



Indonesia

INTERNATIONAL MEDIA,

ITS dan Pemkot Surabaya Bersinergi Dirikan Perusahaan Air Minum



Rektor Prof Ashari (kiri), Wali Kota Eri Cahyadi dan istri menunjukkan contoh produk AMDK HE2O.



Rektor Prof Ashari dan Wali Kota Eri Cahyadi menyimak penjelasan proses produksi AMDK HE2O.

SURABAYA (IM) - Guna mendukung kegiatan riset berbasis industri, ITS (Institut Teknologi Sepuluh Nopember) bersama Pemerintah Kota Surabaya, mendirikan perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) bermerek HE2O (baca: Hero).

Soft launching pabrik AMDK yang berlokasi di Rumah Pompa PDAM Putat Gede 3 Surabaya dan merupakan Teaching Factory ini, dihadiri Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi dan Rektor ITS Prof Dr Ir Mochamad Ashari MEng IPU AEng, Senin (28/8).

Dalam sambutannya, Prof Ashari menjelaskan kerja sama ini merupakan salah satu bentuk ekosistem triple helix, antara perguruan tinggi, industri, dan pemerintah daerah.

"Jadi, perusahaan milik ITS yakni PT ITS Tekno Sains, dengan

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Surabaya, membentuk anak perusahaan yang bernama PT ITS Surabaya Hebat, dengan skema teaching factory," ujarnya.

"Di mana perusahaan ini, didirikan menggunakan teknologi-teknologi hasil riset ITS. Di sisi lain, perusahaan ini juga membuka kesempatan luas bagi mahasiswa untuk belajar di sana. Jadi, selain dapat mengimplementasi teknologi ke dalam industri, ITS juga memfasilitasi mahasiswanya untuk belajar langsung di dalamnya," tambahnya.

Dia menambahkan, dalam proses produksi HE2O yang menggunakan sumber mata air dari Umbulan. ITS menerapkan teknologi nano, yang mampu menyingkirkan mikroplastik dalam air.

"Seluruh proses produksi juga menggunakan teknologi digital



Wali Kota Eri Cahyadi dan Rektor Prof Ashari menandatangani prasasti Teaching Factory AMDK HE2O.

untuk monitoring, yang terhubung dengan Internet of Things (IoT). Guna mengurangi penggunaan plastik, HE2O juga dilengkapi dengan alat isi ulang untuk ukuran

botol minum dan galon. Sehingga lebih ramah lingkungan," tandasnya memastikan.

Sementara itu, Wali Kota Surabaya Eri Cahyadi menyatakan

bahwa kerja sama ini hadir untuk menyediakan air minum yang sehat bagi masyarakat Surabaya.

"Karena itu, kami memilih ITS sebagai mitra dalam sinergi ini. Di sisi lain, kami juga ingin agar karya anak bangsa, khususnya arek Suroboyo, dapat bersaing di dunia industri. Hal ini agar industri kita tidak dijajah oleh teknologi dari negara lain," ungkapnya.

Eri menambahkan, skema distribusi HE2O rencananya akan dilakukan oleh usaha mikro kecil dan menengah (UMKM), khususnya masyarakat miskin dan pra-miskin di Surabaya. Agar dapat membantu mengurangi angka kemiskinan.

Guna memperluas distribusi, air kemasan ini rencananya juga akan didistribusikan ke kantor-kantor pemerintah daerah, berbagai bank, hingga bisnis-bisnis ritel. "Tentunya dengan harga yang

lebih rendah dari air kemasan yang ada di pasaran saat ini," tegasnya.

Dia juga menyampaikan harapan, agar HE2O mampu memberikan manfaat yang luas kepada masyarakat. Khususnya dari segi kesehatan hingga ekonomi.

"Mengingat produk air kemasan ini diproduksi di Surabaya. Jadi masyarakat memiliki kesempatan yang besar untuk terlibat dalam industri ini. Karena apapun yang ada di Surabaya harus dapat bermanfaat untuk masyarakat Surabaya," pungkasnya.

Usai prosesi pemotongan pita sebagai simbol peresmian pabrik AMDK tersebut, Rektor ITS bersama Wali Kota Surabaya dan beberapa tamu VIP langsung meninjau proses produksi di dalam pabrik. Bahkan keduanya juga sempat merasakan air kemasan produksi pabrik HE2O ini. • anto tze

Vihara Nan Hai Kuan Yin Gelar Sembahyang "Cioko/ Ulambana"



Ketua Yayasan Sutedjo Budiman saat prosesi sembahyang.



