

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

Foto: Ilsa van den Heuvel

edisi 48

februari 2024

tidak untuk diperjualbelikan

**Tren Perjalanan yang Akan
Menentukan di Tahun 2024**

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

Jies

THE LABEL

Welcome to where fashion meets humor! We offer a delightful collection of funny shirts designed to add a dash of wit and playfulness to your wardrobe.

Previously known as Jiessport, we're now expanding to offer you unforgettable attire that will make you stand out in the crowd.

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



Instagram : [@jiesthelabel](#) | Tokopedia : **JIES the label**

FOREWORD



Tahun Baru, pengalaman baru menjadi impian banyak orang untuk mewujudkannya dan di tahun 2024 ini minat untuk melakukan wisata kuliner meningkat. Wisatawan global juga akan semakin fokus pada pengalaman menjelajah dunia yang berhubungan dengan kuliner.

Semakin banyak wisatawan yang mencari pengalaman kuliner yang menghubungkan mereka dengan budaya lokal dan tradisi destinasi pada tahun 2024 ini seperti diungkapkan ahlinya, Sam Seward, direktur pelaksana Exodus Adventure Travels.

Turis kini lebih fokus pada pengalaman yang meramaikan indera saat mengunjungi suatu destinasi karena perjalanan kuliner telah berkembang seiring dengan keinginan orang untuk mempelajari dan menyerap budaya suatu destinasi melalui pengalaman kuliner dan minuman.

Hongkong Tourism Board (HKTB) misalnya jauh-jauh hari sudah mempromosikan Hongkong Temple Street, memberikan layanan kedai makanan yang menawarkan cita rasa lokal, spot foto tematik baru menyemarakkan kawasan ini dengan sentuhan lokal dan menghidupkan suasana untuk menarik minat masyarakat setempat serta wisatawan untuk menjelajahi satu-satunya jalanan unik ini.

Bagaimana Indonesia? berita baiknya, Desember tahun 2023 lalu United Nations World Tourism Organization (UNWTO) telah menetapkan Ubud, Gianyar, Bali, sebagai percontohan wisata gastronomi dunia.

Deputi Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Vinsensius Jemadu mengatakan Ubud sudah sah menjadi prototipe wisata gastronomi dunia.

Kulineran di Ubud menjadi sebuah perjalanan wisata yang berhubungan dengan makanan, termasuk berkunjung ke produsen makanan, festival, hingga acara demonstrasi memasak dalam tujuan pariwisata.

Kemenparekraf juga telah kembali meluncurkan Karisma Event Nusantara (KEN) 2024 sebagai salah satu program unggulan sebagai daya tarik wisata yang diharapkan dapat mendorong minat kunjungan wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke berbagai daerah di tanah air.

Program KEN 2024 diluncurkan secara resmi pada Sabtu 27/1/2024 di Sasono Langen Budoyo, Taman Mini Indonesia Indah (TMII), dan terdapat 110 event yang terdiri dari 100 event unggulan dan top 10 event. Harapannya, wisatawan nusantara (lokal) yang mau berwisata tanpa menguras isi kantong dalam-dalam bisa pilih KEN, berwisata di tanah air sendiri.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

DAFTAR ISI

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword 04

Aer Lingus Ungkap Tren Perjalanan Tahun 2024, Wisatawan Tunjukkan Preferensi Kuat Atas Spontanitas 07

Penelitian WTTC: Lapangan Kerja Perempuan Sejak Tahun 2010 Naik Jadi 47,8 juta, Meningkat 24% 10

Temple Street: Tempat Menjelajahi Pengalaman Lokal Lewat Promosi HKTB yang Hadirkan Sentuhan Unik Hong Kong 14



Cerita Inspiratif Fernando Falcon: Doktor Farmasi dan Biokimia Klinis yang Jadi Pebisnis Pizza di Bali 18

