

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 45

november 2023

tidak untuk diperjualbelikan

7 Tipe Traveller yang Akan Anda Temui di Tahun 2024

foto : Ibadah Mimpi





CULTURE TOUR

OMAH **KECEBONG**

Omah Kecebong is an all-in-one concept of a traditional attractions, encompassing guesthouse, dining, bullcart, batik craft, grass puppet, traditional dances and many more.

Situated just 7km from Jogjakarta city, Omah Kecebong is surrounded with horticultural garden and scenic landscape.

FOREWORD



Bepergian bukan lagi sekedar pelarian tapi telah menjadi gaya hidup. Saat dunia memasuki tahun 2024 banyak penawaran diajukan. Ya dalam dua bulan lagi tahun sudah berganti sehingga kalangan industri pariwisata dunia seperti hotel, kapal pesiar sudah menawarkan layanan untuk tahun-tahun mendatang.

Ada beberapa penelitian juga termasuk dari booking.com, bahwa 78% orang kini merasa lebih hidup saat bepergian, dan 68% ingin membawa liburan mereka ke dalam kehidupan sehari-hari.

Saat hidup di dunia digital maka wisatawan yang sudah terbiasa menggunakan gadget akan browsing dulu di media sosial sebelum memutuskan mau bepergian kemana bersama keluarga, kerabat atau bahkan bersama komunitasnya.

Ternyata penelitian juga menunjukkan bahwa enam dari sepuluh orang telah memilih tujuan wisata hanya untuk bisa berbagi foto di saluran media sosial mereka. Pada kelompok usia 16 hingga 29 tahun jumlahnya hingga 71 persen lebih memilih suatu tempat sesuai dengan kemampuan Instagramnya.

Hal yang menggembirakan lagi wisatawan kini menjadi lebih sadar lingkungan alam. Mereka mencari akomodasi ramah lingkungan dan bergaya yang berfokus pada fitur lingkungan, meski lebih dari separuh (53%) menginginkan akomodasi dengan inovasi berkelanjutan.

Mereka akan mencari pengalaman unik dengan penduduk setempat dan akses ke lokasi terpencil, dan juga bersedia berkontribusi pada upaya konservasi sambil melakukan perjalanan yang penuh perhatian dan bertanggung jawab.

Dalam edisi majalah digital EXPLORE! by bisniswisata.co.id kali ini selain ada hasil survei yang menunjukkan bahwa 1 dari 3 wisatawan milenial dan Gen Z bersedia menghabiskan lebih dari dua kali lipat pendapatan bulanan rata-rata mereka pada liburan berikutnya.

Ada juga rekomendasi berwisata di Asia Tenggara, termasuk Pulau Komodo di Indonesia yang bisa membantu pembaca dalam menentukan pilihan berlibur. Ada Laos yang juga akan menyelenggarakan Visit Laos Year 2024.

Data Virtuoso menunjukkan lonjakan perjalanan berbasis alam, termasuk ekspedisi ilmiah dengan peneliti ke Antartika dan Galapagos. Pokoknya wisatawan semakin berani berpetualang. Mereka ingin benar-benar mencoba dan melihat tempat yang berbeda.

Tak heran kalau diprediksi pada tahun 2033, perjalanan akan menjadi industri senilai US\$15,5 triliun menyumbang lebih dari 11,6% ekonomi global. Semakin banyak perjalanan wisata, kontribusi pada tenaga kerja dan pemasukan devisa negara juga meningkat. Nah selamat membaca dan membuat perencanaan Anda.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

DAFTAR ISI

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword	04
Ponant Mulai Tawarkan Wisata Pantai Gratis di Musim Dingin 2024-25	07
Wisatawan Bersedia Membayar Ekstra Untuk Perjalanan Berkelanjutan	08
Kapal Pesiar Besar Akan Kembali ke Venesia Pada Tahun 2027	10
7 Tipe Traveller yang Akan Anda Temui di Tahun 2024	14



Survei: Wisatawan Milenial dan Gen Z ingin Berbelanja Royal Pada Tour 'Berbasis Pengalaman'	16
Hyatt Akan Buka Beberapa Hotel Mewah & Gaya Hidup Baru pada 2023-2024	18
Dampak Media Sosial Terhadap Perjalanan Yang Luar Biasa	20
CLIA: Laporan Data Lingkungan Baru Tegaskan Perubahan Teknologi Lingkungan baru oleh Industri Pelayaran	24
Perjalanan Akan Mewakili Ekonomi Global US\$15,5 Triliun pada tahun 2033	30



Pajang Karya "Work in Progress": Sebuah Pameran Tentang Proses Penciptaan Karya	33
Island Escape: Bersantai di Tengah Keindahan Alam di Asia Tenggara	34
Mars Terbitkan Peta Jalan Net Zero Roadmap, Kurangi 50% Pada Tahun 2030 Di Seluruh Mata Rantai Nilai Lengkap	38
Filipina Dinobatkan Sebagai Tujuan Pelayaran Terbaik di Asia	42
Industri MICE Asia-Pasifik Akan Berkembang Diproyeksikan Mencapai Nilai US\$441,1 Miliar Tahun 2025	43
Kampanye Promosi Pariwisata Untuk Menarik Lebih Banyak Wisatawan Asing Diluncurkan	44



Kunjungi



untuk membaca berita
dan artikel lainnya.

REDAKSI

PENASIHAT

Dr. H. Sapta Nirwandar, SE

PEMIMPIN UMUM/ PEMIMPIN REDAKSI

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

WAKIL PEMIMPIN UMUM

Rita Sri Hastuti

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Prasetyohadi Prayitno

KEPALA PERWAKILAN

Bali/Nusra - Dwi Yani

Batam - Lusia Kiroyan

Surabaya - Arif Rahman

Yogyakarta - Anton Bayu Samudra

Banjarmasin - Oplah Risanta

Semarang - Dien Ishartini

CREATIVE DIRECTOR

Justin Sabrinsky

CREATIVE TEAM

Junizar Deanil | Haamim Rizalddi | Hadi Rahman

IT DIRECTOR

Besar Karuniaji

PARTNERSHIP DIRECTOR

Wiwiek Widyawati

PICTORIAL DIRECTOR

A. Hadi Malik

PHOTOGRAPHER

Hendri Mulyadi

SENIOR JOURNALIST

Rahmayulis Saleh | Wita Dahlan | Rin Hindryati

REPORTER

Evan Maulana

Yusuf Roneo

Fajar Ariffadila

Griska Gunara Keating

Arum Suci Sekarwangi

Hildea Syafitri

KONTRIBUTOR

Bruriadi Kusuma

Nur Hidayat

Jeffrey Wibisono

Julia Bakso

DIVISI IKLAN

Evy Yunara (+62816900103) | Maya Syamsani (+62816968170)

SEKRETARIAT REDAKSI

Jl. Karyamina No. 99, Pangkalan Jati Baru, Cinere 16513.

Tlp/WA: +62 816 1148 745

E-mail : redaksi@bisniswisata.co.id



Ponant Mulai Tawarkan Wisata Pantai Gratis di Musim Dingin 2024-25

OLEH HILDEA SYAFITRI

Dimulai dengan keberangkatan musim dingin 2024-25, Ponant akan menawarkan kepada para tamu satu tamasya yang disertakan per pelabuhan panggilan.

Sedikitnya 17 rencana perjalanan dan 32 keberangkatan termasuk berlayar melintasi fjord Arab dengan menaiki dhow tradisional, mempelajari bagaimana Terusan Panama dibangun, memulai ekspedisi Cahaya Utara di Arktik, atau melihat patung Buddha di Kuil Gua Dambulla di Sri Lanka.

Dilansir dari *travelpulse.com*, inisiatif ini merupakan bagian dari komitmen Ponant terhadap perjalanan yang memiliki tujuan, memungkinkan para tamu untuk menyelami lebih dalam budaya dan warisan lokal.

Ini menantang rasa petualangan mereka melalui tamasya yang mengasyikkan, mendorong rasa ingin tahu mereka melalui program artistik, dan menginspirasi rasa ingin tahu mereka dengan merenungkan pemandangan alam yang spektakuler.

Karena kapasitas terbatas, pemesanan di muka akan dibuka sekitar dua bulan sebelum keberangkatan, dan permintaan akan diproses berdasarkan siapa cepat dia dapat, tergantung ketersediaan.

Bagi mereka yang ingin menjelajahi lebih jauh atau merasakan aktivitas yang lebih eksklusif, tamasya berbayar opsional juga ditawarkan.

Penawaran tamasya gratis berlaku mulai musim dingin 2024-25 untuk semua pelayaran Ponant tidak termasuk pelayaran di atas kapal m/s Paul Gauguin di Polinesia Prancis.

Armada Ponant berbendera Perancis terdiri dari 13 kapal berkapasitas kecil yang dilengkapi peralatan ramah lingkungan. Perusahaan mengatakan bahwa dengan Ponant eksplorasi menjadi lebih halus, autentik, dan menjadi sumber inspirasi.

Ponant berlayar ke Arktik dan Antartika serta di Atlantik dan Eropa Utara, Mediterania, Timur Tengah, Laut Merah dan Samudera Hindia, Asia, Oseania dan Pasifik Selatan, Karibia, Amerika Utara, Tengah dan Selatan.



Wisatawan Bersedia Membayar Ekstra Untuk Perjalanan Berkelanjutan

OLEH EVAN MAULANA

Menurut Indeks Perjalanan Berkelanjutan 2023 yang baru dirilis, Eropa mendominasi daftar peringkat perjalanan berkelanjutan dengan menempati 17 tempat teratas.

Swedia terus menduduki puncak tangga lagu, dengan Finlandia kedua dan Austria ketiga. Tujuan Amerika Selatan, Uruguay, masuk 20 besar untuk pertama kalinya, naik 15 peringkat dari tahun sebelumnya.

Dilansir dari [eturbonews.com](https://www.eturbonews.com), Mesir dan Maladewa adalah negara yang paling berkembang selama lima tahun terakhir. Mesir telah mengungguli pasar lain dengan membangun pariwisata yang tangguh

Prestasi Mesir dibantu oleh pemulihannya setelah larangan perjalanan dan pandemi, serta meningkatkan pengeluaran rata-rata per kedatangan untuk meningkatkan penciptaan nilai melalui pariwisata demi kepentingan masyarakat lokal.

Studi ini juga mengungkapkan bahwa hampir 80% wisatawan akan membayar setidaknya 10 persen lebih banyak untuk fitur perjalanan berkelanjutan, meskipun biaya hidup sedang krisis, dengan 41% wisatawan bersedia membayar lebih dari 30% ekstra untuk petualangan dan ekowisata.

Melbourne menduduki puncak tangga lagu tujuan kota yang berkelanjutan. Berada di puncak pilar keberlanjutan untuk Indeks Destinasi Kota Teratas dengan target ambisius mencapai emisi nol bersih pada tahun 2040.