Para Bhiksu saat memimpin ritual.



Pembina Yayasan Suhardjo Witarso, saat prosesi sembahyang.

JAKARTA (IM) - Vihara Avalokitesvara (Nan Hai Kuan Yin) di Jalan Daan Mogot II No.2, Jakarta Barat, Minggu (27/8), menggelar Sembahyang "Cioko / Ulambana".

Sembahyang Cioko/Ulambana di vihara yang berada di bawah naungan Yayasan Santoso tersebut diikuti puluhan umat dan dipandu

oleh Bhiksu Shi Zhen Ho dari Vihara Shi Zhi Yuan Kota Pu Tien, Provinsi Fu Jian, Tiongkok. (9 orang dan 2 orang pemusik).

Prosesi dimulai sejak pukul 08.00 WIB, diawali dengan doa pembukaan mengundang Sang Buddha dan Para Dewa dalam acara pemberkatan umat dan pelimpahan jasa.

Sedangkan acara puncak dimulai pukul 18.00 WIB yakni upacara Yen Kou dengan tujuan mengurangi dan memperingankan karma para arwah dengan cara pelimpahan jasa arwah menuju Nirwana.

Dalam prosesi akhir pada pukul 20.00 WIB, mengantar para arwah disimbolkan dengan membakar

perahu dan berbagai simbol lainnya.

Hadir dalam prosesi Sembahyang "Cioko / Ulambana", Ketua Yayasan Santoso Sutedjo Budiman, Pembina Suhardjo Witarso, A Gi, Batara Inderajayanata, Hadi, Yanto, para pengurus Vihara dan jajaran pengurus lainnya.

Menurut Ketua Yayasan Santoso Sutedjo Budiman, ritual Cioko/ulam-

bana merupakan tradisi pelimpahan jasa, dimana arwah leluhur diundang dan didoakan agar diberi kemudahan menuju Nirwana.

Acara ini juga akan dilakukan pada Senin (28/8) hingga Rabu (30/8) di Vihara Dharma Sakti, Petak Sembilan, Jakarta Barat.

Suhardjo Witarso menambahkan ritual doa juga ditujukan kepa-

da seluruh staf, karyawan, Dewan Pengurus, Pembina Yayasan serta para Dermawan serta umat teras dalam keadaan sehat, berlimpah rejeki, usaha lancar, terhindar dari bencana. Sementara untuk Sekolah Dharma Bangsa yang berada dalam satu gedung terus berkembang dan mencetak murid berprestasi. • bam



Ketua Yayasan Sutedjo Budiman, Pembina Yayasan Suhardjo Witarso, A Gi, Bataradaja Inderajayanata, jajaran pengurus lain dan para bhiksu berfoto bersama.



Suasana berlangsungnya pembacaan doa.



Prosesi pembakaran replika kapal.



Umat mengikuti doa untuk keberkahan sekolah.

Pentingnya Kolaborasi untuk Marketing di Era Serba Digital



Para pembicara forum diskusi bertajuk "You Are Not Alone, Great Things Are Done Together."

JAKARTA (IM) - Kolaborasi antara dua bisnis yang tidak berbeda jauh maupun memiliki ciri khas kontras merupakan peluang emas untuk meningkatkan brand awareness.

Misalnya, kampanye kolaborasi antara industri fast food dan hiburan serta dua penyedia layanan transportasi bisa menjangkau segmen pasar yang saling beririsan.

Menyadari urgensi serta manfaat dari strategi tersebut, Marketing Enthusiast Community (MEC) bekerja sama dengan BINUS Business School mengadakan forum diskusi bertajuk "You Are Not Alone, Great Things Are Done Together.", di BINUS International FX Sudirman Campus F6, Jakarta, Sabtu (26/8).

Narasumber yang hadir meliputi Paulus Immanuel, (Head of Innovation PT. Kapal Api Global), Nanang Siswanto (Marketing Director PT. Agronesia Raya), Yesaya Christian (Brand Manager PT. Nutrifood Indonesia) dan Stella Darmadi (Head of Marketing GoRide, GOJEK Indonesia).