Tren Perjalanan yang Akan Menentukan di Tahun 2024 21

Surga Kuliner Khas Nusantara Nur Corner Kini Hadir di Corner 28 24

5 Ide Bisnis Halal Terbaik Tahun 2024 26

Sandiaga Uno: Indonesia Tourism Fund Sudah Final 30



Memulai tahun 2024: Trip.com Group Ungkap Tren Perjalanan Teratas, Revolusi AI, dan Perjalanan Berkelanjutan 33

Pagi di Laut, Malam di Piring, Cara Aneka Seafood 38 Menjaring Tamu Nikmati Kuliner 38

NEOM Umumkan Aquellum, Komunitas Gaya Hidup Futuristik di Surga Pegunungan 42

Karisma Event Nusantara (KEN) 2024 Berikan Multiplier Effect Pada Masyarakat Terutama Zona Kuliner 45

IEG Asia Akuisisi Tiga Acara F&B, Perkuat Kehadirannya di Pasar Singapura dan ASEAN 50



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 Rizalddhi | Hadi Rahman

IT DIRECTOR

Besar Karunijaji

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

Ilsa van den Heuvel

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



Aer Lingus Ungkap Tren Perjalanan Tahun 2024, Wisatawan Tunjukkan Preferensi Kuat Atas Spontanitas

OLEH HILDEA SYAFITRI

HALAMAN SELANJUTNYA >>



Sebanyak 60% orang dewasa di Irlandia berlibur dua kali atau lebih ke luar negeri pada tahun 2023. Spanyol adalah tujuan utama Eropa bagi 60% wisatawan pada tahun 2024, diikuti oleh Portugal (30%), dan Prancis (26%).

Lebih dari setengah (60%) orang dewasa di Irlandia melakukan dua atau lebih liburan ke luar negeri pada tahun 2023 dan tren tersebut diperkirakan akan terus berlanjut tahun ini, menurut penelitian tren perjalanan baru Aer Lingus yang terungkap selama obral bulan Januari, yang berakhir pada Senin tengah malam tanggal 15 Januari.

Lebih dari 4 juta kursi berdiskon tersedia pada penerbangan tahun 2024 termasuk diskon luar biasa hingga 25% untuk penerbangan ke Eropa dan Inggris serta penerbangan Amerika Utara mulai hanya dengan 179 euro sekali jalan sebagai bagian dari perjalanan pulang pergi.

Dilansir dari [traveldailynews.com](https://www.traveldailynews.com), Resolusi Tahun Baru telah menunjukkan fokus yang berbeda pada perjalanan untuk tahun mendatang, 63% dari mereka yang disurvei menetapkan resolusi, dengan perjalanan menjadi prioritas utama bagi 41% orang, selain tujuan kesehatan dan keuangan.

Tujuan impian:

Dalam hal destinasi terpopuler untuk perjalanan Eropa tahun 2024, Spanyol memimpin sebagai pilihan utama bagi 60% wisatawan, diikuti oleh Portugal (30%), dan Prancis (26%). Tujuan favorit lainnya termasuk Kepulauan Yunani, Turki, dan Sisilia.

Meningkatnya minat untuk menjelajahi lokasi baru sejalan dengan diperkenalkannya rute baru oleh Aer Lingus pada Musim Panas 2024 ke Kreta, Sisilia, dan Turki, yang menawarkan peluang menarik bagi wisatawan yang ingin memanjakan keingintahuan budaya mereka.

Selain itu, tujuan perjalanan terpopuler di Amerika Utara pada tahun 2024 adalah New York (61%), diikuti oleh Florida (29%) dan Boston (21%).

Tren perjalanan:

Mayoritas responden yang disurvei mendambakan liburan santai tahun ini, dengan 57% menyebutkan waktu luang sebagai alasan utama mereka melakukan perjalanan. Diikuti oleh 16% yang berencana melakukan perjalanan mengunjungi teman atau keluarga, dan 15% mencari petualangan.

Riset tersebut juga mengungkapkan bahwa bersantai di pantai (55%) dan menjelajahi kota (53%) menempati urutan teratas dalam daftar aktivitas yang paling dinantikan untuk perjalanan tahun 2024.