Keberhasilan keberlanjutan Melbourne sangat beragam, mulai dari bangunan retrofit untuk mengurangi jejak karbon dan transisi ke energi terbarukan, hingga penghijauan jalan, serta menjadi tuan rumah acara netral karbon.

Keberhasilan ini diikuti oleh Madrid dan Seville Spanyol, bagian dari inisiatif Net Zero Cities di UE yang mencakup 112 kota di Eropa secara keseluruhan.

Dalam hal permintaan pariwisata berkelanjutan, Australia, Islandia, dan Selandia Baru adalah tiga destinasi teratas. Sebagai destinasi jarak jauh, Australia dan Selandia Baru mendapat manfaat dari masa tinggal yang lama.

Selandia Baru juga mengibarkan bendera untuk pariwisata regeneratif, melangkah lebih jauh dan lebih dalam dari sekedar keberlanjutan, meninggalkan warisan positif untuk generasi mendatang yang bertujuan untuk memberi kembali.

Startup dapat membantu membuka jalan untuk 'perjalanan yang lebih hijau dan bersih'

Indeks Perjalanan Berkelanjutan menggunakan 56 indikator di tujuh pilar — Lingkungan, Sosial, Ekonomi, Risiko, Permintaan, Transportasi, dan Penginapan — menentukan kinerja komparatif perjalanan dan pariwisata berkelanjutan untuk 99 negara melalui skor dan pembobotan untuk menghasilkan peringkat keseluruhan.

Ada tiga jenis indikator utama.

Kesehatan suatu destinasi berkaitan dengan kebahagiaan, kesetaraan dan keadilan sosial, kemudian dampak khusus pariwisata terhadap lingkungan lokal seperti penggunaan energi hotel, diikuti oleh keadaan umum pariwisata seperti kualitas infrastruktur atau ketergantungan pada permintaan internasional.

Melihat ke masa depan, Indeks Perjalanan Berkelanjutan menyoroti teknologi ramah lingkungan dan digitalisasi perjalanan wisatawan sebagai dua cara pasti untuk membantu mencapai jalan menuju nol bersih. Bermitra dengan perusahaan rintisan baru di ruang teknologi hijau dapat membantu membuka jalan bagi masa depan perjalanan yang lebih hijau dan bersih.



Foto: NEOM



Kapal Pesiar Besar Akan Kembali ke Venesia Pada Tahun 2027

OLEH HILDEA SYAFITRI

Meskipun pelayaran mempunyai peran kecil dalam permasalahan Venesia, keputusan pihak berwenang baru-baru ini cukup mengejutkan. Mulai tahun 2027, kapal pesiar yang lebih besar akan diizinkan mengakses Venesia

Kapal-kapal pesiar tersebut akan memiliki berat hingga 60.000 GT dan panjang 250 meter, seperti Silver Nova, Seven Seas Splendor, atau Crystal Symphony. Kanal Vittorio Emanuele III yang masih perlu dikeruk akan menjadi jalur kapal pesiar tersebut menuju Stazione Marittima, terminal kapal pesiar di Venesia.

Dilansir dari *tourism-review.com*, ada kekhawatiran mengenai batas 60.000 GT yang diusulkan, karena beberapa kapal pesiar milik Grup MSC, seperti kelas Lirica dan kapal pesiar mewah baru dari Explora Journeys, hanya sedikit di atas batas tersebut di kisaran hingga 70.000. GT.

Namun dengan rencana baru, kapal-kapal tersebut tidak lagi harus melewati Kanal Giudecca dan Lapangan Santo Markus. Kawasan tersebut saat ini memiliki batasan 25.000, panjang 180 meter, dan tinggi 35 meter untuk kapal yang mendekat.

Situs Terancam Punah?

Pemilihan waktu untuk rencana ini sangatlah berani. Beberapa waktu lalu, Venesia nyaris lolos dari klasifikasi UNESCO sebagai Situs Warisan Dunia yang terancam punah. Dewan kota akhirnya memutuskan biaya masuk yang telah lama tertunda untuk kota laguna tersebut tepat sebelum pertemuan penting UNESCO. Namun, masih harus dilihat apakah keputusan ini akan bersifat permanen, mengingat keadaan yang semakin jelas.

Dalam kasus Venesia, UNESCO dapat memberikan contoh mengenai pentingnya institusi tersebut dan dalam menyelamatkan situs Warisan Dunia lainnya yang terancam punah. Jika UNESCO mengambil sikap tegas terhadap Venesia, hal ini akan mengirimkan pesan yang jelas kepada mereka yang bertanggung jawab atas situs Warisan Dunia lainnya. Hal ini menunjukkan parahnya situasi.

Ancaman Konstan dari UNESCO

Selama bertahun-tahun, UNESCO mengancam akan memasukkan Situs Warisan Dunia Venesia ke dalam Daftar Merah. Inilah yang dilakukan UNESCO ketika sebuah Situs Warisan Dunia terancam punah, dan pihak yang bertanggung jawab tidak berbuat cukup untuk melestarikan aset budaya yang tidak dapat diambil kembali.

Langkah selanjutnya adalah pencabutan status Warisan Dunia sepenuhnya – seperti yang terjadi pada tahun 2019 dengan Lembah Dresden Elbe karena pembangunan jembatan baru. Namun, pada pertemuannya di Riyadh pada pertengahan September 2023, komite terkait UNESCO memutuskan untuk tidak mengubah status Warisan Dunia Venesia lagi.

Lebih buruk lagi, hanya beberapa hari setelah panel UNESCO bertemu, terungkap bahwa ada rencana untuk mengizinkan lebih banyak kapal pesiar berlabuh langsung di Venesia. Kritikus menunjukkan bahwa untuk membuat penghancuran ekologi sensitif laguna menjadi efisien, jalur pelayaran ke pelabuhan industri di daratan utama hingga Marghera harus dikeruk lebih dalam dari sebelumnya.



Foto: Jacob Morch



Tidak ada niat untuk membatasi overtourisme

Pada awal tahun 2016, terlihat jelas bahwa UNESCO mengancam Venesia, dan oleh karena itu, kota tersebut berencana melarang kapal-kapal besar untuk menenangkan organisasi tersebut. Namun, proyek tersebut masih perlu dilaksanakan karena ada keputusan pengadilan yang membatalkan larangan tersebut.

Penting untuk dicatat bahwa Venesia tidak memiliki wewenang untuk mengambil keputusan secara independen karena merupakan unit administratif yang mencakup kota-kota di daratan seperti Mestre, dengan total populasi sekitar 177.000 jiwa. Selain itu, pemerintah Italia mengambil sebagian besar keputusan pengiriman di Roma, jauh dari Venesia.

Tiongkok daratan mendapatkan keuntungan finansial yang besar dari daya tarik wisata Venesia dan tidak tertarik untuk membatasi overtourism secara besar-besaran. Namun kota ini terus mengalami pendarahan.

Baru-baru ini, jumlah penduduknya turun di bawah 50.000 untuk pertama kalinya. Tidak ada satupun warga Venesia yang saat ini duduk di dewan kota dari partai-partai yang berkuasa.

Pada tahun 2021, pemerintah Italia di bawah kepemimpinan Perdana Menteri Draghi memutuskan untuk melarang hampir semua kapal pesiar memasuki kota tua Venesia. Hal ini terjadi setelah perdebatan bertahun-tahun mengenai keberadaan kapal-kapal ini, yang tidak diinginkan oleh banyak orang karena alasan yang sah.

Namun, sekelompok kecil perusahaan di daratan mendapatkan keuntungan dari kapal-kapal tersebut. Perusahaan pelayaran mungkin menentang rencana Venesia untuk mengeruk kanal-kanal kota, dengan alasan kepentingan mereka dalam melindungi Venesia dan terbatasnya hubungan keuangan mereka dengan terminal.

Situasi saat ini juga tidak masuk akal: kapal-kapal besar tidak lagi berlabuh di Venesia, namun penumpang masih melakukan check-in di gedung terminal sebelum dibawa dengan bus ke kapal di daratan.

Terserah masing-masing individu untuk memutuskan apakah kota ini mendapat manfaat dari masuknya wisatawan atau tidak. Kapal-kapal terus memasuki laguna, meski hampir tidak terlihat dari Lapangan Santo Markus.

Hal ini mengakibatkan banyaknya bus yang mengangkut penumpang sehingga menyebabkan peningkatan lalu lintas yang signifikan. Selain itu, banyak bus memasuki Venesia dari pelabuhan alternatif, seperti Trieste atau Ravenna, sehingga menghasilkan arus wisatawan yang konstan.

Pada musim 2023, sekitar 600,000 penumpang kapal pesiar diperkirakan mengunjungi Venesia dengan 270 panggilan kapal pesiar. Jumlah ini akan meningkat menjadi satu juta penumpang melalui 385 panggilan pada tahun 2027. Sebelum pandemi pada tahun 2019, terdapat lebih dari 1,6 juta penumpang.

NO 1 LIP
MAKE UP
DI INDONESIA*

Wardāh

LIP MATTE CREAM

CURATED COLORS
FOR YOUR
PERSONAL BEAUTY

INSPIRED BY THOUSANDS OF SKIN TONES

DRY FREE

SPF 20 PA++

NEW
PACK



* Wardah, Pilihan Kosmetik No. 1 Wanita Indonesia berdasarkan penelitian lembaga riset internasional independen di Indonesia (Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung, Jogja, Makassar) terhadap 1500 wanita umur 15- 50 tahun pada tahun 2020 untuk kategori kosmetik dan perawatan wajah.

7 Tipe Traveller yang Akan Anda Temui di Tahun 2024

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Bepergian bukan lagi sekedar pelarian; hal ini menjadi gaya hidup saat dunia memasuki tahun 2024. Menurut penelitian Booking.com, 78% orang kini merasa lebih hidup saat bepergian, dan 68% ingin membawa liburan mereka ke dalam kehidupan sehari-hari.

Wawasan *booking.com*, dikombinasikan dengan penelitian terhadap lebih dari 27.000 wisatawan di 33 negara, mengungkap tujuh jenis wisatawan yang harus diperhatikan pada tahun 2024:

1. (ALTER) PEMINAT EGO

Pada tahun 2024, wisatawan akan memanfaatkan alter ego mereka saat berlibur, dan 37% diantaranya menciptakan cerita tentang kehidupan mereka. Wisatawan menemukan anonimitas dan kesempatan untuk menciptakan kembali diri mereka sendiri saat berlibur.

2. COOL CATIONER

Kekhawatiran gelombang panas dan perubahan iklim mendorong wisatawan untuk mencari destinasi yang lebih sejuk, dengan 51% mengatakan perubahan iklim mempengaruhi rencana perjalanan mereka.

