkat kesabaran, kegigihan, dan pengalamannya dalam memahami karakter manusia, Pras mampu menjalankan tugasnya dengan baik. Filosofinya sederhana: *"Saya berusaha mengikuti alur orang lain. Bukan mereka yang dipaksa ikut cara saya tapi saya yang menyesuaikan diri sesuai karakter mereka. Kalau memaksakan kehendak 'saya begini maka kamu harus ikuti saya', mau sampai kapanpun tidak akan ada titik temunya."*

Memimpin dengan Kerendahan Hati

Tahun 2023 membawa tantangan baru bagi Pras ketika dia dipercaya menjadi Pimpinan Kantor Bank WM Cabang Tegal. Di kota yang baru, dengan kultur yang berbeda, Pras memilih menjadi pemimpin yang fleksibel.

"Saya belajar banyak bagaimana kultur di Tegal. Dulu sebagai pendatang baru waktu masuk di sini tidak tahu apa-apa tapi selama kita bisa nyelondohi, punya inisiatif dan kerendahan hati untuk membuka pintu silaturahmi, pasti komunikasi dengan siapapun jadi cair," terangnya.

Meski tidak semua orang mampu mengadopsi gaya kepemimpinan seperti ini, bagi Pras ini adalah bagian dari prinsip hidupnya—bekerja dengan ikhlas dan maksimal. Pengalaman panjangnya berinteraksi dengan beragam karakter manusia telah mengajarkan Pras satu hal penting: setiap pertemuan adalah kesempatan untuk belajar, dan setiap orang memiliki caranya sendiri untuk didekati.



BANK WM TEGAL PINDAH KANTOR BARU

Dalam upaya memberikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah, Bank WM Cabang Tegal kini hadir di lokasi baru yang lebih strategis. Kantor yang sebelumnya beralamat di Jalan Sultan Agung no 23, Kejambon, kini beroperasi di Ruko Nirwana Estate, Jalan Yos Sudarso, Mintaragen, Kecamatan Tegal Timur, Kota Tegal.

Pemilihan lokasi di kawasan Sentra Industri Perikanan Kota Tegal ini bukan tanpa alasan. Dengan kantor yang lebih representatif di lokasi strategis, Bank WM berharap dapat semakin dekat dengan masyarakat Tegal dan sekitarnya.

"Nasabah kami terbanyak memang pebisnis di sektor perikanan, tetapi ada juga nasabah kami yang berbisnis di bidang UMKM kuliner, bawang, dan industri logam," ujar Setyo Prasojo, Pimpinan Bank WM Cabang Tegal. *"Layanan kami tidak hanya terbatas di Kota Tegal saja tapi juga meliputi Kabupaten Tegal, Brebes, dan Pemalang. Sebagaimana yang kita tahu, di tiga kabupaten tersebut, industrinya cukup beragam dan sangat berkembang."*

Sejak beroperasi di Tegal pada 2015, Bank WM telah menjadi mitra tepercaya bagi para pelaku usaha di wilayah Tegal dan sekitarnya. Pras—sapaan akrab Setyo Prasojo—melihat potensi besar terutama di sektor kuliner yang terus berkembang. *"Untuk masyarakat yang membutuhkan bantuan permodalan untuk usaha maupun kebutuhan dana instan lainnya, Bank WM bisa jadi solusinya,"* tambahnya.

Bank WM menawarkan beragam produk perbankan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan nasabah. Untuk kebutuhan modal usaha dan konsumtif, tersedia produk unggulan seperti Kredit Ekstra Enam Sembilan, Kredit Serbaguna, Kredit Musiman, dan Cicil Emas. Sedangkan bagi masyarakat yang ingin berinvestasi dan menata keuangan dengan lebih baik, Bank WM menyediakan produk-produk tabungan menarik seperti Tabungan Masyarakat Berhadiah (Tamasha), Tabungan Bisnis, Tabungan Rencana dan Tabungan Smart/Smart Pro.

"Masyarakat tidak perlu ragu maupun khawatir," tegas Pras, mengingatkan bahwa Bank WM terdaftar dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Sebagai peserta Lembaga Penjamin Simpanan (LPS), dana nasabah





dijamin keamanannya.

Bagi masyarakat yang ingin mengetahui lebih lanjut tentang produk dan layanan Bank WM, Pras mengundang untuk mengunjungi kantor baru mereka. *"Jika tidak bisa datang ke kantor kami, Anda dapat mengakses produk dan layanan perbankan kami melalui klikwm.com maupun bankwm.co.id. Kami akan dengan senang hati membantu Anda,"* tandas Pras.



CERITA SLAMET RAHARDJO, PEMENANG HADIAH UTAMA TAMASHA KUDUS 2024

"Percaya tidak percaya." Itulah reaksi pertama Slamet Rahardjo saat teman-temannya memberitahu bahwa dia memenangkan hadiah utama Tamasha Kudus berupa Honda PCX pada pengundian September 2024. *"Tapi setelah dikontak pihak Bank WM Cabang Kudus, baru saya percaya,"* kenangnya sambil tersenyum.

Kemenangan ini adalah bukti nyata bagaimana Bank WM memberi makna baru pada kegiatan menabung. Melalui program Tabungan Masyarakat Berhadiah (Tamasha), nasabah tidak hanya menyimpan uang tetapi juga berkesempatan mendapatkan hadiah menarik—mulai dari uang jutaan rupiah, emas, sepeda motor, hingga mobil.

Tamasha Kudus sendiri, yang diselenggarakan di wilayah kerja Bank WM Cabang Kudus, telah menjadi program yang ditunggu-tunggu masyarakat. Terbukti dengan konsistensinya yang telah berlangsung selama tujuh periode berturut-turut. Dengan setoran rutin Rp 250 ribu per bulan, nasabah berkesempatan membawa pulang hadiah utama berupa



Honda PCX atau Honda Vario 125.