Pilihan populer lainnya mencakup petualangan di luar ruangan (34%), menghadiri acara budaya dan festival musik (26%), dan berpartisipasi atau menonton acara olahraga (14%).

Khususnya, preferensi untuk bersantai di pantai lebih banyak di kalangan perempuan (61%), sedangkan laki-laki menunjukkan kecenderungan lebih besar terhadap eksplorasi kota (53%).

Pada tahun 2024, wisatawan dari Irlandia menunjukkan preferensi yang kuat terhadap spontanitas. Mayoritas, 57% mengatakan mereka lebih menyukai pengalaman tanpa pemandu dan dadakan, dibandingkan hanya 13% yang lebih menyukai tur berpemandu dan aktivitas terstruktur. Selain itu, 31% menyukai perpaduan kedua gaya liburan tersebut.

Pengaruh perjalanan

Lebih dari separuh jet setter Irlandia (54%) menemukan inspirasi perjalanan mereka melalui rekomendasi dari teman dan keluarga. Instagram adalah sumber terpopuler berikutnya dengan 30%, diikuti oleh situs ulasan (28%).

Bagi wisatawan Gen Z, media sosial memainkan peran yang lebih signifikan, dengan inspirasi dari teman dan keluarga tetap kuat sebesar 52% dan peningkatan preferensi terhadap TikTok (39%), dan Instagram (38%).

Di antara mereka yang mengandalkan media sosial, perempuan lebih terlibat dibandingkan laki-laki, dengan penggunaan Instagram 8% lebih tinggi dan preferensi terhadap TikTok 5% lebih besar.

Program loyalitas dan penghargaan yang ditawarkan oleh maskapai penerbangan berpengaruh bagi hampir seperlima responden dalam keputusan pemesanan perjalanan mereka.

Ketika menentukan faktor penentu perjalanan, biaya merupakan pertimbangan utama bagi 36% responden, diikuti oleh keinginan akan sinar matahari (24%) dan daya tarik destinasi (17%).

Bagi mereka yang berusia 65 tahun ke atas, biaya tidak terlalu menjadi perhatian karena hanya mempengaruhi 13% wisatawan dalam kelompok usia ini, dibandingkan dengan lebih dari sepertiga (35%) demografi muda yang menjadikan biaya sebagai pertimbangan utama mereka.





Penelitian WTTC: Lapangan Kerja Perempuan Sejak Tahun 2010 Naik Jadi 47,8 juta, Meningkat 24%

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Laporan Dampak Sosial Perjalanan & Pariwisata (Travel & Tourism) yang baru ungkapkan peningkatan yang signifikan pekerjaan perempuan sejak tahun 2010.

Penelitian baru dari World Travel & Tourism Council (WTTC) dan Pariwisata Berkelanjutan Global Center (STGC) yang diprakarsai oleh Kementerian Pariwisata Arab Saudi mengungkapkan bahwa Global Travel & Sektor pariwisata memberikan peluang kerja yang meningkat bagi perempuan dan generasi muda di seluruh dunia.

Laporan tersebut menunjukkan bahwa sektor Perjalanan & Pariwisata secara langsung mempekerjakan sejumlah perempuan yang jumlahnya meningkat pesat antara tahun 2010 dan 2019, meningkat dari 38,6 juta menjadi 47,8 juta, meningkat sebesar 24%.

Laporan ini juga menemukan bahwa sektor perhotelan merupakan sektor yang paling banyak mempekerjakan perempuan di sektor ini, dan menyumbang lebih banyak lagi dari separuh jumlah pekerja perempuan.



Pekerja muda ditampilkan sebagai komponen penting dalam angkatan kerja di sektor ini, mewakili 15% dari seluruh angkatan kerja pekerjaan di sektor ini pada tahun 2010 dan 2021.

Sebaliknya, jumlah pekerja muda dalam lapangan kerja global turun dari 16,5% pada tahun 2010 menjadi 12,5%. pada tahun 2021, menyoroti pentingnya Perjalanan & Pariwisata terhadap lapangan kerja kaum muda.