Liburan yang berpusat pada air, yang menawarkan relaksasi dan pelepasan dari panas, sedang meningkat. Tiga perempat wisatawan langsung merasa lebih santai saat berada di dekat perairan, dan 36% tertarik pada liburan yang berpusat pada perairan. Kesehatan berbasis air, termasuk yoga terapung dan terapi es, akan menjadi populer.

3. PENCARI PENYERAHAN DIRI

Pada tahun 2024, wisatawan ingin menjelajahi hal-hal yang belum diketahui dan melakukan perjalanan yang tidak biasa, dengan 52% bersedia memesan perjalanan kejutan.

Wisatawan ingin melepaskan diri dari rencana yang kaku dan membiarkan spontanitas memandu perjalanan mereka, dengan 69% lebih memilih rencana yang longgar. AI akan memainkan peran penting, dengan 48% responden bersedia mempercayai AI dalam perencanaan perjalanan.

4. PENGGILA KULINER

Makanan adalah titik fokus bagi wisatawan tahun 2024. Hampir dua pertiga (61%) ingin mengetahui asal muasal makanan lezat yang wajib disantap di suatu destinasi.

Wisatawan bertujuan untuk melestarikan hidangan tradisional dan menjelajahi masakan asli, dengan 81% ingin mencoba makanan asli. Pengalaman kuliner 'figital' akan menjadi populer, menggabungkan elemen fisik dan digital untuk petualangan multisensori.

5. NYALAKAN ULANG RETRET

Di tengah ketidakstabilan global dan kehidupan yang sibuk, wisatawan mencari tempat untuk mengembangkan diri pada tahun 2024. Wisata retreat dan liburan yang menjodohkan sedang meningkat.

Dengan 58% wisatawan melakukan perjalanan untuk tidur tanpa gangguan dan 39% bersedia mencari pasangan saat bepergian. Banyak orang tua (58%) yang melakukan perjalanan sendirian untuk memprioritaskan perawatan diri.

6. ORANG KAYA A LA CARTE

Wisatawan pada tahun 2024 mencari kemewahan dengan anggaran terbatas, dan 56% mengandalkan AI untuk meningkatkan pengalaman mereka. Banyak wisatawan yang berencana mengunjungi destinasi dengan biaya hidup lebih rendah (50%).

Sementara 51% akan membayar tiket harian untuk menggunakan fasilitas hotel bintang lima. Bepergian lebih dekat dari rumah dan memilih destinasi mewah dan hemat akan menjadi tren.

7. ESTETIKA YANG PENUH PERHATIAN

Wisatawan menjadi lebih sadar akan pilihan mereka, mencari akomodasi ramah lingkungan dan bergaya yang berfokus pada fitur lingkungan. Lebih dari separuh (53%) menginginkan akomodasi dengan inovasi berkelanjutan.

Mereka akan mencari pengalaman unik dengan penduduk setempat dan akses ke lokasi terpencil, dan juga bersedia berkontribusi pada upaya konservasi sambil melakukan perjalanan yang penuh perhatian dan bertanggung jawab.



foto : Alex Borghi



Survei: Wisatawan Milenial dan Gen Z ingin Berbelanja Royal Pada Tour ‘Berbasis Pengalaman’ | OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Survei menunjukkan bahwa 1 dari 3 wisatawan milenial dan Gen Z bersedia menghabiskan lebih dari dua kali lipat pendapatan bulanan rata-rata mereka pada liburan berikutnya.

Pengalaman unik adalah faktor yang paling mungkin memengaruhi keputusan bepergian generasi milenial dan Gen Z, menurut survei terbaru dari platform online perjalanan dan rekreasi Klook.

Survei Klook Travel Pulse, yang dilakukan pada bulan Juli oleh firma riset pasar Milieu, mencakup 2.400 peserta dari 12 negara di kawasan Asia Pasifik, termasuk Korea Selatan, Hong Kong, Taiwan, Singapura, Malaysia, Filipina, Thailand, Vietnam, Jepang, Australia, Tiongkok Daratan, dan India.

Survei tersebut menunjukkan bahwa 1 dari 3 wisatawan milenial dan Gen Z bersedia menghabiskan lebih dari dua kali lipat pendapatan bulanan rata-rata di Asia, yaitu \$1.069, pada liburan mereka berikutnya.

Ini berarti jumlah melebihi \$2.000. Survei tersebut lebih lanjut menunjukkan bahwa 1 dari 5 wisatawan Gen Z bersedia menghabiskan lebih dari \$3.000 untuk perjalanan, sementara 1 dari 4 generasi milenial akan melakukan hal yang sama.

Terbukti, generasi milenial dan Generasi Z sangat menekankan “pengalaman baru” sebagai hal utama dalam perjalanan mereka. Untuk mencapai tujuan ini, 63 persen responden mengatakan mereka secara proaktif memesan pengalaman mereka sebelum melakukan perjalanan.

Survei ini juga menyoroti dampak media sosial terhadap perilaku wisatawan. Media sosial muncul sebagai sumber utama bagi wisatawan Gen Z, dan lebih dari separuhnya menggunakan platform ini untuk menemukan destinasi dan pengalaman baru. Sebaliknya, 59 persen generasi milenial masih menunjukkan kecenderungan menggunakan mesin pencari.

Di antara platform media sosial yang paling banyak digunakan, Facebook, Instagram, dan TikTok memimpin. Di antara responden dari Korea Selatan, 85 persen mengidentifikasi Instagram sebagai sumber utama perencanaan perjalanan mereka, sementara TikTok memperoleh 40 persen dan Facebook 38 persen.

Survei tersebut menemukan bahwa 9 dari 10 wisatawan milenial dan Gen Z memeriksa ulasan online sebelum menyelesaikan pemesanan mereka. Mereka juga aktif mencari rekomendasi konten terkait perjalanan di media sosial selama proses perencanaan liburan.

Temuan menunjukkan bahwa membuat konten yang layak untuk media sosial adalah hal yang paling penting bagi sebagian besar wisatawan. Responden dari India, Filipina, dan Tiongkok daratan menganggap hal ini sebagai salah satu alasan utama mereka melakukan perjalanan.

Seiring dengan meningkatnya permintaan akan perjalanan internasional, mayoritas wisatawan milenial dan Gen Z di Asia Pasifik beralih menjadi "intensional travel planner." Khususnya, 65 persen responden melakukan persiapan perjalanan setidaknya dua hingga enam bulan sebelumnya.

Bagi mereka yang memulai perjalanan ke Korea, pilihan utama termasuk tur Pulau Nami, kunjungan ke DMZ dan situs bersejarah, ikut serta dalam pengalaman hanbok, dan menikmati pelayaran di sepanjang Sungai Han.

Sementara itu, tiga destinasi teratas yang menjadi wishlist perjalanan responden adalah Jepang, Thailand, dan Singapura. Responden Korea menyatakan preferensinya pada urutan Jepang, Vietnam, dan Thailand.

COO dan salah satu pendiri Klook, Eric Gnock Fah, menyoroti bahwa "pengalaman dan aktivitas unik" diutamakan dalam cetak biru perjalanan, dengan 85 persen wisatawan bersedia berinvestasi dalam pengalaman selama liburan mereka.

Generasi wisatawan baru menunjukkan keinginan yang semakin besar terhadap pengalaman autentik yang didorong oleh media sosial dibandingkan sumber konvensional seperti mesin pencari perjalanan dan buku panduan, tambah Fah.

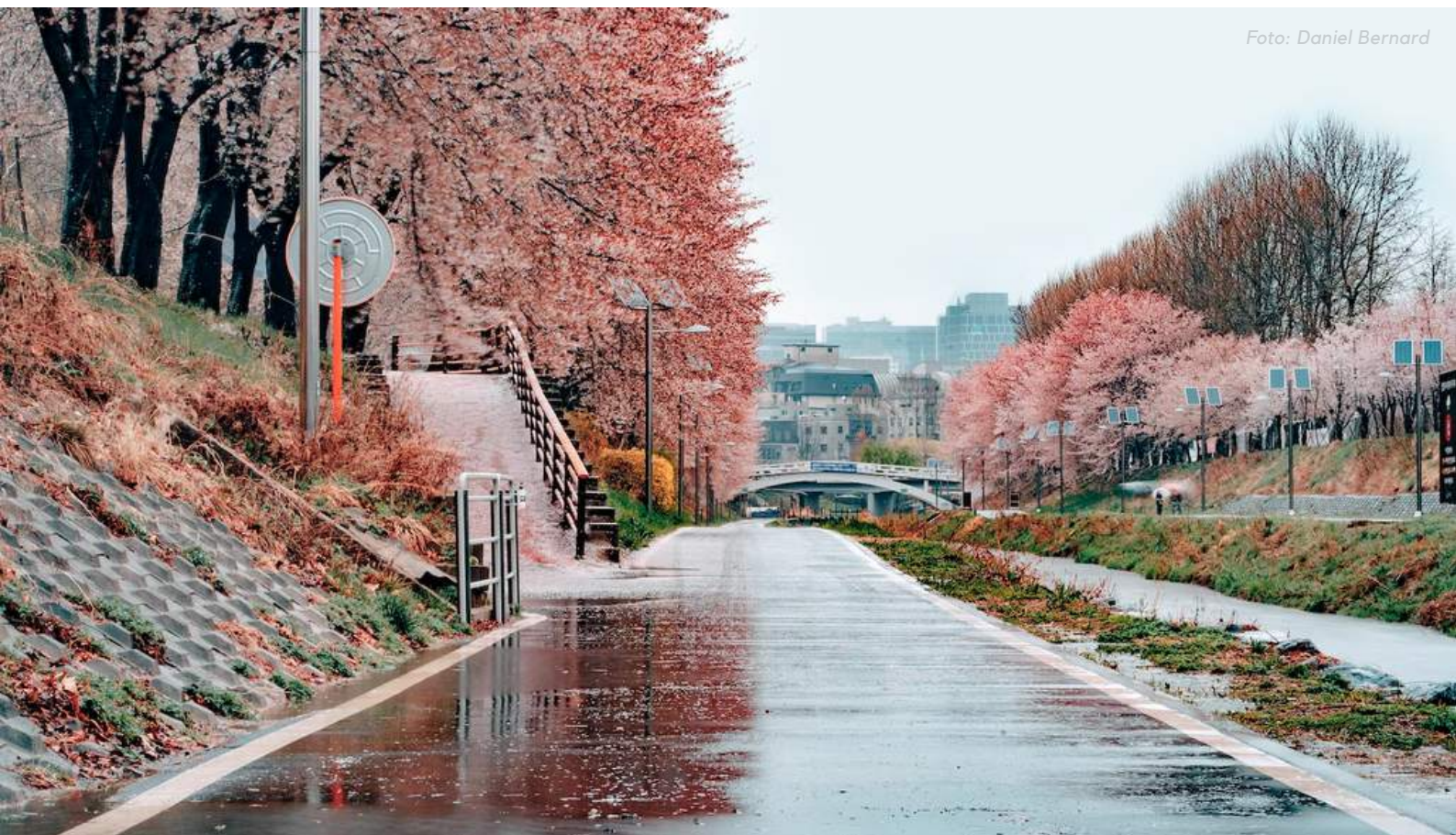


Foto: Daniel Bernard



Hyatt Akan Buka Beberapa Hotel Mewah & Gaya Hidup Baru pada 2023-2024

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

The Andaz Doha akan dibuka Oktober ini, terletak di West Bay dekat area perbelanjaan mewah Doha. Hotel ini akan menawarkan 256 kamar, 32 suite, dan 56 tempat tinggal, serta beberapa tempat makan yang berbeda mulai dari masakan Afrika Selatan hingga jajanan kaki lima Singapura.