Forum ini membahas secara mendalam mengenai hubungan kolaborasi dalam bisnis, terutama di era digital yang dinamis. Peran Kolaborasi untuk Strategi Branding Ajang kolaborasi membawa banyak manfaat bagi sebuah brand, terutama dari segi awareness konsumen, efisiensi biaya pemasaran, dan tentunya keuntungan dari hasil penjualan. Bahkan, hal ini tak hanya berlaku bagi dua bisnis yang berkecimpung dalam satu industri. Contohnya, ada kolaborasi



Para peserta forum diskusi berfoto bersama.

antara McDonald's dan grup musik asal Korea Selatan, New Jeans yang menghadirkan menu serta kemasannya spesial favorit generasi muda.

Hal ini tak berbeda terlalu jauh dari kolaborasi Oreo dan Blackpink yang sempat booming sebelumnya.

Selain itu, dalam konteks lokal, kolaborasi antara Gojek dan KAI Commuter dalam bentuk fitur pembelian tiket KRL Commuterline dan informasi jadwal serta rute KRL di aplikasi Gojek.

Meski tak melibatkan figur publik terkenal seperti dua kolaborasi yang sudah disebutkan, kolaborasi Gojek dan KAI Commuter tetap disukai banyak orang karena menawarkan kemudahan bagi perjalanan.

Mengenai kolaborasi tersebut, Stella Darmadi selaku perwakilan dari Gojek Indonesia yang meng-

hadiri acara MEC dan BINUS Business School berpendapat, "Apapun brand-nya, ajang kerja sama bisa membuka pintu yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Bahkan, bisa saja pintu itu membuat bisnis kita makin dikenal banyak orang dan makin untung."

Visi Misi MEC dan BINUS Business School

Dengan anggapan bahwa topik tentang kolaborasi bisnis populer bisa menjadi perbincangan menarik, MEC pun berkolaborasi dengan BINUS Business School dengan dalam-tajuk forum diskusi "You Are Not Alone, Great Things Are Done Together".

Sejalan dengan spirit yang ingin diangkat dalam judul tersebut, kedua lembaga ini ingin menekankan bahwa ajang kerjasama antara dua bisnis yang sama

maupun berbeda dapat membawa peluang menarik.

Tak hanya sepemahaman soal pentingnya kolaborasi bagi bisnis, hubungan partnership MEC dan BINUS Business School untuk acara diskusi tersebut juga berlandaskan kesamaan visi dan misi keduanya.

MEC ingin menjadi komunitas terdepan untuk para marketer di tanah air yang tercerminkan dalam kampanye #FeelTheExperience.

Kampanye ini bertujuan untuk mengajak para pemasar untuk merasakan secara langsung pengalaman yang ditawarkan melalui program dan acara MEC. Tujuan utama kampanye ini adalah membuka wawasan baru, peluang kolaborasi, serta pengalaman berkesan melalui keterlibatan dalam MEC.

Pendekatan ini diwujudkan melalui komitmen kuat untuk me-

layani para pelanggan, pemangku kepentingan, dan komunitas dengan semangat kepemimpinan. Hal ini jugalah yang menjadi tujuan utama BINUS Business School untuk mencetak calon business leader dengan kurikulum pendidikan dan dukungan profesional terbaik.

Tidak sampai di sana saja, Aldridge Christian Seubelan yang merupakan perwakilan dari BINUS Business School turut menambahkan, "Kesempatan belajar itu bisa berasal dari manasaja, termasuk hubungan kerja sama dua bisnis. Jadi, kami mengadakan event ini supaya para peserta dapat membedakan strategi dan manfaat dari brand collaboration untuk bekal ke depannya."

Harapan untuk Perekonomian Tanah Air Melalui forum diskusi "You Are Not Alone, Great Things Are Done Together", baik MEC maupun BINUS Business

School berharap agar acara ini dapat menjadi ajang pembelajaran pertamasebelum terjun ke dunia brand collaboration.

Sebab, melalui forum ini, para peserta akan berkesempatan memperoleh wawasan baru dari para key figure industri yang hadir sebagai pembicara, sekaligus menjalin koneksi dengan sesama partisipan acara. "Dengan ilmu yang mereka dapatkan dari forum diskusi bersama kami, harapannya semakin banyak bisnis lokal yang bisa saling berkolaborasi.