Ahmed Al Khateeb, Menteri Pariwisata Arab Saudi, mengatakan: "Memberikan wawasan dan data mengenai status quo sektor ini membuat laporan ini memungkinkan negara dan wilayah untuk menetapkan tujuan yang jelas untuk memberdayakan perempuan dan melibatkan generasi muda.

"Kerajaan Arab Saudi terus memainkan peran utama dalam berinvestasi pada talenta yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan yang berkembang ini. Hal ini secara strategis selaras dengan tujuan Visi Saudi 2030 terkait dengan pemberdayaan pemuda dan perempuan.

"Sebagai gambaran, kita mengalami peningkatan angkatan kerja perempuan partisipasi sebesar 64% sejak 2021." kata Julia Simpson, Presiden & CEO WTTC. Dia, mengatakan bahwa sebagai bagian dari Penelitian Lingkungan & Sosial, kami melakukan hal tersebut dengan bangga telah bekerja sama dengan Sustainable Tourism Global Center dan meluncurkannya laporan yang sangat penting ini, tambahnya.

"Untuk pertama kalinya, kami dapat menunjukkan bahwa sektor ini mempunyai dampak yang sangat positif secara global, mendukung lebih banyak pekerjaan berupa tinggi, lapangan bermain yang setara bagi perempuan, dan menyediakan layanan jangka panjang, berkelanjutan, pekerjaan yang menarik secara ekonomi bagi generasi muda di seluruh dunia."

Gloria Guevara, Kepala Penasihat Khusus Menteri Pariwisata Arab Saudi, mengatakan: "Kami melihat laporan bersama ini sebagai tonggak sejarah lainnya bagi sektor perjalanan dan pariwisata global. Dengan mendukung kualitas lapangan kerja bagi kaum muda dan perempuan, kami mengembangkan sektor yang lebih berkelanjutan," tegasnya.

Wanita dalam Perjalanan & Pariwisata (highlight)

Laporan tersebut mengungkapkan bahwa sektor ini mempekerjakan perempuan sedikit lebih tinggi dibandingkan sektor lain secara global pada tahun 2021 – 39,3% dibandingkan dengan rata-rata 39,2%. Menurut laporan tersebut, perhotelan adalah penyedia lapangan kerja terkemuka di sektor Perjalanan & Pariwisata perempuan, terhitung lebih dari setengah (52%) dari seluruh pekerjaan perempuan pada tahun 2019.

Di seluruh dunia, perempuan mempunyai porsi pekerjaan yang lebih besar dalam bidang Perjalanan & Pariwisata dibandingkan pekerja di sektor ekonomi. dan tenaga kerja yang luas di Asia-Pasifik dan Amerika. Jumlah perempuan yang bekerja di bidang Perjalanan & Pariwisata di Afrika telah mengalami peningkatan sejak tahun 2010, dan jumlah pekerja perempuan di seluruh perekonomian di Timur Tengah pun meningkat juga tumbuh secara signifikan.

Pemuda dalam Perjalanan & Pariwisata (sorotan)

Penelitian ini menyoroti pertumbuhan generasi muda yang dipekerjakan langsung di sektor ini secara konsisten dan stabil selama dekade terakhir, dengan total 39,7 juta pekerjaan yang didukung oleh Travel Tourism di seluruh dunia pada tahun 2018, 2019, naik 28% sejak 2010. Namun, angka ini sangat dipengaruhi oleh COVID-19, yang menyebabkan lapangan kerja bagi kaum muda turun sebesar 27%.

Khususnya, dalam semua tahun yang dianalisis, lebih dari separuh lapangan kerja kaum muda global di sektor Perjalanan & Sektor pariwisata berada di kawasan Asia-Pasifik dengan jumlah 9,2 juta pada tahun 2021. Dengan pertumbuhan lapangan kerja bagi kaum muda hampir 37% antara tahun 2010 dan 2019, wilayah ini melampaui semua wilayah lain yang hampir mencapai 20%.