Bagi Slamet, perjalanannya menjadi nasabah Bank WM dimulai dari sebuah kebetulan yang manis. Awalnya, sang anak pernah memenangkan sebuah kejuaraan dan mendapatkan hadiah berupa tabungan di Bank WM. Ditambah dengan banyaknya teman-teman yang menjadi nasabah, rasa penasaran Slamet pun tumbuh.

"Awalnya penasaran kok teman-teman saya banyak yang menabung di Bank WM. Seiring perkembangan waktu saya melihat Bank WM cukup baik dan kredibel, program-programnya juga menarik dan rata-rata langgeng, maka saya percaya," tuturnya.

Kepercayaan pada kinerja Bank WM membuat Slamet mantap membuka beberapa rekening tabungan, termasuk Tamasha Kudus, Tamasha Emas, dan Tamasha Brio. "Saya sudah lama ikut Tamasha. Sebenarnya tidak punya ekspektasi apapun selain menabung, menyimpan uang, tapi kebetulan di 2024 ini dapat rezeki satu unit motor," ungkapnya. Kini, setelah merasakan sendiri manfaat program Tamasha, Slamet tidak ragu mengajak masyarakat Kudus dan sekitarnya untuk bergabung. *"Saya melihatnya tabungan Tamasha cukup baik, dapat dipercaya. Banyak yang memberikan bunga yang menarik tapi tidak langgeng. Tapi Bank WM menurut saya cukup baik dan bisa dipercaya,"* tandasnya.

Kisah Slamet membuktikan bahwa kebiasaan menabung bisa berbuah manis. Selain mendapatkan kembali uang tabungannya, dia juga membawa pulang sebuah motor yang nilainya tiga kali lipat dari nominal tabungannya—sebuah bonus yang membuktikan bahwa menabung di Bank WM bisa memberikan lebih dari sekadar aman.



INI RAHASIA BISNIS TETAP BERTAHAN MESKI EKONOMI SULIT

Ide brilian dan eksekusi sempurna tidak menjamin keberlangsungan sebuah bisnis, terutama saat ekonomi sedang sulit. Perubahan kondisi ekonomi dan perilaku pelanggan kerap menjadi tantangan berat bagi para pelaku usaha untuk mempertahankan bisnisnya.



Pandemi Covid-19 menjadi contoh nyata bagaimana situasi tak terduga bisa mengubah lanskap bisnis secara drastis. Imbauan untuk tetap di rumah berdampak signifikan pada aktivitas bisnis, menyebabkan penurunan omzet yang berujung pada gulung tikar. Namun di tengah kondisi sulit ini, beberapa bisnis justru mampu bertahan dan terus berkembang.
Apa rahasia mereka yang berhasil bertahan? Berikut adalah strategi yang bisa diterapkan untuk mempertahankan bisnis di masa sulit:

BANGUN STRATEGI JANGKA PANJANG

Menghadapi masalah bisnis membutuhkan evaluasi menyeluruh, bukan sekadar solusi cepat. Seringkali, pelaku bisnis tergoda untuk mengambil jalan pintas yang tampak menjanjikan hasil instan, namun justru bisa memperburuk situasi dalam jangka panjang.

Misalnya, saat menghadapi kekurangan staf, jangan langsung terburu-buru merekrut. Telitilah dalam: apakah masalahnya pada gaji yang kurang kompetitif? Atau mungkin budaya perusahaan yang perlu diperbaiki? Pendekatan yang lebih komprehensif akan menghasilkan solusi yang tidak hanya mengatasi masalah saat ini, tetapi juga mencegah masalah serupa di masa depan.

PRIORITASKAN PELANGGAN SETIA

Di masa sulit, godaan untuk mencari pelanggan baru seringkali mengalihkan perhatian dari aset terpenting: pelanggan yang sudah ada. Fokus berlebihan pada akuisisi pelanggan baru bisa menguras sumber daya perusahaan, sementara basis pelanggan setia yang ada justru terabaikan.

Pelanggan yang sudah ada adalah pembeli yang lebih dapat diandalkan mereka sudah mengenal dan menyukai produk Anda. Fokus pada pelanggan setia tidak hanya lebih hemat biaya, tetapi juga membuka peluang untuk up-selling dan cross-selling yang lebih efektif. Membangun hubungan yang lebih dalam dengan pelanggan existing bisa menciptakan brand advocate yang akan membantu mempromosikan bisnis Anda secara organik.

JAGA KESEHATAN ARUS KAS

Arus kas yang sehat adalah jantung dari bisnis yang berkelanjutan. Dalam situasi ekonomi yang menantang, kemampuan untuk mengelola arus kas menjadi kunci survival. Mulailah dengan mengaudit setiap pengeluaran dan memangkas biaya-biaya yang tidak esensial bagi operasional bisnis.



Namun jangan berhenti berinovasi dalam strategi penjualan. Ciptakan promo yang menarik, cari lokasi atau waktu berjualan strategis yang bisa mendatangkan penjualan tambahan. Manfaatkan data penjualan untuk mengidentifikasi produk atau layanan yang paling menguntungkan dan fokus pada pengembangan area tersebut. Intinya sederhana: pendapatan harus lebih besar dari pengeluaran.

PERTAHANKAN ANGGARAN PEMASARAN

Banyak bisnis terjebak dalam kesalahan klasik: memotong atau bahkan menghapus anggaran pemasaran saat ekonomi sulit. Keputusan ini mungkin tampak masuk akal untuk penghematan jangka pendek, namun bisa berdampak serius pada pertumbuhan bisnis jangka panjang.