Dilansir dari *travelpulse.com*, Di Frankfurt, Jerman, hotel baru The Unbound Collection by Hyatt akan debut pada bulan Desember. Kennedy 89 adalah hotel mewah yang menawarkan 181 kamar dan suite di distrik Sachsenhausen yang dikelilingi oleh arsitektur abad ke-19 dan dalam jarak berjalan kaki ke Sungai Main yang indah.

Pembukaan lain untuk tahun 2024 termasuk Dream Doha; Dreams Madeira Resort, Spa & Marina di Portugal; Park Hyatt London River Thames; Thompson Roma; dan Zoëtry Halkidiki Resort & Spa.

Asia & Pasifik

Pertumbuhan Hyatt di Asia dan Pasifik berlanjut dengan beberapa pembukaan baru. Korporasi hotel baru-baru ini merayakan dimulainya properti Andaz keempat di China, Andaz Nanjing Hexi, pada bulan April dan akan menandai Unbound Collection baru oleh properti Hyatt di Tokyo Oktober ini.

Hotel Toranomom Hills akan dibuka di dalam pusat bisnis terbaru Tokyo, menawarkan 205 kamar, ruang kerja, pengalaman restoran oleh koki berbintang Michelin Sergio Herman dan transportasi ke dan dari Bandara Internasional Haneda.

Andaz Macau juga akan dibuka Oktober ini.

Pada tahun 2024, Hyatt akan merayakan pembukaan Hyatt Centric Zhongshan Park Shanghai; Caption oleh Hyatt Zhongshan Park Shanghai; Pulau Alila Dongao; Park Hyatt Kuala Lumpur; dan Hyatt Centric City Centre Kuala Lumpur.





Dampak Media Sosial Terhadap Perjalanan Yang Luar Biasa

OLEH HILDEA SYAFITRI

Menurut studi Bitkom baru-baru ini, sebanyak enam dari sepuluh orang telah memilih tujuan wisata hanya untuk bisa berbagi foto di saluran media sosial mereka.

Pada kelompok usia 16 hingga 29 tahun, 71 persen lebih memilih suatu tempat sesuai dengan kemampuan Instagramnya. Survei Statista juga menunjukkan 75 persen responden menggunakan jejaring sosial untuk merencanakan liburan.

Sebagai perbandingan, hanya 47 persen pendapat teman dan keluarga yang menginspirasi destinasi baru.

KELEBIHAN MEDIA SOSIAL UNTUK TRAVELING

Dilaporkan dari *tourism-review.com*, Jejaring sosial begitu populer sebagai inspirasi perjalanan karena suatu alasan. Meskipun Anda sering kali harus mencari tip bagus lebih lama di mesin pencari konvensional, Anda dapat melihat video dan foto yang sesuai langsung di Instagram atau TikTok saat menggulir dengan santai.

Tidak perlu lebih dari mengetikkan kata "perjalanan" ke dalam bilah pencarian atau "menyukai" postingan terkait perjalanan. Kemudian, kota, negara, atau pemandangan yang sebelumnya tidak Anda sadari akan disarankan.

Foto dan video memberi kesan bahwa Anda sendiri sedang berada di lokasi. Acara terkini atau pameran seni juga disarankan.

LEBIH DARI SEKEDAR INSPIRASI

Anda juga mendapat keuntungan karena opini orang lain ditampilkan di komentar dan video. Ini memberi Anda kesan lebih otentik tentang tempat wisata, restoran, atau akomodasi.

Pengguna lain juga dapat memberikan tips perjalanan yang mungkin tidak ditemukan di beberapa artikel Internet.

Dengan cara ini, Anda dapat mengetahui apakah suatu tempat tidak layak untuk dihebohkan, dan Anda bahkan dapat menghemat kunjungan Anda.

RISIKO PARIWISATA INSTAGRAM

Namun, hype Instagram juga membawa beberapa kesulitan. Ribuan orang melihat "tips orang dalam" di Internet, dan orang-orang tiba-tiba membanjiri banyak tempat yang menjadi terkenal melalui media sosial.

KONSEKUENSI YANG PARAH BAGI ALAM DAN PENDUDUK SETEMPAT

Wisatawan Instagram menginjak-injak alam, mengganggu spesies hewan langka di lingkungannya, dan merusak aset budaya. Selain itu, banyak wisatawan bahkan rela dengan sengaja menempatkan diri dalam bahaya demi mendapatkan foto yang sempurna.

Survei Bitkom yang telah dikutip juga mempertanyakan kesediaan mengambil risiko demi mendapatkan foto yang bagus. Berdasarkan survei tersebut, sekitar 22% responden mengabaikan hambatan atau rambu, dan 14% sengaja menempatkan diri mereka dalam bahaya.

Hal yang tak kalah pentingnya, wisata Instagram juga memiliki dampak buruk bagi masyarakatnya. Mereka harus menerima kenaikan biaya dan kekurangan perumahan karena banyaknya akomodasi wisata. Inilah salah satu alasan mengapa selalu ada kampanye untuk mengekang pariwisata massal di Dubrovnik, Venesia, atau Amsterdam.

DARI ILUSI HINGGA KEKECEWAAN

Selain berdampak pada destinasi liburan, postingan perjalanan di media sosial juga bisa menyesatkan dan merusak perjalanan. Jarang sekali melihat betapa ramainya tempat wisata ini di media sosial.



Foto: Timothy Hales Bennetto



Influencer menggunakan trik, mengambil foto saat matahari terbit atau memilih sudut di mana Anda tidak dapat melihat orang lain. Salah satu contohnya adalah "Gerbang Surga" di Bali.

Di Instagram, banyak sekali foto pengguna yang berpose di antara dua menara. Di belakangnya ada Gunung Agung yang pantulannya tampak seperti telaga. Tapi itu hanya genangan air dan cermin. Selain itu, gambar di Instagram dan platform lainnya juga sering diedit. Hal ini dapat menyebabkan gambar terdistorsi, karena tempat-tempat di foto terlihat lebih berwarna dan jelas dibandingkan kenyataannya.

Dengan cara yang sama, orang lain atau sampah diperbaiki. Anda mungkin mengharapkan tempat yang indah di Instagram dan kemudian kecewa. Sangat mudah untuk menyebarkan informasi palsu di media sosial. Beberapa orang hanya mengandalkan data dari Instagram atau TikTok untuk penelitiannya.

Masuk akal untuk memeriksa informasi tentang tempat sebelum keberangkatan. Orang sering memposting video situs dan menyampaikan informasi palsu. Misalnya, Anda bisa melihat lokasi yang berbeda dengan yang tertulis di caption atau komentar.

Orang-orang yang pernah ke sana atau pernah melakukan penelitian dapat mengungkapkan informasi yang salah. Sebaliknya, yang lain mempercayai informasi tersebut dan melakukan perjalanan ke tempat yang salah.

PEMAHAMAN TENTANG PARIWISATA INSTAGRAM

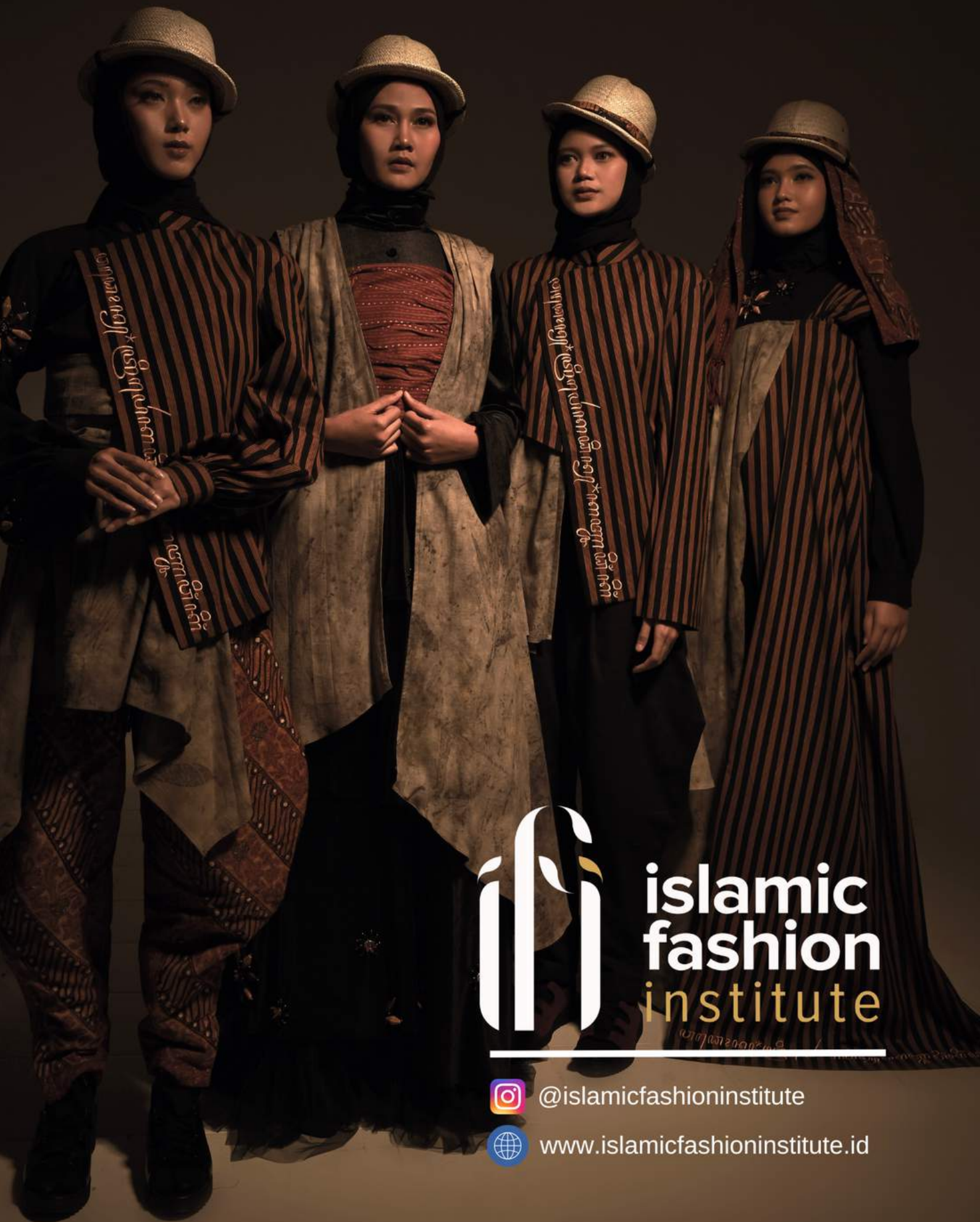
Manfaat media sosial sebagai inspirasi perjalanan memang tidak diragukan lagi. Platform seperti Instagram dan TikTok menawarkan cara mudah untuk menjelajahi destinasi baru dan mengumpulkan kesan visual dunia. Namun, tren pariwisata Instagram memiliki tantangan tersendiri.