Pekerjaan berupah tinggi di bidang Perjalanan & Pariwisata (sorotan)

Pada tahun 2021, hampir 34% pekerjaan di sektor Perjalanan & Pariwisata global dikategorikan sebagai pekerjaan berupah tinggi, meningkat dari 29,6% pada tahun itu.

Secara regional, Asia-Pasifik mempunyai pangsa pekerjaan berupah tinggi terbesar di sektor ini (38,7%), diikuti oleh Afrika (36,2%), dan Amerika (30,6%). Data komprehensif dari laporan Penelitian Lingkungan dan Sosial dapat ditemukan di halaman baru situs mikro interaktif tersedia di sini, dan laporan Sosial selengkapnya dapat ditemukan di sini.



Jepeto's,

**BREAKFAST
PACKAGE ONLY
50K**

ALL MENU BREAKFAST
& FREE COFFEE

CO-WORKING SPACE AVAILABLE

OPEN DAILY

9 AM - 6 PM

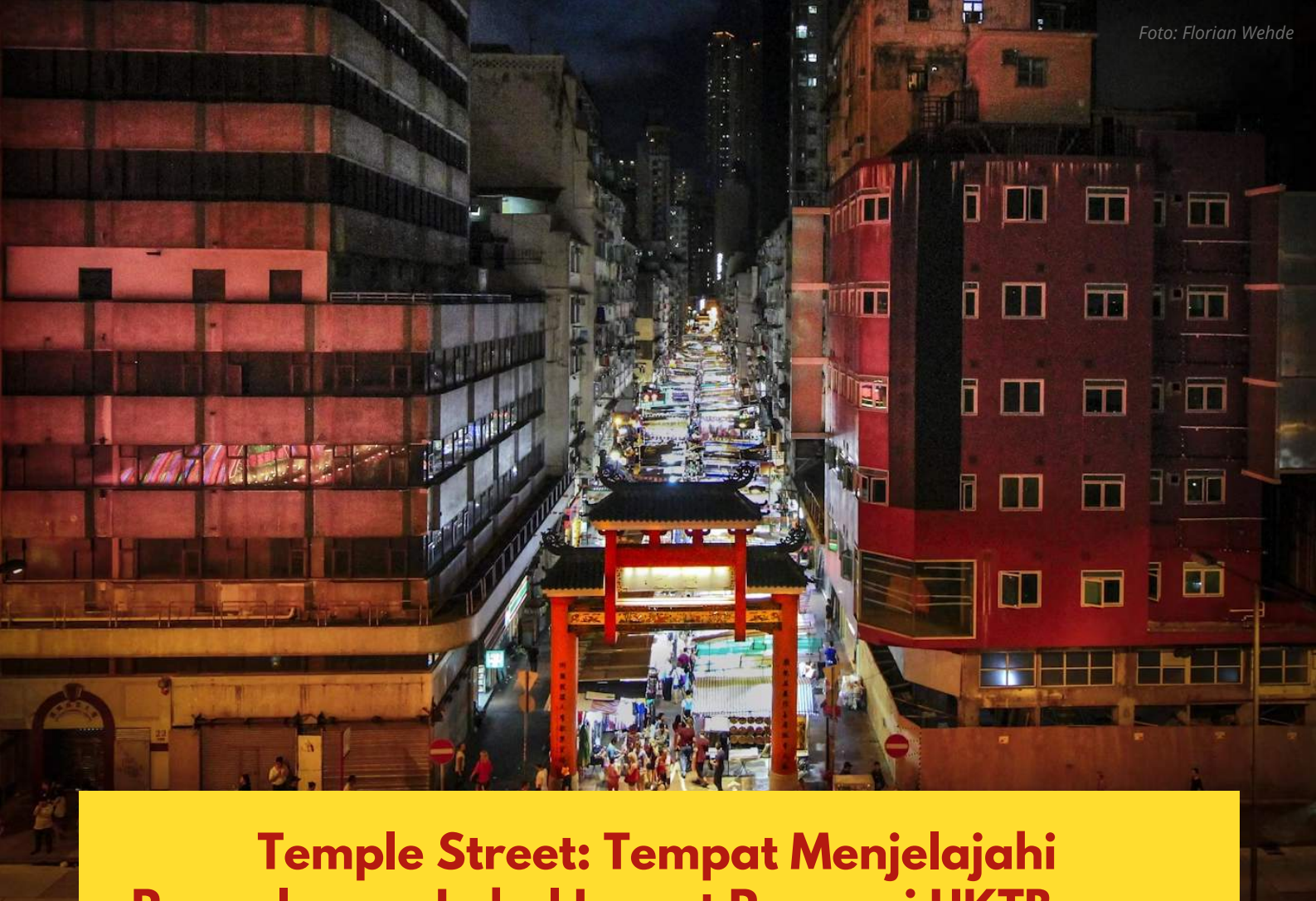


SCAN HERE FOR LOCATION

Jl. Raya Uluwatu Pecatu
No.27, Pecatu, South
Kuta, Badung, Bali



@jepetosbali



Temple Street: Tempat Menjelajahi Pengalaman Lokal Lewat Promosi HKTB yang Hadirkan Sentuhan Unik Hong Kong

OLEH EVAN MAULANA

Sebagai pusat keramaian malam hari yang unik di Hong Kong, Temple Street telah lama dikenal dengan makanan lezat, tempat belanja, dan budaya lokal yang otentik, serta memiliki daya tarik tersendiri bagi para pengunjung untuk mengalami sisi lain dari Hong Kong.

Hong Kong Tourism Board (HKTB) kini menghadirkan sensasi baru di area tradisional klasik ini dan meluncurkan promosi baru selama enam bulan yang dimulai dari Desember 2023.

Selain kedai makanan yang menawarkan cita rasa lokal, spot foto tematik baru menyemarakkan kawasan ini dengan sentuhan lokal dan menghidupkan suasana untuk menarik minat masyarakat setempat serta para pengunjung untuk menjelajahi satu-satunya jalanan unik ini.

