



Citi Foundation



Citi Indonesia dan UNESCO Mengadakan *Boot Camp Wirausaha Muda 2019* bagi 200 Anak Muda di Yogyakarta dan Jawa Tengah

Yogyakarta, 30 – 31 Januari 2019 -- UNESCO Office, Jakarta bersama dengan **Citi Indonesia (Citibank)** memberikan pendampingan kepada wirausaha muda melalui program *Creative Youth at Indonesian Heritage Sites*. Program yang didanai oleh Citi Foundation ini mendukung 400 wirausaha muda untuk mendapatkan manfaat dari situs-situs warisan budaya dan destinasi wisata di Indonesia, terutama kawasan Danau Toba, Yogyakarta, Jawa Tengah, dan Kota Tua Jakarta. Diharapkan program ini dapat berkontribusi pada upaya pelestarian dan pengenalan nilai-nilai situs tersebut.

Salah satu langkah awal dari program pendampingan adalah penyelenggaraan rangkaian lima *boot camp* untuk 200 anak muda dari Yogyakarta, Klaten, Sleman, dan Magelang, termasuk di antaranya para anak muda dari kawasan Candi Borobudur dan Candi Prambanan. Tercatat sembilan sektor industri kreatif tergabung dalam *boot camp* ini, mulai dari tata busana, kerajinan tangan, tata boga, pariwisata, audio-visual, seni, desain interior, arsitektur, periklanan, hingga pengembangan *game*.

Director, Country Head of Corporate Affairs Citi Indonesia Elvera N. Makki mengatakan, “Melalui program ini, kami bertujuan untuk meningkatkan pendapatan para anak muda yang tinggal di situs-situs warisan budaya dan destinasi wisata prioritas di Indonesia, sehingga mereka pun dapat berkontribusi pada kondisi ekonomi setempat. Melalui rangkaian pelatihan kewirausahaan, para peserta akan mendapatkan pendampingan keterampilan yang memiliki daya saing, akses finansial, serta sumber daya lain yang dapat membantu mengarahkan mereka menuju sukses.”

Rangkaian kegiatan *boot camp* ini diadakan di Yogyakarta dan Kawasan Borobudur selama bulan Januari 2019 dengan menghadirkan para pakar dan praktisi di bidangnya masing-masing. Kurikulum yang ditawarkan termasuk pelatihan di bidang pengembangan usaha dan metodologi pengelolaan finansial, sesi pengenalan nilai-nilai budaya dan pentingnya melestarikan warisan budaya. Tidak hanya itu, sesi mengenai pemasaran melalui media sosial menggunakan teknik-teknik bercerita juga diberikan kepada peserta.

“Industri kreatif Indonesia sedang mengalami pertumbuhan pesat dan diharapkan dapat menjadi penggerak roda ekonomi baru. Oleh karenanya, wirausaha muda di sektor kreatif memiliki peluang untuk menciptakan perubahan dan mendorong pembangunan yang berkelanjutan, serta membawa nafas segar pada pelestarian warisan budaya Indonesia. UNESCO mengucapkan terima kasih kepada Citi Foundation yang telah memungkinkan program ini untuk dapat berjalan, dan kami berharap para anak



Citi Foundation



muda dapat memanfaatkan kesempatan ini dengan sebaik-baiknya,” ucap **Director and Representative of UNESCO Office, Jakarta Prof. Dr Shahbaz Khan.**

Setelah mengikuti program *boot camp*, para penerima manfaat akan mendapatkan online-mentoring pengembangan rencana strategi usaha selama tiga bulan ke depan. Proses mentoring dan pendampingan teknis akan disesuaikan dengan kebutuhan dari masing-masing sektor yang mengikuti program ini. Informasi terkini mengenai program dapat disaksikan dari akun sosial media @kitamudakreatif yang berfungsi juga menjadi sarana promosi untuk produk dan jasa dari para anak muda penerima manfaat.

Selanjutnya, UNESCO sedang dalam proses membangun kolaborasi dengan beberapa perguruan tinggi di Yogyakarta untuk mengembangkan kampanye “Branding Bahagia”. Kampanye ini akan berusaha untuk menjawab permasalahan mengenai identitas produk dan strategi pemasaran yang banyak dihadapi oleh para penerima manfaat. Kegiatan “Branding Bahagia” diharapkan dapat menawarkan jalinan kolaborasi yang lebih erat dan berkelanjutan antara para penerima manfaat dan kaum akademisi/mahasiswa di perguruan tinggi.