Popularitas media sosial menyebabkan pariwisata massal, kerusakan ekosistem, dan beban bagi warga. Foto yang diedit atau penyebaran informasi yang salah dapat memutarbalikkan kenyataan dan berujung pada kekecewaan dalam perjalanan.

Meskipun wisata Instagram sangat menarik, penting juga untuk memiliki pemahaman yang seimbang mengenai pro dan kontra. Secara umum, wisatawan sebaiknya menghindari terlalu fokus pada foto yang sempurna dan sebaliknya menikmati kesan perjalanannya.

Tekanan sosial sering kali muncul untuk menyajikan perjalanan terbaik, dan Anda harus ingat untuk hidup pada saat ini. Ada baiknya melakukan "detoksifikasi sosial" saat liburan dan mengesampingkan ponsel Anda selama beberapa jam.

Dan terkadang menyenangkan untuk menjelajahi area tersebut sendirian. Anda mungkin menemukan "tips orang dalam" yang sebenarnya tanpa menggunakan media sosial.



islamic
fashion
institute



@islamicfashioninstitute



www.islamicfashioninstitute.id



CLIA: Laporan Data Lingkungan Baru Tegaskan Perubahan Teknologi Lingkungan baru oleh Industri Pelayaran

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Cruise Lines International Association (CLIA), yang menyuarakan industri pelayaran global, telah merilis Laporan Teknologi dan Praktik Lingkungan Industri Pelayaran Global tahun 2023, yang menunjukkan kemajuan nyata sektor ini dalam memajukan sektor pelayarannya, agenda lingkungan hidup dan keberlanjutan.

Data buku pesanan tahun 2023 menunjukkan bahwa perusahaan pelayaran melanjutkan investasi pada kapal-kapal baru dengan 44 kapal baru yang dipesan selama lima tahun ke depan, mewakili investasi sebesar \$62 miliar sejak tahun 2019.

Dari kapal-kapal baru ini, 25 kapal akan bertenaga LNG dan tujuh kapal akan bertenaga LNG. baik metanol yang siap dikirim, atau yang mampu metanol, mewakili investasi dalam teknologi mesin baru yang akan mempercepat transisi maritim menuju masa depan bahan bakar rendah hingga nol karbon.

Contoh kemajuan yang disebutkan termasuk jumlah program percontohan dan uji coba bahan bakar alternatif yang saat ini dilakukan pada kapal pesiar. Selain itu, semakin banyak kapal yang berlayar dan diluncurkan dalam lima tahun ke depan yang akan menggunakan bahan bakar alternatif atau akan dapat menggunakan bahan bakar nol karbon ketika sudah tersedia.

Laporan tahun 2023 juga menunjukkan investasi signifikan lainnya yang dilakukan perusahaan pelayaran untuk mengurangi emisi di tempat berlabuh dan di laut, seperti listrik di tepi pantai, yang memungkinkan kapal pesiar mematikan mesin untuk mengurangi emisi secara signifikan saat berada di pelabuhan.

Semakin banyak perusahaan pelayaran yang melakukan diversifikasi solusi energi dengan menggabungkan mesin multi-bahan bakar, uji coba teknologi sel bahan bakar, teknologi angin (termasuk layar padat), serta solusi fotovoltaik dan penyimpanan baterai untuk penghematan daya.

Sistem pelacakan efisiensi kini digunakan pada 171 kapal anggota CLIA, mewakili 60% armada global, dan masih banyak lagi sistem yang direncanakan.

Selain itu, perusahaan pelayaran juga mengupayakan fleksibilitas bahan bakar, dan saat ini berinvestasi pada teknologi propulsi dengan kemampuan konversi untuk masa depan—dengan 32 proyek percontohan dan inisiatif kolaboratif yang sedang berjalan dengan produsen bahan bakar berkelanjutan dan perusahaan mesin.

Presiden dan CEO CLIA, Kelly Craighead berkata: "Perusahaan pelayaran terus mengubah armada modernnya untuk melindungi lautan, udara, dan destinasi yang dinikmati oleh jutaan penumpang setiap tahunnya.

"Data kami menunjukkan perubahan langkah dalam penerapan teknologi lingkungan baru oleh anggota perusahaan pelayaran kami. Saat ini perusahaan pelayaran sedang membangun kapal masa depan yang akan menggunakan teknologi mesin baru yang lebih berkelanjutan."

Pengenalan teknologi baru ini dan banyaknya program percontohan serta uji coba yang dilakukan mengungkapkan bagaimana industri pelayaran adalah inovator dan pengadopsi awal teknologi yang membantu kita berlayar menuju masa depan yang lebih berkelanjutan.

Ketersediaan bahan bakar laut yang berkelanjutan tetap penting untuk mencapai tujuan dekarbonisasi industri maritim dan menggarisbawahi perlunya pemerintah mendukung upaya penelitian untuk mempercepat pengembangan bahan bakar ini agar aman, layak dan tersedia untuk digunakan.





Foto: Nate Cheney

Ketua CLIA Pierfrancesco Vago mengatakan: "Untuk mencapai ambisi keberlanjutan kolektif kita memerlukan investasi besar dari sektor publik dan swasta. Industri pelayaran, sebagai bagian dari sektor maritim yang lebih luas, melakukan perannya dengan membangun masa depan pelayaran di kapal-kapal kita saat ini.

Kita membutuhkan pemerintah untuk mendukung upaya penelitian, serta menyediakan peraturan yang jelas dan stabil, sehingga pemasok bahan bakar dan pihak lain dapat melakukan pekerjaan penting yang diperlukan."

Data menunjukkan bahwa perusahaan pelayaran CLIA terus berupaya mengurangi emisi. Hal-hal penting yang telah dicapai meliputi:

*Kemampuan Listrik Tepi Pantai (SSE) – Menyalurkan listrik di tepi pantai memungkinkan mesin kapal dimatikan, sehingga mengurangi emisi hingga 98%, tergantung pada campuran sumber energi, saat kapal berada di pelabuhan, menurut penelitian yang dilakukan oleh sejumlah perusahaan pelabuhan dunia dan Badan Perlindungan Lingkungan AS.

*Di seluruh armada kapal pesiar anggota CLIA, 120 kapal (46% dari total dan peningkatan 48% dalam jumlah kapal dengan SSE sejak tahun 2022) dilengkapi untuk terhubung ke listrik tepi pantai, dengan 86% kapal anggota CLIA (mewakili 95 kapal) % dari kapasitas penumpang global) mulai beroperasi antara sekarang dan tahun 2028 yang ditentukan untuk sistem kelistrikan tepi pantai.

*Saat ini terdapat 32 pelabuhan (dibandingkan dengan 29 pelabuhan pada tahun 2022), yang mewakili kurang dari 2% pelabuhan dunia, yang memiliki setidaknya satu tempat berlabuh kapal pesiar dengan kemampuan plug-in.

*Pada tahun 2028, diharapkan akan ada lebih dari 210 kapal dengan kemampuan pembangkit listrik di tepi pantai, ditambah kapal-kapal tambahan yang akan dilengkapi dengan kemampuan tersebut, mewakili total 72% kapal dan 74% kapasitas penumpang global.

*Pada tahun 2022, CLIA telah mengumumkan bahwa anggota perusahaan pelayaran lautnya telah membuat komitmen bahwa semua kapal yang singgah di pelabuhan yang mampu menyediakan listrik di tepi pantai akan dilengkapi untuk menggunakan SSE pada tahun 2035 atau dapat menggunakan teknologi alternatif rendah karbon, jika tersedia. untuk mengurangi emisi di pelabuhan.



Foto: Orbtal Media

*Sebagai bagian dari program ramah lingkungan Fit for 55 Uni Eropa, pada tahun 2030, pelabuhan-pelabuhan besar di Eropa akan diwajibkan memiliki listrik di tepi pantai, yang selanjutnya akan mempercepat ketersediaan investasi infrastruktur pelabuhan di wilayah tersebut.

*Sistem Pengolahan Air Limbah Tingkat Lanjut – Sebagai bagian dari fokus keberlanjutan mereka, perusahaan pelayaran telah berkomitmen untuk tidak membuang limbah yang tidak diolah di mana pun di dunia, selama operasi normal.

*Di seluruh armada kapal pesiar CLIA, 202 kapal (77% dari total), mewakili 80% kapasitas penumpang global (meningkat 12% dari tahun 2022) dilengkapi dengan sistem pengolahan air limbah yang canggih. Sistem ini beroperasi dengan standar yang lebih tinggi dibandingkan instalasi pengolahan di tepi pantai di banyak kota pesisir.

*Semua kapal baru yang dibangun oleh perusahaan pelayaran anggota CLIA dirancang untuk menggunakan sistem pengolahan air limbah canggih – sehingga totalnya akan menjadi 242 kapal, yang mewakili 80% armada dan 84% kapasitas global.

*Selain itu, sejak tahun 2019, jumlah kapal dengan sistem pengolahan air limbah canggih yang mampu memenuhi standar yang lebih ketat di Kawasan Khusus Laut Baltik telah meningkat sebesar 167%. Saat ini, hampir sepertiga kapal anggota CLIA memiliki kemampuan ini.

Bahan bakar terbarukan dan sumber energi alternatif – Berbagai anggota CLIA sedang menguji coba, menggunakan, dan menggabungkan kemampuan untuk menggunakan bahan bakar terbarukan, termasuk biofuel dan bahan bakar karbon sintetis, ke dalam kapal yang baru dibangun.

Dalam armada anggota CLIA, empat kapal yang berlayar saat ini menggunakan biofuel terbarukan sebagai sumber energi—dan empat kapal baru lainnya diharapkan dikonfigurasi untuk menggunakan biofuel terbarukan. Selain itu, 24 kapal telah melakukan uji coba biofuel dan dua kapal telah melakukan uji coba bahan bakar karbon sintetis.