Justru di masa-masa seperti ini pemasaran menjadi krusial. Pengalaman pandemi Covid-19 menunjukkan bahwa konsumen menghabiskan lebih banyak waktu untuk mempelajari produk sebelum membeli. Mereka lebih selektif dalam membelanjakan uangnya, yang berarti visibilitas dan diferensiasi brand Anda menjadi semakin penting. Ini adalah kesempatan emas untuk memperkenalkan produk dan layanan Anda kepada pasar yang lebih cermat dalam membuat keputusan pembelian.

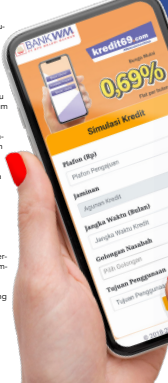
MANFAATKAN AKSES PERMODALAN YANG TEPAT

Untuk menjaga bisnis tetap bergerak di tengah ekonomi yang melambat, akses ke permodalan yang tepat menjadi sangat penting. Pemilihan sumber pendanaan yang tepat bisa menjadi perbedaan antara bisnis yang bertahan dan yang terpaksa tutup. Di sinilah Bank WM hadir dengan solusi kredit yang dirancang khusus untuk kebutuhan pelaku usaha, salah satunya melalui program Kredit Enam Sembilan (69) Ekstra.

Program ini menawarkan suku bunga kompetitif sebesar 0,69 persen flat per bulan, dengan plafon pinjaman mulai dari Rp 150 juta hingga Rp 2,5 miliar. Tenor kredit yang fleksibel—18 hingga 36 bulan—memberikan ruang gerak yang cukup bagi pelaku usaha untuk mengatur strategi bisnisnya. Kredit Ekstra 69 terbuka untuk semua pelaku usaha, baik nasabah existing maupun baru.

Di tengah tantangan ekonomi yang tidak menentu, kunci bertahan bukan hanya pada ketangguhan menghadapi masalah, tetapi juga kecerdasan dalam memanfaatkan berbagai sumber daya yang tersedia—termasuk akses ke permodalan yang tepat. Dengan kombinasi strategi yang tepat dan dukungan finansial yang sesuai, bisnis Anda memiliki peluang lebih besar untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang di tengah situasi yang menantang.

Proses pengajuannya dibuat sesederhana mungkin, baik melalui kunjungan ke kantor pelayanan Bank WM terdekat maupun melalui platform digital www.kredit69.com.



WWW.KREDIT69.COM

BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR

KREDIT PROMO EKSTRA 69

Kembangkan Usaha Semakin Mudah

Manfaatkan Kredit Promo Ekstra Enam Sembilan dengan bunga flat 0,69% per bulan. Ajukan sekarang dan capai impian bisnis Anda. Berlaku pencairan maksimal tanggal 27 Desember 2025



Bunga
0,69%
flat per bulan

OJK
BPR WM berizin dan diawasi oleh OJK serta merupakan peserta penjaminan LPS.
halo WM 1500 157
tarif pulsa lokal
0855 1500 157
chat only

INI ALASAN BANYAK ORANG TERGIUR JUALAN PRODUK DIGITAL



Media sosial kini dipenuhi dengan kisah sukses para penjual produk digital. Tidak sedikit influencer yang memamerkan pendapatan mereka yang mencapai ratusan juta rupiah per bulan dari penjualan produk digital. Fenomena ini memunculkan pertanyaan: apa sebenarnya produk digital itu, dan mengapa begitu banyak orang tertarik untuk menjualnya?

Produk digital adalah segala bentuk produk yang diciptakan, didistribusikan, dan dikonsumsi secara digital atau non-fisik. Variasinya sangat beragam, mulai dari perangkat lunak (software) komputer, website, aplikasi, game, musik, e-book, kursus digital, video tutorial, template, preset foto, hingga font tulisan. Keberagaman ini membuka peluang bagi siapa saja untuk masuk ke pasar digital sesuai dengan keahlian dan minatnya.



MENGAPA PRODUK DIGITAL BEGITU MENJANJIKAN?

Biaya Produksi yang Efisien

Salah satu daya tarik utama produk digital adalah biaya produksi yang relatif rendah. Anda hanya perlu memproduksi sekali, namun dapat menjualnya berulang kali tanpa batas. Jika dipasarkan dengan tepat, produk digital bisa menjadi sumber penghasilan pasif yang menguntungkan. Transaksi bisa berlangsung 24/7, memberikan peluang pendapatan yang konsisten tanpa batasan waktu.

Kreativitas Tanpa Batas

Dunia produk digital memberi ruang kreativitas yang nyaris tak terbatas. Semua bergantung pada kemampuan Anda dalam menciptakan produk yang dibutuhkan pasar. Seorang fotografer bisa menjual foto atau preset editing, sementara pecinta kuliner bisa menciptakan e-book resep atau mengadakan kursus memasak online.



Jangan terpaku pada produk yang sudah ada di pasaran. Inovasi selalu terbuka lebar, dan bisa jadi Anda-lah yang akan menciptakan tren produk digital berikutnya.

Jangkauan Global Tanpa Batas

Produk digital yang dijual secara online memiliki potensi jangkauan pasar yang luar biasa luas, bahkan hingga ke mancanegara. Namun, kesuksesan tetap bergantung pada pemahaman yang baik tentang target pasar dan pemilihan platform penjualan yang tepat, baik itu marketplace, media sosial, atau platform digital lainnya.

Distribusi Instan dan Efisien
Berbeda dengan produk fisik, produk digital tidak memerlukan biaya pengiriman dan penanganan logistik yang rumit. Distribusi dilakukan secara instan melalui transfer file digital, membuat proses transaksi menjadi lebih cepat, mudah, dan efisien.