Atau, bahkan kalau bisa sampai berhasil menggandeng bisnis besar dari negara lain.

Pada akhirnya, ini akan sama-sama menguntungkan ekonomi lokal dan global," tutur Glenn Karela Purwanto, CPM (Asia) selaku founder dari Enthusiast Community dalam ajang kolaborasi kali ini di akhir pembicaraan.

Tren kolaborasi antara dua bisnis—baik lintas industri maupun tidak—sudah menarik perhatian banyak orang belakangan ini.

Sebab, hal tersebut membuat masyarakat awam lebih mengenal sebuah brand, dan untuk pelaku bisnis, hubungan kerja sama ini berpotensi mencetak lebih banyak keuntungan.

Dalam rangka membangun kesadaran tentang peluang emas tersebut, MEC dan BINUS Business School mengundang para calon pebisnis dan pengusaha berpengalaman untuk menghadiri forum diskusi yang mengupas tuntas berbagai strategi dan keuntungan dari kolaborasi—kolaborasi bisnis populer. • kris

Dukung Kesehatan Anak Indonesia, Guardian Bagikan Sabun Mandi untuk Anak-anak dan Keluarga Pra Sejahtera

JAKARTA (IM) - Guardian, ritel modern kesehatan dan kecantikan terkemuka di Indonesia bagian dari PT Hero Supermarket Tbk (HERO Group) berkomitmen untuk memfasilitasi masyarakat mendapatkan akses kesehatan yang terjangkau melalui produk-produk berkualitas.

Sebagai wujud komitmen tersebut, Guardian memiliki kampanye berkelanjutan "Guardiancares" yang fokus pada kebersihan dan kesehatan anak-anak.

Program Guardiancares merupakan salah satu wujud nyata kepedulian dan komitmen Guardian untuk meningkatkan akses serta kualitas pelayanan kesehatan bagi masyarakat, khususnya anak-anak dari keluarga pra-sejahtera.

Dalam program Guardiancares tahun ini, Guardian menyalurkan 24.000 produk own brand sabun mandi ukuran 1 liter kepada anak-anak dan kelu-

arga pra-sejahtera area Bekasi dan Jakarta, serta memberikan edukasi mengenai pentingnya pemahaman personal hygiene sejak dini.

Dalam pendistribusiannya, Guardian berkolaborasi dengan Yayasan Waroeng Imaji sebagai organisasi nirlaba yang memberdayakan anak rusun, dan beberapa instansi sekolah dasar.

"Guardian meyakini kesehatan merupakan hal mendasar yang harus dipenuhi untuk perkembangan anak yang optimal. Guardian memiliki kampanye berkelanjutan, Guardiancares, sebagai bentuk dukungan terhadap kesehatan dan kesejahteraan anak-anak Indonesia. Dalam implementasi program Guardiancares tahun ini, kami mengedukasi anak-anak



Penyerahan donasi 10.000 botol sabun Guardian.

berserta orang tua terkait pentingnya personal hygiene dengan mendonasikan sabun mandi Guardian ke keluarga pra-sejahtera yang tinggal di rusun di bawah naungan Yayasan Waroeng Imaji," terang Head of Marketing Guardian

Indonesia Malvin Tarigan, dalam siaran pers tertulis, Rabu (30/8).

Sejak diluncurkan dan hingga saat ini, program Guardiancares telah menjangkau ribuan anak di wilayah Jakarta dan Bandung. Guardian berkontribusi mening-

katkan kesadaran mengenai pentingnya menjaga kesehatan dan kebersihan diri sejak usia dini melalui perilaku hidup bersih dan sehat baik di lingkungan rumah maupun sekolah.

Guardian secara berkelanjutan berkomitmen untuk memberikan dampak positif dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat Indonesia, khususnya anak-anak dari keluarga pra-sejahtera seiring dengan pertumbuhan bisnis Guardian di Indonesia.

"Ini merupakan kali pertama Yayasan Waroeng Imaji berkolaborasi dengan Guardian dan kami senang dapat menjadi bagian dari program Guardiancares. Yayasan Waroeng Imaji akan membantu menyalurkan 10.000 sabun mandi Guardian

untuk anak dan keluarga rusun yang membutuhkan sehingga manfaatnya dapat dirasakan bersama. Kami sangat mengapresiasi upaya Guardian dalam meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan anak-anak Indonesia," ujar Dovieke Angsana, Co-Founder, Managing Director & Head of Production Yayasan Waroeng Imaji.