Tujuh kapal baru diperkirakan akan menggunakan bahan bakar nol karbon, termasuk lima kapal yang direncanakan menggunakan metanol ramah lingkungan dan dua kapal diperkirakan menggunakan hidrogen ramah lingkungan.





15% kapal pesiar baru yang mulai beroperasi dalam lima tahun ke depan diperkirakan akan dilengkapi dengan penyimpanan baterai dan/atau sel bahan bakar untuk memungkinkan pembangkit listrik hibrida.

Bahan Bakar Gas Alam Liquified (LNG) – Ketika industri pelayaran mengantisipasi transisi menuju masa depan bahan bakar yang berkelanjutan dan terbarukan, beberapa kapal pesiar menggunakan gas alam cair (LNG).

Kapal yang dirancang dengan mesin LNG dan sistem pasokan bahan bakar dapat beralih ke LNG bio atau sintetis di masa depan, dengan sedikit atau tanpa modifikasi. Laporan tahun 2023 menemukan bahwa 48% dari kapasitas pembangunan baru akan dirancang dengan mesin LNG dan sistem pasokan bahan bakar.

Kapal-kapal ini adalah bagian dari kapal generasi masa depan yang akan mampu menggunakan bahan bakar laut terbarukan ketika penyedia bahan bakar dapat menyediakannya dalam skala besar.

Berdasarkan analisis SeaLNG dan lainnya, LNG saat ini merupakan bahan bakar fosil yang tersedia dalam skala yang memiliki kinerja terbaik dalam mengurangi emisi atmosfer. LNG hampir tidak menghasilkan emisi sulfur dan emisi partikulat, mengurangi emisi NOx sekitar 85%, dan mencapai pengurangan emisi gas rumah kaca hingga 20%.

*Bahan bakar laut yang berkelanjutan dan terbarukan dapat mencakup biofuel, bahan bakar karbon sintetis, dan pendekatan canggih lainnya termasuk bahan bakar nol karbon, seperti metanol hijau dan hidrogen hijau.

THE LABEL

Get yours now!
embrace yourself &
never afraid to
#BeDifferent



Instagram : **@jiesthelabel** | Tokopedia : **JIES the label**



Perjalanan Akan Mewakili Ekonomi Global US\$15,5 Triliun pada tahun 2033

OLEH EVAN MAULANA

Kerumunan wisatawan yang memenuhi bandara di banyak bagian dunia musim panas ini adalah tanda yang jelas tentang apa yang akan terjadi di masa depan untuk pariwisata. Pada tahun 2033, perjalanan akan menjadi industri senilai US\$15,5 triliun—menyumbang lebih dari 11,6% ekonomi global.

Dilansir dari *bnnbloomberg.ca*, ini mewakili peningkatan 50% dari nilainya \$10 triliun pada tahun 2019, ketika perjalanan mewakili 10,4% dari produk domestik bruto dunia.

Prakiraan 10 tahun datang dari World Travel & Tourism Council (WTTC), kelompok advokasi terkemuka yang didedikasikan untuk mengukur dampak ekonomi industri.

Meskipun dirilis pada Mei sebagai bagian dari laporan Dampak Ekonomi Dunia 2023 tentang perjalanan, data tersebut belum beredar di luar sejumlah kecil eksekutif industri hingga saat ini.

Laporan tersebut menguraikan kontribusi ekonomi dari pasar pariwisata utama dunia dan mengungkapkan lima ekonomi perjalanan dan pariwisata terkuat pada tahun 2022 dalam hal kontribusi PDB. Ini tetap sama seperti pra-2019:

AS, China, Jerman, Inggris, dan Jepang, dengan Jepang menyusul Inggris dalam daftar terbaru. Prancis, Meksiko, Italia, India, dan Spanyol melengkapi 10 besar.

Laporan tersebut juga memasukkan angka kontribusi perjalanan dan pariwisata ke pasar tenaga kerja: Secara keseluruhan, industri ini akan mempekerjakan hingga 430 juta orang pada tahun 2033, dibandingkan dengan 334 juta pada tahun 2019. Itu menyumbang sekitar 1 dari setiap 9 pekerjaan secara global.

Bukan hanya perjalanan yang mewakili bagian besar dari ekonomi global, tetapi juga tumbuh jauh lebih cepat daripada ekonomi pada umumnya.

"Para ekonom mengatakan bahwa PDB global akan tumbuh secara tahunan sekitar 2,6% per tahun," kata Julia Simpson, presiden dan CEO di World Travel & Tourism Council, berbicara kepada Bloomberg dari kantornya di New York.

"Dalam perjalanan dan pariwisata, kami mengharapkan [pertumbuhan tahunan] sekitar 5,1%," tambahnya. Proyeksi lain dari WTTC menunjukkan perubahan besar yang sedang terjadi.

Simpson menambahkan selama 10 tahun ke depan, ekonomi perjalanan AS, yang merupakan yang terbesar di dunia dalam hal total output ekonomi tahunannya sebesar US\$2 triliun, akan kehilangan mahkotanya ke China.

Pada tahun 2033, sektor perjalanan Tiongkok diperkirakan akan menyumbang US\$4 triliun dan akan membentuk 14,1% dari perekonomian Tiongkok. Sebaliknya, industri AS diproyeksikan mencapai US\$3 triliun dan akan mewakili 10,1% dari ekonomi AS.

Angka-angka ini mewakili jumlah yang dibelanjakan di dalam negeri oleh pengunjung internasional dan berapa banyak yang dibelanjakan warga masing-masing negara untuk perjalanan mereka sendiri ke luar negeri.

Pra-pandemi, wisatawan Tiongkok mewakili 14,3% dari pengeluaran perjalanan keluar global; pengembalian mereka yang tertunda ke perjalanan internasional, berkat perpanjangan penutupan perbatasan yang baru dicabut pada Januari 2023 dan penundaan pemrosesan paspor dan visa yang sedang berlangsung, telah menghambat pemulihan.

Tetapi seluruh dunia telah memberikan kompensasi. Amerika Latin, Amerika Utara, dan Eropa telah mendorong pemulihan yang cukup kuat, menurut laporan WTTC, sehingga industri diperkirakan akan kembali ke level 2019 pada akhir tahun ini.

Begitu wisatawan China kembali dengan kekuatan penuh, yang diharapkan pada tahun 2024, gelombang pertumbuhan signifikan lainnya untuk pariwisata global akan dimulai—dengan pangsa China dalam pengeluaran perjalanan keluar global diprediksi mencapai 22,3% pada tahun 2033.

Terlepas dari ketidakpastian ekonomi secara keseluruhan, orang "benar-benar ingin bepergian dan mereka memprioritaskan pengeluaran mereka untuk perjalanan," kata Simpson, mengutip temuan WTTC yang dirilis pada 15 Agustus dalam laporan nonpublik terpisah tentang tren global.



Foto: Rodnae Production



Bahkan prospek jangka pendek untuk perjalanan melukiskan gambaran bullish. Dalam data yang memeriksa lebih dari US\$63,6 miliar dalam transaksi, Virtuoso, jaringan lebih dari 20.000 penasihat perjalanan mewah, melaporkan pada 16 Agustus bahwa penjualannya pada paruh pertama tahun 2023 menghasilkan peningkatan 69% dibandingkan dengan level tahun 2019.

Lebih banyak orang yang memesan perjalanan lebih jauh, perusahaan telah melihat peningkatan penjualan sebesar 107% untuk tahun 2024 dan awal 2025, dibandingkan dengan apa yang ada di buku dengan pemberitahuan sebelumnya yang serupa pada tahun 2019 dan awal 2020.

Data Virtuoso menunjukkan lonjakan perjalanan berbasis alam, termasuk ekspedisi ilmiah dengan peneliti ke Antartika dan Galapagos.

Simpson dari WTTC setuju, mengatakan bahwa meskipun dia benar-benar melihat kembali ke kota, ada juga peningkatan selera untuk tujuan yang kurang dikenal, seperti Bulgaria dan Slovenia.

“Wisatawan semakin berani berpetualang. Mereka ingin benar-benar mencoba dan melihat tempat yang berbeda.” tambahnya. Pergeseran ini ditambah rintangan birokrasi telah membuat industri raksasa AS tertinggal dari para pesaingnya. Tapi pekerjaan di Amerika Serikat sedang meningkat.

Menurut laporan WTTC yang belum dipublikasikan tentang sektor perjalanan Amerika, negara tersebut akan melihat 21 juta orang bekerja di bidang perjalanan dan pariwisata pada tahun 2033—naik dari 17,5 juta pada tahun 2019—mewakili 1 dari 8 pekerjaan di seluruh negeri.

Pajang Karya “Work in Progress”: Sebuah Pameran Tentang Proses Penciptaan Karya

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sketsa Pulang Kerja bersama dengan Galeri Nasional akan menyelenggarakan sebuah pajang karya bertajuk “Work in Progress” pada 8 – 23 Desember 2023 mendatang di Bilik Komunitas Galeri Nasional, Jakarta Pusat, kata Luthfi Goya, panitia penyelenggara, hari ini.

Dalam pameran ini, pengunjung akan disugahi berbagai karya dari sebelas orang seniman terpilih. Tidak hanya keragaman karya yang dapat dinikmati, para pengunjung dapat melihat dokumentasi proses penciptaan karya dan hal-hal yang menginspirasi para seniman untuk karya yang dipamerkan.

Konsep pameran seperti ini masih terbilang cukup jarang, di mana para penikmat seni dapat mengetahui proses penciptaan karya, tidak hanya hasil akhirnya. Konsep “Work in Progress” tentu tidak asing di telinga para seniman. Setiap karya yang lahir, muncul dari sebuah inspirasi. Setelah itu para seniman akan menempuh berbagai eksplorasi dan proses.

Kegiatan inilah yang seringkali menjadi sebuah “work in progress”, dapat memakan waktu sehingga tercipta menjadi karya yang dapat dinikmati khalayak ramai. Dari sinilah Pajang Karya “Work in Progress” berangkat, karena proses penciptaan sebuah karya merupakan cerita tersendiri yang dapat dinikmati.

“Selain pajang karya, pengunjung juga dapat menikmati berbagai lokakarya yang diselenggarakan oleh komunitas Sketsa Pulang Kerja. Sketsa Pulang Kerja merupakan wadah kegiatan menggambar bersama yang diadakan setiap Rabu malam di berbagai kota di Indonesia,” kata Luthfi Goya.

Menurut dia, pengunjung dapat mengetahui informasi lebih lanjut mengenai Pajang Karya “Work in Progress” ataupun komunitas Sketsa Pulang Kerja dengan mengunjungi laman Instagram @spk.wip.

TENTANG KOMUNITAS:

Sketsa Pulang Kerja adalah sebuah wadah kegiatan menggambar bersama yang diselenggarakan di banyak kota, termasuk di antaranya Jakarta Barat, Jakarta Timur dan Bekasi, Jakarta Selatan dan Depok, Tangerang Selatan, Badung, Solo, Surabaya, serta Jogja.