STRATEGI SUKSES MENJUAL PRODUK DIGITAL

Bangun Proposisi Nilai yang Unik

Di tengah maraknya penjual produk digital, diferensiasi menjadi kunci. Anda perlu menentukan keunikan atau kelebihan produk Anda dibanding kompetitor. Ini bisa menjadi faktor penentu keputusan pembelian bagi calon konsumen yang memiliki banyak pilihan.

Optimalkan Pemasaran Digital

Pemasaran produk digital membutuhkan strategi digital yang komprehensif. Mulai dari membangun website profesional hingga mengoptimalkan kehadiran di media sosial dengan personal branding yang kuat. Manfaatkan teknik SEO (Search Engine Optimization), serta platform iklan seperti Facebook Ads, Instagram Ads, dan Google Ads untuk memperluas jangkauan.

Kolaborasi dengan Influencer

Influencer marketing telah terbukti efektif dalam membangun kepercayaan dan mendorong keputusan pembelian. Para influencer, dengan basis pengikut yang loyal, dapat menjadi jembatan yang efektif antara produk Anda dan calon konsumen. Rekomendasi dari influencer sering kali lebih dipercaya dan memiliki tingkat konversi yang lebih tinggi dibanding metode pemasaran konvensional.

Kesuksesan dalam bisnis produk digital membutuhkan kombinasi yang tepat antara produk berkualitas, strategi pemasaran yang efektif, dan pemahaman mendalam tentang kebutuhan pasar. Dengan potensi pasar yang terus berkembang dan barrier to entry yang relatif rendah, ini mungkin adalah waktu yang tepat untuk memulai perjalanan Anda dalam bisnis produk digital.





SOLUSI TERBAIK UNTUK KEBUTUHAN KONSUMTIF

Kredit perbankan tidak melulu soal modal usaha atau investasi. Banyak yang tidak menyadari bahwa kredit bank juga bisa menjadi solusi untuk kebutuhan konsumtif, mulai dari pembelian motor, handphone, hingga pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Mengajukan kredit bank untuk keperluan konsumtif bukanlah hal yang salah, selama Anda memiliki kemampuan untuk membayar cicilan.

Memahami kebutuhan masyarakat akan kredit yang fleksibel, Bank WM menghadirkan produk andalannya: Kredit Serbaguna. Produk ini dirancang khusus untuk memenuhi berbagai kebutuhan, baik konsumtif, investasi, maupun modal usaha, dan terbuka untuk nasabah maupun calon nasabah Bank WM.



Keunggulan yang Menarik

Kredit Serbaguna menawarkan plafon yang fleksibel mulai dari Rp 15 juta hingga Rp 10 miliar, dengan tenor yang bisa dipilih hingga 5 tahun. Produk ini dilengkapi dengan suku bunga terjangkau dan cicilan flat sejak akad hingga pelunasan. Yang menarik, pengurangan pokok kredit berlaku secara flat sejak angsuran pertama dibayarkan. Ini berarti saat nasabah hendak melunasi kredit sebelum jatuh tempo, sisa pokok pinjaman sudah berkurang signifikan.

Proses Cepat, Persyaratan Mudah

Bank WM memahami bahwa kebutuhan dana seringkali bersifat mendesak. Dengan prosedur yang efisien dan persyaratan yang terpenuhi, proses pencairan dapat dilakukan dengan cepat.

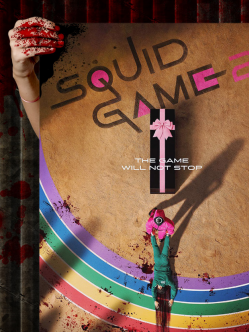
Persyaratan administratif yang dibutuhkan cukup sederhana: fotokopi identitas pemohon dan pasangan, surat keterangan penghasilan atau bukti rekening tabungan, dan data agunan. Bank WM menerima berbagai jenis agunan, mulai dari sertifikat benda tidak bergerak seperti tanah, rumah, ruko, dan apartemen, hingga sertifikat benda bergerak seperti motor dan mobil. Nasabah yang memiliki tabungan atau deposito di Bank WM dapat menggunakannya sebagai agunan cash collateral.

Kemudahan Digital untuk Nasabah Modern

Sebagai inovasi terkini, Bank WM meluncurkan fasilitas pengajuan kredit online melalui www.kredit69.com. Nasabah dapat melakukan simulasi kredit dan mengajukan permohonan secara digital. Setelah pengajuan online, petugas Bank WM akan menghubungi nasabah untuk verifikasi.

"Kami juga aktif di jejaring media sosial seperti Instagram. Ini bisa dimanfaatkan nasabah untuk bertanya soal informasi produk kami maupun mengetahui event-event promo yang sedang kami selenggarakan," kata Muhammad Tulus, Kepala Bidang Pengembangan Bisnis Bank WM. Namun, ia juga mengingatkan masyarakat untuk selalu waspada terhadap penipuan yang mengatasnamakan Bank WM atau karyawannya.





KEMBALINYA PERMAINAN CUMI-CUMI YANG MEMATIKAN

Squid Game Season 2 yang tayang pada 26 Desember 2024 lalu mengulangi kesuksesan season pendahulunya. Selama empat hari pertama penayangannya, serial berisi 7 episode ini telah ditonton hingga 68 juta penonton.

Ini adalah angka pemutaran perdana terbesar yang pernah ada untuk sebuah acara di layanan streaming Netflix. Hingga pertengahan Januari 2025, Squid Game Season 2 sudah ditonton oleh lebih dari 152,5 juta penonton.

Alur cerita musim baru masih berkutat pada karakter Seong Gi Hun, yang kembali ke permainan rahasia yang mematikan dengan harapan dapat mengungkap mereka yang menjalankannya.