Citibank dan UNESCO sudah menjalankan program pendampingan wirausaha sejak tahun 2017, dengan berfokus pada wirausaha muda yang berlokasi di sekitar situs warisan budaya dan destinasi pariwisata. Fase pertama dari program ini telah memberikan dampak positif bagi 350 anak muda di provinsi Yogyakarta dan Jawa Tengah. Sementara di kawasan Danau Toba, pemetaan bagi 100 anak muda yang bergerak di bidang industri kreatif terutama yang berbasis budaya lokal, telah berhasil dilakukan di lima kabupaten sekitar kawasan Danau Toba.

Sebagai penutup, Elvera juga menyatakan, “Kami berkomitmen untuk mendukung program ini karena sejalan dengan Strategi Nasional Indonesia untuk Inklusi Keuangan, dan juga Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals*) dari PBB, terutama dalam mempromosikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan dan inklusif, pekerjaan layak dan produktif (gol no. 8) dan memperkuat sarana dalam pelaksanaan revitalisasi kemitraan global untuk pembangunan yang berkelanjutan (gol no. 17).”

Perayaan Keberhasilan Boot Camp Wirausaha Muda 2019

Acara syukuran keberhasilan pelaksanaan Boot Camp Wirausaha Muda 2019 (*Young Entrepreneurs Boot Camp 2019*) Yogyakarta dan Jawa Tengah berlangsung tadi malam (30/01) di Hotel Pandanaran Yogyakarta. Kegiatan ini dihadiri oleh Director, Country Head of Corporate Affairs Citi Indonesia Elvera N.



Citi Foundation



Makki; Kepala Unit Budaya UNESCO Indonesia, Moe Chiba; dan Kepala Balai Pelestarian Cagar Budaya Daerah Istimewa Yogyakarta, Dra. Ari Setyastuti, M.Si.

Selain digelar pameran produk hasil karya para peserta program, pada acara yang dimulai sekitar pukul 19:00 WIB ini, hadir pula sekitar 125 orang perwakilan para peserta Young Entrepreneurs Boot Camp 2019 di Yogyakarta dan Jawa Tengah, rekan-rekan media, serta tamu undangan dari Pemerintah Daerah Daerah Istimewa Yogyakarta dan Kabupaten Magelang.

Dheni Nugroho, peserta program asal Yogyakarta mengatakan, "Program *boot camp* ini membuka wawasan dan ide-ide baru para wirausahawan muda yang ada di daerah sekitar situs warisan budaya dan daerah tujuan wisata di Indonesia."

"Materi-materi pelatihan saat boot camp juga memberikan bekal pengetahuan teknis memperkuat keyakinan dan tekad untuk mengembangkan usaha yang sedang dirintis para wirausahawan muda ini." lanjut pemuda yang memiliki bisnis penyedia seragam kemeja batik khusus untuk para guru.

Setelah makan malam bersama dan jumpa pers, sebagai puncak acara syukuran Young Entrepreneurs Boot Camp 2019 Yogyakarta dan Jawa Tengah, acara dilanjutkan dengan pergelaran fashion show. Fashion show tersebut menampilkan hasil-hasil karya dan wirausaha para peserta bootcamp dari Yogyakarta, Prambanan, Klaten, dan Magelang. Antara lain batik, busana ready-to-wear, kain ikat tenun, busana ecoprint, dan helm bambu.

--Selesai--

For more information, please contact:

Ananta Wisesa
Head of External Communication
Citi Indonesia (Citibank N.A., Indonesia)
corporateaffairs.indonesia@citi.com

Ms. Moe Chiba
Head of Culture Unit
UNESCO Office, Jakarta
m.chiba@unesco.org

About Citibank Indonesia

Citibank, N.A., Indonesia is a branch of Citibank, N.A, New York, USA. Citibank, N.A., Indonesia has been in Indonesia since 1968 and is one of the country's largest foreign banks. Citibank operates 10 branches in six major cities in Indonesia - Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan and Denpasar. Citibank has consumer transaction networks of around 33,000 payment points and corporate distribution networks of around 6,000 locations in 34 provinces. Citibank, N.A., Indonesia is connected to ATM Bersama networks with more than 70,000 ATM terminals throughout Indonesia.