Kegiatan ini terbuka untuk semua kalangan dan segala usia. Sketsa Pulang Kerja diselenggarakan setiap Rabu malam. Untuk mengetahui kegiatan kami lebih lanjut, Anda dapat mengakses laman Instagram @sketsapulangkerja.



Island Escape: Bersantai di Tengah Keindahan Alam di Asia Tenggara

OLEH HILDEA SYAFITRI

Asia Tenggara memiliki daya tarik yang tak tertahankan sehingga menarik wisatawan dari seluruh penjuru dunia. Pulau-pulaunya memberikan perpaduan unik antara ketenangan, kegembiraan, dan penemuan budaya di jantung surga tropis.

Dilansir dari *traveldailynews.com*, Asia Tenggara terkenal dengan keanekaragaman lingkungannya. Dari pantai-pantai indah di Bali hingga perairan biru kehijauan di Koh Kradan, setiap pulau memancarkan pesona tersendiri.

Daerah ini dikenal sebagai tempat pelarian bagi orang-orang yang ingin melepaskan diri dari kehidupan sehari-hari.

Apa yang membuat pulau-pulau di Asia Tenggara begitu menawan adalah keanekaragaman yang mereka miliki.

Pesona pulau-pulau di Asia Tenggara lebih dari sekedar keindahannya yang menakjubkan. Setiap pulau merupakan mikrokosmos tradisi, adat istiadat, dan sejarah yang telah membentuk komunitas lokal selama berabad-abad. Oleh karena itu, pengunjung mempunyai kesempatan untuk menyelami budaya Asia Tenggara yang dinamis.

Di antara banyak pulau di Asia Tenggara yang patut dikunjungi, berikut adalah beberapa contoh yang patut dipertimbangkan wisatawan.



Foto: Nico Iseli

Pulau Komodo, Indonesia

Pulau Komodo adalah salah satu dari 17.000 pulau di Indonesia. Tanah terjal ini terbentang hampir 400 kilometer persegi dan terkenal sebagai rumah bagi kadal terbesar di dunia, komodo. Di Pulau Komodo, populasi hewan komodo ini melebihi jumlah manusia di pulau tersebut. Pengunjung akan mendapatkan perjalanan unik saat menjelajahi lanskap vulkanik dan hutan lebat.

Daya tarik utamanya adalah Pantai Merah, salah satu dari tujuh pantai berpasir merah muda di dunia. Pasir berwarna kemerahan ini berasal dari cangkang merah mikroorganisme penghuni karang yang disebut foraminifera.

Saat mikroorganisme ini musnah, cangkangnya yang berwarna merah cerah menyatu dengan pasir putih di pantai. Pulau Komodo memiliki beragam ekosistem basah, seperti hutan bakau dan terumbu karang. Keajaiban alam ini menarik banyak petualang yang ingin menyelam, berdayak, atau menjelajahi pulau.

Siem Reap, Kamboja

Terletak di bagian barat laut Kamboja, kota ini menonjol sebagai pintu masuk ke wilayah Angkor. Namun, Siem Reap menawarkan berbagai daya tarik. Kurang dari enam kilometer sebelah utara Siem Reap, wisatawan bisa menemukan Angkor Wat. Ini adalah monumen keagamaan paling luas dan Situs Warisan Dunia yang menonjol.

Angkor Wat terdiri dari reruntuhan kompleks candi abad ke-12 yang luasnya lebih dari 162 hektar. Ini menampilkan banyak struktur yang dibangun dari balok batu pasir.

Daerah sekitarnya juga memiliki berbagai kuil lain yang dirancang dengan gaya Khmer, seperti Angkor Thom, Ta Prohm, dan Pre Rup. Di Siem Reap, pengunjung akan menemukan dua museum penting: Museum dan Pusat Bantuan Ranjau Darat Kamboja dan Museum Perang.

Museum Ranjau Darat Kamboja memberikan wawasan mengenai dampak jangka panjang ranjau darat terhadap Kamboja dan negara-negara Asia lainnya. Sementara itu, The War Museum menggali peran Kamboja dalam berbagai konflik.

Suasana unik kota ini muncul dari perpaduan pengaruh arsitektur Tiongkok dan kolonial. Kota ini juga menjadi tuan rumah beberapa pasar yang luas, seperti Psah Chas, untuk melayani penduduk dan pengunjung dengan souvenir dan produk segar.



Foto: Souris

Chiang Mai, Thailand

Dikenal sebagai pusat budaya Thailand, kota Chiang Mai di utara pernah menjadi ibu kota bekas Kerajaan Lanna. Kota ini dipenuhi dengan kuil-kuil tua, cagar alam hutan tersembunyi dan dikelilingi oleh pegunungan.

Chiang Mai terpesona dengan gaya hidupnya yang santai, keindahan alam, makna sejarah, dan warisan budayanya. Kota ini menawarkan berbagai pilihan tempat makan dan pilihan penginapan yang terjangkau untuk beristirahat sambil bermain permainan kasino RTP langsung dengan kripto.

Wat Phra That Doi Suthep adalah kuil penting di Chiang Mai. Terdiri dari kuil emas megah di atas bukit dan pemandangan panorama kota di bawahnya.

Di antara situs paling suci di Thailand, Wat Phra That Doi Suthep adalah salah satu kuil di Thailand dengan kompleks yang menakjubkan. Untuk pengalaman ajaib, wisatawan bisa tiba sesaat sebelum matahari terbenam ketika para biksu mulai melantunkan mantra.

Banyak backpacker menjadikan Chiang Mai sebagai tujuan utama selama perjalanan mereka di Thailand karena keterjangkauan kota tersebut, terutama dibandingkan dengan pantai selatan. Chiang Mai juga merupakan titik awal bagi komunitas pegunungan yang lebih kecil.

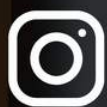
Dari Chiang Mai, para petualang sering melakukan perjalanan untuk menemukan provinsi Mae Hong Son di barat laut. Provinsi bersejarah di Thailand ini terkenal dengan desa-desa kuno dan komunitas suku kunonya.



Foto : Hongbin



N NINA NUGROHO



@ninanugrohoofficial



ninanugroho.com



Mars Terbitkan Peta Jalan Net Zero Roadmap, Kurangi 50% Pada Tahun 2030 Di Seluruh Mata Rantai Nilai Lengkap

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Mars Akan Mengurangi Setengah Karbon — atau sekitar 15 juta metrik ton — pada tahun 2030 di Seluruh Rantai Nilai dan Akan Terus Berinvestasi dalam Aksi Perubahan Iklim Meskipun Perekonomian Global Melemah.

Mars telah menerbitkan rencana aksi sumber terbuka — Peta Jalan Net Zero — untuk mempercepat tindakan menuju pencapaian emisi Net Zero, termasuk target baru untuk mengurangi separuh karbon pada tahun 2030 di seluruh rantai nilainya. Target ini merupakan Tujuan Pemegang Saham.

Mars menginvestasikan \$1 miliar selama tiga tahun ke depan untuk mendorong aksi iklim — mulai dari peternakan hingga meja makan dan makanan hewan, rantai pasokan hingga toko, dan rumah hingga klinik hewan.

Hal ini terjadi ketika survei besar Ipsos baru menemukan bahwa rata-rata 69% orang dewasa di tujuh negara dengan perekonomian terbesar di dunia berpendapat bahwa fokus bisnis dalam mengatasi perubahan iklim harus sama atau lebih besar daripada mengatasi tantangan ekonomi.

Mars, Incorporated merilis The Mars Net Zero Roadmap, sebuah rencana aksi yang menentukan untuk mencapai emisi gas rumah kaca (GRK) Net Zero di seluruh rantai nilainya pada tahun 2050. Mars Peta jalan tersebut mencakup target baru yang ditinjau oleh Inisiatif Target Berbasis Sains (Science Based Targets Initiative) untuk mengurangi emisi sebesar 50% pada tahun 2030, dari baseline tahun 2015, dengan jalur menuju Net Zero pada tahun 2050.

Perusahaan ini mencapai puncak emisi pada tahun 2018, dan telah mengurangi emisi GRK secara absolut sebesar 8% atau 2,6 juta metrik ton dibandingkan angka dasar pada tahun 2015, sekaligus meningkatkan pertumbuhan bisnis sebesar 60% pada periode tersebut.*

Sebagai bagian dari rencana aksi, Mars akan berinvestasi lebih dari \$1 miliar selama tiga tahun ke depan dan terus mengalokasikan sumber daya keuangan sesuai kebutuhan hingga Net Zero tercapai.

Mulai dari peternakan tempat makanan ditanam untuk manusia dan hewan peliharaan hingga klinik hewan tempat hewan peliharaan kita dirawat, Mars mengambil tindakan segera untuk mengurangi emisi GRK di seluruh bisnisnya guna membantu membangun masa depan yang lebih baik dan berkelanjutan bagi semua orang.

Net Zero mengacu pada keadaan ketika gas rumah kaca berkurang secara signifikan sambil memastikan bahwa emisi lain yang tidak dapat dihilangkan diseimbangkan dengan pembuangannya.

Peta jalan ini muncul setelah temuan baru-baru ini oleh Panel Antarpemerintah tentang Perubahan Iklim (IPCC) yang didukung PBB bahwa "sekarang atau tidak sama sekali" untuk mengambil tindakan drastis terhadap perubahan iklim untuk menghindari "bencana."

Hal ini terjadi seiring dengan survei besar Ipsos terbaru yang dilakukan oleh Mars, yang menemukan bahwa meskipun kondisi ekonomi saat ini sedang sulit, rata-rata 69% orang dewasa di tujuh negara dengan perekonomian terbesar di dunia berpendapat bahwa bisnis harus fokus pada jumlah yang sama (32%) atau lebih (37%) dalam mengatasi perubahan iklim dibandingkan tantangan ekonomi.

Penelitian tersebut melibatkan 14.468 orang di Amerika Serikat, Inggris, Tiongkok, Jepang, Jerman, Prancis, dan India. Laporan tersebut juga menemukan bahwa hampir separuh dari tujuh negara dengan perekonomian terbesar di dunia memberikan tanggung jawab yang besar kepada perusahaan multinasional dan pemerintah untuk melakukan perubahan guna mengatasi perubahan iklim.





Poul Weihrauch, CEO Mars mengatakan: tahun 2050 sepertinya masih jauh di masa depan, namun kemajuan yang kita capai dalam tujuh tahun ke depan sangatlah penting.

"Generasi CEO saya memiliki kemampuan dan tanggung jawab untuk mewujudkan pengurangan emisi aktual dan menjadikan bisnis berada pada jalur yang benar." kata Paul Weihrauch sambil menambahkan jalur yang jelas menuju Net Zero adalah pada tahun 2050. Itulah sebabnya Mars berkomitmen untuk memberikan pengurangan GRK sebesar 50% pada tahun 2030.