Wajah Lama dan Baru

Jika Anda adalah penggemar Squid Game, Anda tentunya mengenali wajah-wajah lama dari season 1 yang kembali muncul di season 2 selain Lee Jung Jae, pemeran Seong Gi Hun. Wajah-wajah lama itu antara lain Gong Yoo (Pria Dodakji), Lee Byung Hun

■ MOVIEGOERS

(Hwang In Ho/Frontman/Peserta (001), dan Wi Ha Jun (Detektif Hwang Jun Ho).

Selain pemain lama, Squid Game Season 2 juga dimeriahkan wajah-wajah baru yang merupakan bintang top Korea Selatan, seperti Kang Ha Neul, Im Si Wan, Lee Jin Uk, dan Park Sung Hoon, yang naik daun seusai main di The Glory dan Queen of Tears, serta Choi Seung Hyun (eks T.O.P Bigbang) sebagai Thanos, Jo Yu Ri, dan Park Gyu Young.

Pengkhianatan

Berbeda dengan musim pertamanya yang dibuat dalam waktu 12 tahun, season kedua ini digarap dalam waktu kurang dari dua tahun. Sayangnya penonton harus menahan rasa penasaran karena ending yang menggantung di Season 2.

Seperti dikutip dari Tempo.co, episode terakhir Squid Game musim kedua ditutup dengan pemberontakan beberapa pemain yang dipimpin oleh Gi Hun (Lee Jung Jae) dalam misi berbahaya untuk menyusup ke ruang kontrol dan menghadapi Front Man.

Mereka menyergap para Pink Guard di barak, lalu menyusuri tangga warna-warni yang menjadi ciri khas permainan mematikan ini. Tembakan bertubi-tubi menyambut langkah mereka. Namun, Gi Hun dan Jung Bae (Pemain 390) terus maju menuju ruang kontrol. Sementara itu, Young Il alias Frontman (Lee Byung Hun), Ayah Na Yeon (Lee Jin Uk), Hyun Ju (Park Sung Hoon), Dae Ho (Kang Ha Neul), dan beberapa lainnya memilih untuk tinggal di belakang dan menahan serangan Pink Guard.

Ketegangan memuncak ketika Gi Hun dan Jung Bae melaporkan

kehabisan peluru dan meminta bantuan. Namun, pengkhianatan akhirnya terungkap, Young Il ternyata adalah Front Man, mantan pemenang Squid Game yang kini bekerja sebagai kepala pengawas. Dengan identitas palsu sebagai Pemain 001, ia berhasil menyusup ke dalam permainan. Dalam pemberontakan itu, Gi Hun kehilangan sahabatnya, Jung Bae yang dibunuh secara brutal oleh Front Man.

Season 3

Hwang Dong Hyuk, sang kreator mengungkapkan alasan di balik akhir yang dramatis itu. "Saya merasa saat itu adalah momen yang tepat untuk menghentikan alur cerita Gi Hun dan memberikan sedikit penutup. Musim ketiga akan mengeksplorasi bagaimana rasa bersalah dan kegagalan itu memengaruhi misinya," ujarnya kepada *Variety*.







Belum ada pengumuman resmi kapan Squid Game musim ketiga akan dirilis. Namun Netflix baru-baru ini meluncurkan teaser untuk musim ketiganya melalui saluran YouTube. Deskripsi video tersebut sempat mencantumkan tanggal spesifik, "27 Juni 2025." Meskipun video itu kini telah diubah menjadi privat, diduga kuat tanggal tersebut adalah waktu perilisan resmi.

Spekulasi makin memanas setelah Netflix membagikan teaser berdurasi 15 detik di X pada Rabu, 1 Januari 2025. Dalam klip tersebut, penggemar diperkenalkan pada karakter baru bernama Chul Su, versi laki-laki dari boneka pembunuh ikonik, Young Hee.

"Semuanya tolong katakan hai pada Chul Su. Squid Game 3 rilis 2025," tulis Netflix.

Boneka raksasa ini langsung menjadi buah bibir di media sosial. Jika Young Hee dikenal dengan lagu seram dan tatapan kosongnya saat permainan Red Light, Green Light, kehadiran Chul Su tampaknya menyimpan ancaman baru. Bahkan tak sedikit penggemar yang mulai berspekulasi tentang permainan apa yang akan dibawakan bersama boneka laki-laki itu.

Sang sutradara, Hwang Dong Hyuk, menjanjikan kelanjutan cerita di musim ketiga yang rencananya akan dirilis di pertengahan 2025. Season ketiga ini akan menjadi akhir dari permainan cumi mematikan tersebut.

"Akan segera dirilis. Saya sedang mengerjakannya. Akan segera dirilis. Lebih cepat dari yang Anda harapkan," kata Hwang Dong Hyuk kepada reporter di karpet merah Golden Globes 2025.

RAMAI DI INSTAGRAM ADA APA DI CHONGQING

Jika Anda sering berselancar di Instagram, pasti tak heran dengan banyaknya postingan tentang Kota Chongqing di China yang menawan. Ya, kota ini memang tengah populer di internet, karena tata kotanya yang unik.

Seperti dikutip dari Antaranews.com, Chongqing adalah sebuah metropolis di China bagian tengah. Kota yang dihuni lebih dari 30 juta orang tersebut memiliki luas area 82.403 km persegi, sehingga menjadi kota dengan wilayah terbesar di dunia.

Kota ini memiliki topografi yang cukup menantang, yakni di antara sungai besar dan pegunungan. Maka tata kotanya pun unik. Gedung-gedung di Chongqing dibangun menyesuaikan permukaan bumi. Dan yang menarik, sulit menemukan lantai dasar gedung di kota ini. Ketika Anda mengira sedang berada di lantai dasar, sebenarnya jika Anda keluar dari sisi lain, Anda sedang berada di lantai atas sebuah gedung.

Salah satu konsekuensi dari geografi Chongqing yang sangat menantang itu adalah jalan-jalan dan rel kereta api harus dibuat menembus gunung dengan terowongan yang panjang dan melampaui lembah dengan jembatan yang tinggi-tinggi.