Dalam rangkaian program Guardiancares, Guardian tidak hanya melakukan pendistribusian puluhan ribu sabun mandi, namun juga menggelar beragam kegiatan interaktif berkolaborasi bersama beberapa sekolah dasar di daerah Jakarta dan sekitarnya.

Sejalan dengan komitmen Guardian untuk menyampaikan edukasi tentang pentingnya menjaga personal hygiene sejak dini, Guardian juga kembali menghadirkan kegiatan 'A Day in Guardian' di 5 sekolah dasar bersama relawan karyawan Guardian. • kris

EIKON Technology Terima Penghargaan Google Cloud Expansion Partner of the Year 2023

SURABAYA (IM) - EIKON Technology menerima Penghargaan Google Cloud Expansion Partner of the Year 2023 untuk Google Workspace di Asia Pasifik. Ini merupakan penghargaan tertinggi bagi mitra Google Cloud,

yang diperuntukkan bagi mitra dengan penjualan produk Google Cloud terbanyak dan membangun hubungan pelanggan terkuat.

"Penghargaan Google Cloud partner merupakan pengakuan atas dampak signifikan dan keberhasilan pelanggan yang dilakukan oleh mitra kami selama setahun terakhir," ujar Kevin Ichhpurani, Corporate Vice President, Global Ecosystem and Channels di Google Cloud.

"Kami sangat senang mengumumkan EIKON Techno-

logy sebagai pemenang penghargaan Google Cloud Partner 2023, dan mengharapkan kemitraan kuat yang berkelanjutan dalam mendukung pelanggan bersama kami," imbuhnya.

Didirikan pada tahun 2007, EIKON Technology sejak saat itu berfokus pada Bisnis Teknologi Cloud. Pada tahun 2010 EIKON Technology menjadi Google Partner pertama di Indonesia dan kini menjadi Google Workspace Partner terbesar di Indonesia.

Sertifikasi Resmi dari Google Cloud

Sebagai Google Cloud Premier Partner, EIKON Technology sebagai mitra Google Cloud memiliki sertifikasi Spesialisasi Transformasi



Kerja - Perusahaan (Asia Pasifik). Spesialisasi adalah gelar teknis tertinggi yang bisa diperoleh mitra dan hanya diberikan kepada mitra yang dinilai memiliki praktik layanan Google Cloud yang mapan,

kemampuan teknis yang telah terbukti, dengan tingkat keberhasilan yang konsisten dalam menyelesaikan permintaan pelanggan, dimana proses penilaiannya dilakukan oleh tim penilai pihak

ketiga dan diverifikasi langsung oleh Google Cloud.

Selain itu, EIKON Technology juga memiliki gelar teknis Keahlian, yang menunjukkan kemahiran serta dianggap mampu menunjukkan keberhasilan dalam memenuhi permintaan pelanggan melalui kombinasi pengalaman industri, solusi, dan implementasi produk. EIKON Technology memiliki Keahlian dalam Industri antara lain Layanan Bisnis & Profesional, Layanan Kesehatan dan Ilmu Pengetahuan, Barang Industri & Manufaktur, Media & Hiburan, dan Ritel & Grosir, dan juga keahlian mengenai Produk atau teknologi Google Cloud (Google Cloud Compute), dan Solusi (Migrasi Virtual Machine dan Transformasi Kerja).

"Sejak menjadi Partner Premier Google Cloud, tim kami telah membantu lebih dari 300.000+ pengguna bermigrasi ke Google Workspace sebagai alat bantu kerja utama dalam peningkatan produktivitas dan kolaborasi, serta menjadi ahli dalam menggunakan layanan komputasi cloud untuk menunjang kegiatan operasional dan berbasis mereka," ujar Johannes Candra, CEO EIKON Technology, dalam siaran pers tertulis, Rabu (30/8).

Beberapa industri yang menjadi klien EIKON Technology antara lain Startup, eCommerce, Traveling dan Akomodasi Platform, Jaringan Ritel, Manufaktur, FMCG, Bank Digital, Lembaga Ketenagakerjaan Nasional, serta masih banyak lagi. • kris