"Kita tidak bisa menunggu perekonomian membaik; kita harus terus maju dengan investasi yang melindungi bisnis kita saat ini dan di masa depan. Saya sudah katakan sebelumnya, keuntungan dan tujuan bukanlah musuh. Investasi dalam iklim bukanlah sebuah trade-off antara planet dan produktivitas, atau antara lingkungan dan lapangan kerja," tegasnya.

Konsumen dan Mitra kami jelas menginginkan keduanya – dan kami pun demikian. Berinvestasi dalam pengurangan emisi adalah hal yang penting. kebijakan bisnis yang sehat, dapat dicapai, terjangkau, dan mutlak diperlukan, tambahbya.

Poul Weihrauch melanjutkan, "Perusahaan harus dinilai – termasuk Mars – berdasarkan hasil aktual yang kami berikan terhadap rencana iklim kami, bukan hanya skala komitmen yang kami buat – sama seperti kami dinilai oleh dewan direksi dan investor berdasarkan hasil keuangan yang kami berikan, bukan kualitas perkiraan keuangan kami."

Barry Parkin, Chief Sustainability and Procurement Officer Mars, mengatakan: "Mars selalu mengikuti ilmu pengetahuan, dan ilmu pengetahuan mengatakan kita harus mengurangi emisi di seluruh rantai nilai kita sebesar 50% pada tahun 2030.

Ilmu pengetahuan mengarahkan kita pada lima hal mendasar yang menjadi peta jalan Net Zero harus mempertimbangkan untuk memberikan dampak yang nyata, misalnya tidak ada tempat untuk pengecualian atau pengecualian dan kita harus memprioritaskan kinerja dibandingkan janji.

Dalam mempersiapkan peta jalan, kami telah belajar bahwa hal ini sangat mungkin untuk dicapai dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang ada serta dan juga sepenuhnya terjangkau. Kita bisa mengembangkan bisnis dan mengurangi emisi.

Hal ini berarti mencakup seluruh emisi, memprioritaskan kinerja dibandingkan janji, memajukan kemajuan dengan pencapaian nyata, mengambil keputusan hari ini yang akan berdampak di masa depan, dan mencakup hal-hal yang tidak dapat dipangkas dengan kredit karbon berkualitas tinggi.

UNTUK MENCAPAI NET ZERO, MARS AKAN MEMPERCEPAT FOKUSNYA PADA:

*Bertransisi ke 100% energi terbarukan — dengan mengubah cara perusahaan memberi daya pada pabrik, kantor, dan rumah sakit hewan, menangani energi yang digunakan oleh petani, cara mereka mendapatkan bahan-bahan, dan bahkan energi yang digunakan oleh pelanggan (pengecer) dan oleh konsumen serta pemilik hewan peliharaan di rumah.

*Merancang ulang rantai pasoknya untuk menghentikan deforestasi — dengan meningkatkan transparansi dan ketertelusuran bahan-bahan utama seperti kakao, kedelai, dan daging sapi.

*Meningkatkan inisiatif pertanian cerdas iklim — dengan bekerja sama dengan petani dalam pertanian regeneratif, mengoptimalkan sumber daya, dan beralih ke energi terbarukan.

*Mengoptimalkan resep — mengembangkan bahan-bahan baru yang memiliki jejak gas rumah kaca yang lebih rendah untuk makanan ringan dan makanan manusia, serta protein alternatif untuk makanan hewan.

*Meningkatkan dan mengoptimalkan logistik — mendesain ulang jaringan, jenis transportasi yang diandalkan Mars dan sumber energi yang digunakan, misalnya elektrifikasi kendaraan atau potensi hidrogen ramah lingkungan.

*Memasukkan aksi iklim ke dalam dunia usaha — memasukkan pengurangan iklim ke dalam tata kelola dan perencanaan bisnisnya, termasuk sebagai tujuan pemegang saham, dalam rencana remunerasi variabel para eksekutif senior, dalam proses perencanaan investasi, dalam strategi merger dan akuisisi, dll.

Siapa pun yang tertarik untuk mempelajari lebih lanjut tentang strategi dan peta jalan Net Zero Mars dapat mengunduh dokumen di mars.com/netzero2050.





Filipina Dinobatkan Sebagai Tujuan Pelayaran Terbaik di Asia | OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Filipina untuk pertama kalinya meraih gelar Destinasi Pelayaran Terbaik Asia 2023 di World Cruise Awards di Dubai, Uni Emirat Arab. Menteri Pariwisata Christina Garcia mengatakan penghargaan ini merupakan kemenangan besar bagi pariwisata Filipina karena mencerminkan preferensi global terhadap destinasi pulau.

Pengakuan Filipina sebagai Destinasi Pesiar Terbaik di Asia melengkapi dan menegaskan kembali status sebagai destinasi yang wajib dikunjungi bagi para pecinta kapal pesiar.

Penghargaan bergengsi ini tidak hanya menjadi bukti daya tarik Filipina sebagai destinasi kapal pesiar namun juga merupakan validasi atas dedikasi kolektif Filipina. industri pariwisata dan Departemen Pariwisata, tambah Frasco.

"Kami bersyukur bahwa potensi negara ini dalam menawarkan pengalaman pelayaran yang luar biasa kini diakui dalam skala global." ungkapnya.

Negara lain yang bersaing untuk mendapatkan penghargaan tersebut antara lain India, Jepang, Singapura, Korea Selatan, Sri Lanka, Taiwan, Thailand, dan Vietnam.

Pada 16 Oktober, Filipina diproyeksikan memiliki 128 pelabuhan panggilan atau pelayaran pada tahun 2023 di 33 tujuan di seluruh negeri. Kapal pesiar ini diperkirakan membawa lebih dari 101,000 penumpang dan sekitar 50,000 awak, menurut rilis berita Senin.

Di antara kapal pesiar yang tiba termasuk Seaborne Encore, Silver Shadow, MSC Poesia, Queen Elizabeth, Norwegia Jewel, Coral Adventure, MS Seven Seas Explorer, MS Star Breeze, Silver Whisper, Oceania Cruises, Aidabella dan Blue Dream Cruise yang telah berhasil pelayaran perdananya ke Filipina bulan ini.

World Cruise Awards, sebuah program tahunan yang merayakan keunggulan dalam industri pelayaran, berafiliasi dengan World Travel Awards. Program penghargaan ini mengakui kontribusi luar biasa terhadap industri pelayaran.

Industri MICE Asia-Pasifik Akan Berkembang Diproyeksikan Mencapai Nilai US\$441,1 Miliar Tahun 2025

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Laporan terbaru diterbitkan oleh Allied Market Research, berjudul, "Industri MICE Asia-Pasifik berdasarkan Jenis Acara dan Negara: Peluang Analisis dan Prakiraan Industri, 2018 – 2025".

Laporan ini memberikan analisis rinci tentang kantong investasi teratas, strategi pemenang utama, pendorong & peluang, ukuran & perkiraan pasar, lanskap kompetitif, dan tren pasar yang terus berubah.

Dilansir dari *einnews.com*, istilah MICE dalam konteks perjalanan merupakan akronim dari pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran.

Pasar MICE mengacu pada ceruk khusus pariwisata kelompok yang didedikasikan untuk perencanaan, pemesanan, dan memfasilitasi konferensi, seminar, dan acara lainnya, dan merupakan kontributor pendapatan tertinggi bagi industri perjalanan.

Industri MICE menyediakan metode yang mudah dan nyaman untuk menyelenggarakan acara dan membantu memilih tujuan yang tepat, yang menjadi dasar kesuksesan acara.

MICE mewakili sektor pariwisata yang mencakup acara dan aktivitas bisnis seperti pertemuan klien, promosi merek & produk, ekspansi bisnis, pelatihan karyawan, dan insentif.

Globalisasi dunia usaha, pesatnya pertumbuhan UKM, dan maraknya kehadiran industri korporasi menyebabkan peningkatan besar-besaran dalam kegiatan usaha tersebut; dengan demikian, mendorong pertumbuhan industri MICE Asia-Pasifik.

Faktor penting lainnya yang mendorong pertumbuhan pasar adalah peningkatan perjalanan bisnis ditambah dengan perubahan gaya hidup pelancong bisnis yang mencari perjalanan liburan, urbanisasi yang pesat, dan peningkatan pendapatan yang dapat dibelanjakan.

Namun, tingginya biaya yang terkait dengan acara MICE dan kondisi geopolitik yang tidak menentu menghambat pertumbuhan pasar. Faktor-faktor seperti investasi dalam pembangunan infrastruktur dan kemajuan teknologi, diharapkan dapat memberikan peluang yang menguntungkan bagi pertumbuhan pasar. Industri MICE Asia-Pasifik tersegmentasi berdasarkan jenis acara dan negara.

Kampanye Promosi Pariwisata Untuk Menarik Lebih Banyak Wisatawan Asing Diluncurkan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Kampanye promosi pariwisata Visit Laos Year 2024 rencananya akan diluncurkan secara resmi pada bulan November, bertujuan untuk menarik wisatawan mancanegara dan Laos pada tahun 2024.

Wakil Perdana Menteri Kikeo Khaykhamphithoune mengatakan pada pertemuan Jumat lalu bahwa kampanye tersebut akan mendatangkan wisatawan ke Laos dan mendorong penciptaan produk yang akan memperluas cakupan pariwisata dan menambah nilai produk, serta meningkatkan kualitas layanan sejalan dengan persyaratan kelompok pasar sasaran,

"Program ini akan mencakup kegiatan budaya dan festival tradisional di wilayah pusat dan daerah, serta memperkuat pariwisata domestik dan menginspirasi lebih banyak wisatawan asing untuk mengunjungi Laos, sehingga akan menghasilkan lebih banyak pendapatan bagi masyarakat lokal," tambahnya.

"Kampanye ini telah menjadwalkan 75 kegiatan, dengan 14 di antaranya diadakan secara nasional dan 61 di provinsi," kata Menteri Penerangan, Kebudayaan dan Pariwisata Suanesavanh Vignaket.

Pihak berwenang Laos telah meningkatkan fasilitas pengunjung dan mengadakan lebih banyak kegiatan di luar ruangan seperti hiking dan memanjat, serta tempat perkemahan.

Mereka juga telah menerbitkan sertifikat teknis dan keselamatan terkait dengan kegiatan wisata seperti pendakian, balon udara, paramotor trip dan kapal pesiar, serta peningkatan akses terhadap tempat wisata.

Pemerintah berharap setidaknya 4,6 juta wisatawan asing dan Laos akan berwisata ke negara Asia Tenggara tersebut pada tahun 2024, sehingga menghasilkan pendapatan sebesar 712 juta dolar AS.



LINA KARTIKA

Get Inspired by the elegance and sophistication
of our collections. Perfect for any occasion.

@linakartika.official