Kecemerlangan rekayasa para pembina Kota Chongqing terlihat dari Stasiun Liziba, salah satu stasiun yang berada di line 2 jaringan kereta komuter Chongqing. Stasiun tersebut berada di tengah-tengah gedung apartemen yang menjulang tinggi. Jika kita lihat sekilas kereta yang berlalu-lalang di Stasiun Liziba, rasanya terlihat seperti kereta tersebut masuk dan keluar menembus perut gedung.

Hal itulah yang membuat Stasiun Liziba amat dimintai wisatawan yang berduyun-duyun datang. Namun, mereka datang bukan untuk naik kereta, melainkan untuk menyaksikan pemandangan kereta yang berlalu lalang ke stasiun layang tersebut.

Begitu tiba di depan stasiun, mereka senantiasa menyiagakan kamera ponselnya supaya dapat segera merekam fenomena "kereta masuk gedung" yang seakan kereta tersebut Hendak menabrak apartemen di depannya. Fenomena ini cukup banyak diburu para wisatawan dari mancanegara.

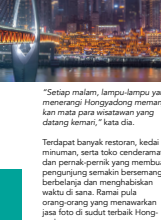
Bangunan tersebut memang sejak dibangun sudah direncanakan memiliki stasiun kereta api di antaranya, dan teknologi konstruksi yang digunakan berhasil meredam suara bising serta getaran dari lalu lintas kereta di stasiun bagi apartemen di atasnya.

Di malam hari, Kota Chongqing jadi semakin semarak. Gedung-gedung menjulang tinggi yang berderetan di tepi sungai memancarkan lampu-lampu berwarna



cerah yang memanjakan mata. Kawasan itu dikenal sebagai Gua Hongya atau Hongyadong, yakni kompleks landmark gedung yang menjulang di sisi sebuah bukit yang menghadap Sungai Jialing, sebuah anak Sungai Yangtze, di tengah kota Chongqing. Saat malam hari, lampu-lampu kuning bersinar di muka gedung setinggi 11 tingkat tersebut dan memantulkan cerahnya ke permukaan sungai.

Menurut seorang pemandu wisata setempat bernama Alan, Hongyadong merupakan replika bangunan tradisional setempat yang sudah ada sejak dahulu.



"Setiap malam, lampu-lampu yang menerangi Hongyadong memanjakan mata para wisatawan yang datang kemari," kata dia.

Terdapat banyak restoran, kedai minuman, serta toko cenderamata dan pernak-pernik yang membuat pengunjung semakin betsemangat berbelanja dan menghabiskan waktu di sana. Ramai pula orang-orang yang menawarkan jasa foto di sudut terbaik Hongyadong.

Ribuan wisatawan tak berhenti datang ke Hongyadong demi mendapat pengalaman dan mengabadikan kecantikannya di malam hari. Apalagi, lampu-lampu di Hongyadong hanya dinyalakan dari pukul 8 hingga 11 malam waktu setempat.

Masih satu wilayah dengan Hongyadong, area lain yang menjadi andalan bagi masyarakat Chongqing menghabiskan malam adalah kawasan Jiefangbei, pusat bisnis dan perniagaan kota.

Kawasan tersebut terpusat pada Tugu Pembebasan Rakyat yang menjulang setinggi 27,5 meter dan didirikan untuk memperingati kemenangan China dalam Perang Dunia II melawan Jepang. Namun, tugu tersebut kini dikungkung oleh gedung-gedung yang menjulang tinggi di sekelilingnya.

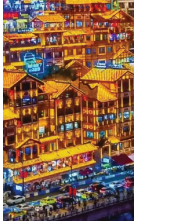
Jiefangbei merupakan area khusus pejalan kaki, sehingga wisatawan bisa dengan bebas berkelana dan menjelajahi ratusan pusat perbelanjaan dan restoran yang berderet di sekeliling Tugu Pembebasan Rakyat.

Begitu malam, gedung-gedung di kawasan Jiefangbei jadi berkelap-kelip dengan beragam warna, corak, maupun tulisan yang dihasilkan layar LED raksasa. Terangnya gedung-gedung tersebut, selain menerangi para pejalan kaki di kawasan itu, juga terlihat bahkan dari seberang Sungai Jialing.

Menurut Alan, waktu terbaik untuk berkunjung ke Chongqing adalah pada tengah musim gugur dan musim semi, atau sekitar bulan April—Mei atau September— awal November.Pemandu wisata itu mengatakan, tak sedikit turis dari Indonesia datang ke Chongqing.

Chongqing telah tumbuh menjadi sebuah metropolis modern yang maju di tengah-tengah negeri China. Pesonanya yang menarik para wisatawan berasal dari bagaimana Chongqing menjadi kota modern yang berkembang secara harmonis dengan alam yang menantang.

Karena itu pula, Chongqing menjadi salah satu bukti kecemerlangan rekayasa China serta menegaskan betapa hebatnya manusia dalam menaklukkan rupa bumi demi memajukan kebutuhan dan kepentingannya.





LABUAN BAJO BUKAN CUMA PUNYA KOMODO



Beberapa tahun belakangan, Labuan Bajo menjadi destinasi wisata yang populer selain Bali. Ibu kota Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara ini merupakan gerbang utama menuju Taman Nasional Komodo, salah satu Situs Warisan Dunia UNESCO.

Labuan Bajo juga terkenal akan Pulau Padar dan Pink Beachnya. Namun tahukah Anda, kawasan yang berada di ujung barat Pulau Flores ini menyimpan hidden gem yang belum banyak diketahui orang banyak, salah satunya adalah Gua Rangko.