In 2018, Citibank Indonesia received awards as **Best International Bank in Indonesia from Finance Asia**, **Best Bank-Global in Indonesia**, **Best Bond Adviser-Global in Indonesia**, **Best Digital Bank in Indonesia**, **Best Retail Mobile Banking Experience** from



Citi Foundation



the Asset, **Digital Banking Initiative of the Year** from Asian Banking and Finance, as well as **Innovative Company in Digital Services** in the category of **Foreign Bank** from Warta Ekonomi. In 2017, Citibank Indonesia has received various awards, including from Global Finance Magazine as both **“Best Corporate/Institutional Digital Bank”** and **“Best Consumer Digital Bank”**, **“Best Foreign Bank in Indonesia”** from Finance Asia, **“Best Bank in Compliance Reporting of Foreign Exchange Flows (LLD = Lalu Lintas Devisa) and Export Proceeds (DHE = Devisa Hasil Ekspor)”** by the Indonesia Central Bank, **“Best Bank in Indonesia”**, **“Best e-Bank in Indonesia”**, **“Best Corporate and Institutional Bank – Global in Indonesia”**, **“Best Corporate Bond in Indonesia”**, **“Best Liability Management in Indonesia”** from The Asset magazine and **“Best Perform in Custodian Bank”** along with **“Indonesia’s Digital Innovation Award 2017 in Foreign Bank category”** from Warta Ekonomi magazine.

Further information can be obtained at Website: www.citigroup.com | Twitter: @citi | YouTube: www.youtube.com/citi | Blog: <http://blog.citigroup.com> | Facebook: www.facebook.com/citiindonesia | LinkedIn: www.linkedin.com/company/citi To enjoy a digital banking experience, please visit www.citibank.co.id.

Citibank N.A., Indonesia is a bank that is licensed, registered and supervised by the Indonesia Financial Services Authority (OJK).

About UNESCO

For over 40 years the UNESCO World Heritage Convention has conserved, protected and presented the Outstanding Universal Value of our shared heritage. These unique natural and cultural wonders represent our past and present, and belong to all. World Heritage properties are important travel destinations, that if managed properly through appropriate tourism management, have great potential impact for local economic development and long-term sustainability.

Website: www.unesco.org/jakarta | Facebook: www.facebook.com/unesco | Twitter: [@unescojakarta](https://twitter.com/unescojakarta)

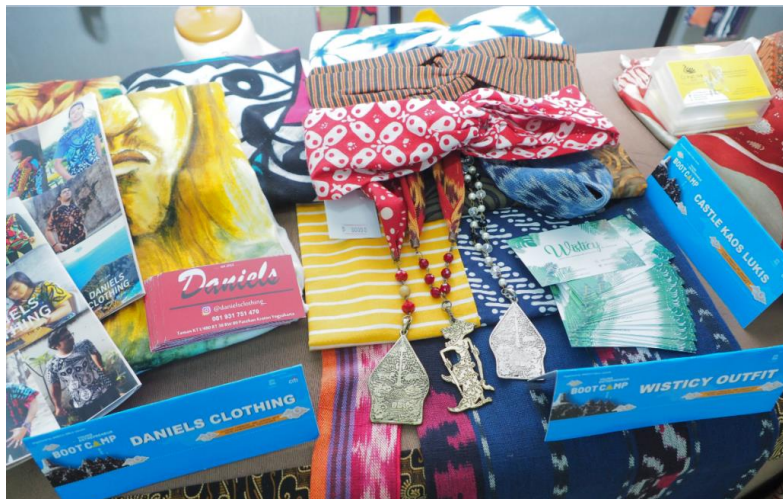
GALERI FOTO



Para wirausaha muda merayakan berakhirnya kegiatan Boot Camp Wirausaha Muda 2019 yang diadakan di Yogyakarta.



Director, Country Head of Corporate Affairs Citi Indonesia Elvera N. Makki memberikan motivasi kepada para peserta pada acara Perayaan Keberhasilan Boot Camp Wirausaha Muda 2019 yang diadakan di Yogyakarta.



Para wirausaha muda mempresentasikan produk hasil karya mereka dengan upaya pelestarian dan pengenalan situs situs warisan budaya Indonesia.