Dikutip dari Tempo.co, Gua Rangko tepatnya berada di Desa Rangko Kecamatan Boleng, Kabupaten Manggarai Barat yang berjarak sekitar 15 kilometer dari kota Labuan Bajo. Hal paling unik dari Gua Rangko adalah keberadaan sebuah kolam air asin sedalam 7 meter dengan air yang jernih dan segar. Destinasi wisata alam itu cukup unik karena tak jauh dari bibir pantai. Sebuah perpaduan spot wisata yang jarang sekali ditemukan di berbagai belahan dunia.

Menuju tempat ini pengunjung harus menyewa kapal-kapal nelayan yang banyak berlabuh di sekitar area dermaga Desa Rangko. Biaya sewa perahu sekitar Rp 200 ribu. Satu perahu bisa diisi hingga 5 orang. Perjalanan ini memakan waktu kurang lebih 45 menit.

Sesampainya di dermaga terdekat, wisatawan harus siap berenang ikia air surut karena pantai yang dangkal membuat kapal tidak bisa terlalu merapat ke dermaga yang ada.

Bukan hidden gem jika dapat dicapai dengan mudah. Sampai di dermaga, pengunjung masih harus trekking selama 20 menit menyusuri pepohonan rindang yang tumbuh sepanjang jalur setapak tanah berbatu. Terkadang bebatuan di sini diselimuti lumut sehingga pengunjung harus ekstra hati-hati.

Namun semua perjuangan itu akan terbayarkan ketika pengunjung sampai di mulut gua. Endapan batu kapur berbentuk stalagmit dan stalagtit yang tampak indah segera menyambut dan memanjakan mata.

Pengunjung bisa memanfaatkan kolam itu untuk berenang atau berendam sambil menikmati udara dalam gua yang segar dan sejuk.

Saat pantulan cahaya matahari masuk, pemandangan air kolam berwarna biru terang akan terlihat sangat bersih dan jernih. Kondisi dalam gua yang sebelumnya sedikit gelap akan berubah menjadi terang karena dinding-dinding dalam gua akan memantulkan cahaya sinar matahari. Waktu terbaik untuk mendapatkan momen ini pada pukul 13.30 hingga 15.00 WITA.

Biaya tarif masuk menuju mulut Gua Rangko bagi pengunjung lokal sebesar 10 ribu sementara bagi wisatawan nusantara sebesar Rp 20 ribu dan wisatawan mancanegara sebesar Rp 50 ribu.

Saat ini belum banyak wisatawan yang menyambangi Gua Rangko sehingga siapapun yang berwisata di tempat ini bisa menikmati berenang layaknya di kolam renang pribadi.

Sepulang dari Gua Rangko, jangan lupa mampir ke Desa Rangko yang sudah menjadi desa wisata. Di sana, pengunjung bisa membawa pulang Ikan Cara sebagai oleh-oleh. Sejenis ikan asin itu merupakan yang terbaik dari semua desa pesisir di wilayah Kabupaten Manggarai Barat.



SOLUSI MODAL INSTAN UNTUK PEBISNIS PROPERTI & KONSTRUKSI



Pertumbuhan penduduk Indonesia yang terus meningkat jadi salah satu alasan mengapa industri properti dan konstruksi tidak akan pernah mati. Permintaan akan properti, baik berupa hunian tapak, apartemen, hotel, dan properti penunjang lainnya seperti ruko, sekolah, gedung perkantoran, dan lain sebagainya, terus meningkat.

Selain itu, tren desain properti yang terus berubah membuka peluang baru untuk siapapun yang ingin menjajaki bisnis yang satu ini. Dengan potensi keuntungan yang menjanjikan, tak heran banyak orang memilih berkecimpung di dalam bisnis ini.

Di balik potensi keuntungan yang menjanjikan, bisnis konstruksi memiliki sejumlah tantangan, salah satunya adalah modal yang tidak sedikit. Terlebih Jika Anda mengelola proyek yang cukup besar, modal yang Anda butuhkan mencapai ratusan juta bahkan

milyaran rupiah.

Menjawab kebutuhan tersebut, Bank WM menawarkan solusi pembiayaan berupa Kredit Musiman untuk mendukung para pebisnis jasa konstruksi dan properti. Fasilitas ini menyediakan plafon mulai dari Rp 30 juta hingga Rp 500 juta, dengan dua keunggulan utama:

- Tidak ada angsuran pokok bulanan

Berbeda dengan kredit konvensional yang mengharuskan nasabah membayar pokok pinjaman plus bunga setiap bulan, pada Kredit Musiman nasabah cukup membayar bunga pinjaman saja secara bulanan. Pokok pinjaman baru dibayarkan saat jatuh tempo, atau ketika nasabah sudah menerima pembayaran penuh dari customernya.

- Jangka kredit bervariasi

Jangka kredit yang ditawarkan Bank WM mulai dari 3 bulan hingga 12 bulan. Menariknya, apabila peminjam melunasi pinjaman sebelum jatuh tempo, nasabah tidak akan dikenai penalti sebagaimana jenis kredit lainnya.

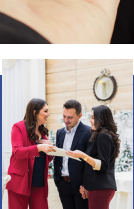
Dengan berbagai kemudahan ini, Kredit Musiman dapat menjadi solusi pembiayaan jangka pendek yang ideal bagi para pengusaha konstruksi dan properti.

MS Tulus, Kepala Seksi Pengembangan Bisnis Bank WM, menjelaskan bahwa fasilitas ini sebenarnya terbuka bagi pelaku UKM dari berbagai sektor.



"Pelaku UKM di bidang apapun bisa mengajukan untuk mendapatkan fasilitas pembiayaan ini, syaratnya bisnis sudah berjalan minimal setahun dan membawa dokumen pendukung di antaranya KTP suami istri, KK, surat nikah, bukti usaha, dan sertifikat benda tidak bergerak yang akan dijadikan agunan,"

- MS Tulus



halowm

MS Tulus

Kepala Seksi Pengembangan Bisnis (BizDev) Bank WM



Sutarno - Kendal

Halo WM, salam dari nasabah setiamu di Kaliwungu, Kendal. Saya ingin ikut tabungan berhadiah lagi yang diadakan WM. Yang terdekat ada program apa yang kiranya menguntungkan untuk diikuti?

Salam sehat selalu untuk semua karyawan WM.

Ria Juwita - Semarang

Halo WM. Mohon infonya, saya punya tabungan di WM. Biasanya saya transaksi melalui teller tapi akhir-akhir ini saya tidak punya waktu untuk datang ke kantor WM. Teman saya menyarankan pakai Klik WM. Itu bagaimana ya tolong penjelasannya.

Terima kasih,

Halo Bapak Sutarno,

Terima kasih atas kepercayaan Bapak kepada Bank WM. Kabar gembira! Kami meluncurkan program tabungan berhadiah terbaru yaitu TAMASHA BRIO 4 mulai Januari 2025. Program ini sangat cocok untuk Bapak karena menawarkan hadiah-hadiah menarik seperti mobil Honda Brio dan motor Honda Vario 125, plus hadiah bulanan yang bisa Bapak menangkan. Dengan setoran Rp300.000 per bulan, Bapak bisa ikut program ini sekaligus membiasakan diri menabung rutin.

Silakan kunjungi kantor Bank WM terdekat atau hubungi petugas kami untuk informasi lebih lanjut. Kami tunggu kehadiran Bapak untuk bergabung dalam program tabungan berhadiah terbaru ini!

Salam hangat, Bank WM

Halo Ibu Ria Juwita,

Terima kasih atas pertanyaannya. Saran dari teman Ibu sangat tepat. Klik WM adalah layanan digital banking yang memungkinkan Ibu melakukan berbagai transaksi perbankan kapan saja dan di mana saja melalui smartphone. Ibu bisa cek saldo, transfer (baik ke sesama WM maupun bank lain), lihat e-statement, dan cek nomor VA dengan mudah.

Saat ini sedang ada promo bebas biaya transfer ke bank mana pun hingga 10 kali per bulan. Untuk registrasi, Ibu bisa langsung akses klikwm.com atau kunjungi kantor Bank WM terdekat.

BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR

Anda punya pertanyaan seputar layanan dan produk Bank WM? Kirimkan pertanyaan Anda melalui SMS atau WA ke 0811 276 0066 atau email ke bizdev.bprwm@gmail.com dengan subjek "Halo WM".

Kami Siap Melayani Anda

KANTOR PUSAT

Jl. Majapahit, Ruko Gayamsari No. 17-20 Semarang

SEMARANG		
Pecinan	Jl. Gang Besen No. 28	08112760042
Banyumanik	Jl. Jati Raya No. D35	08112760043
Siliwangi	Ruko Siliwangi Plasa Blok A1 Jl. Jend. Sudirman 187 Semarang	08112760044
Ngaliyan	Ruko Villa Ngaliyan Permai A10 Jl. Prof. Dr. Hamka Ngaliyan	08112760045
KENDAL		
Kendal	Jl. Raya Soekarno-Hatta No. 209	08112760090
Sukorejo	Jl. Pasar Sukorejo No. 5 B	08112760091
Boja	Jl. Pemuda No. 188 Boja	08112760092
Kaliwungu	Jl. Raya Timur No. 10	08112760093
Weleri	Jl. Utama Timur No. 7	08112760100
BATANG		
Batang	Jl. Jend Sudirman, Ruko Mutiara No. 9	08112808757
KUDUS		
Sudirman	Jl. Jend. Sudirman 37 A	08112760170
Kaliwungu	Jl. Raya Kudus - Jepara KM 5	08112760180
PATI		
Pati	Jl.Raya Pemuda No 243A-243B	08112761599
SURAKARTA		
Arifin	Jl. Arifin Ruko Sudirman No. 6	08112760200
Laweyan	Jl. Dr. Radjiman No. 663	08112760204
SUKOHARJO		
Sukoharjo	Jl. Slamet Riyadi No. 43 D	08112760203
KLATEN		
Klaten	Jl. KS Tubun No. 4C	08112760350
SRAGEN		
Sragen	Jl. Sukowati No. 386C	08112890430
TEGAL		
Tegal	Jl. Yos Sudarso Ruko Nirmala Estate No 1-2	08112760360



OJK
LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN
BPR WM berizin dan diawasi oleh OJK serta merupakan peserta penjaminan LPS.

halo WM 1500 157
tarif pulsa lokal

0855 1500 157
chat only

BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR

TAMASHA BRIO 4

BANK WM
PT BPR WELERI MAKMUR

Save Money, Get Lucky!

DIUNDI SETIAP TANGGAL **15**



Periode	Hadiah Tarikan dan Hadiah Tambahan Per Bulan	Hadiah Hiburan Per Bulan
Bulan 1 s/d 12	Rp 1.000.000,-	Total Rp 1.000.000,-
Bulan 13 s/d 24	Rp 1.500.000,-	Total Rp 1.500.000,-
Bulan 25 s/d 35	Rp 2.000.000,-	Total Rp 2.000.000,-
Akhir Periode 36	**1 Unit Mobil Brio** **2 Unit SPM Vario 125**	**Banyak Hadiah** **Total Puluhan Juta Rupiah**

Dapatkan 1 pc Termos untuk 1999 Rekening Pertama

OJK OTORITAS JASA KEUNGAN
LPS LEMBAGA PENJAMIN SIMPANAN

BPR WM berizin dan diawasi oleh OJK
serta merupakan peserta penjaminan LPS.

halo WM **1500 157** tarif pulsa lokal

0855 1500 157 chat only