Dr. Pang Yiu-kai, Chairman HKTB, mengatakan bahwa Temple Street adalah tempat wisata malam hari yang ikonik di kota ini, "Untuk meramaikan 'Night Vibes Hong Kong', HKTB bekerja sama dengan para pedagang di Temple Street untuk menghadirkan pengalaman baru di kawasan tersebut.

"Selain mempromosikan pengalaman di Temple Street yang dilengkapi dengan sentuhan komunitas yang berbudaya, kami juga akan mempromosikan hidangan lokal di daerah tersebut sehingga meningkatkan suasana malam hari yang semarak di Temple Street dengan berbagai dekorasi artistik, mengajak masyarakat setempat dan pengunjung untuk menjelajahi cita rasa paling otentik di Hong Kong," katanya.

Kami sangat menyarankan semua orang untuk mengunjungi Temple Street secara langsung untuk merasakan pengalaman yang unik ini.

Bersamaan, kami juga berharap para mitra dagang kami akan mengembangkan produk wisata dengan unsur Temple Street di masa mendatang, sehingga lebih banyak pengunjung yang dapat menikmati pengalaman khas Hong Kong, kata Dr. Pang Yiu-kai.

Chan Kam Wing, Ketua asosiasi pedagang setempat atau disebut the Yau Ma Tei Temple Street Association of Hawkers and Shop Operators mengatakan, "Temple Street bukan hanya kawasan yang penuh dengan kemeriahan, namun juga destinasi yang menawarkan pengalaman beragam di mana modernitas dan tradisi berpadu.

Keragaman kuliner dan semangat kebersamaan yang tinggi merupakan sebuah keistimewaan bagi para pengunjung dan penduduk setempat yang ingin menjelajahi sisi lain dari Hong Kong.

"Dalam promosi ini, kami telah mengumpulkan toko-toko di Temple Street dan area sekitarnya untuk menghadirkan berbagai kedai makanan sehingga pengunjung dan masyarakat setempat dapat mengisi perut di pasar serba ada sebelum melakukan penjelajahan mendalam di Temple Street".

Dia sangat senang mendapatkan dukungan dari berbagai departemen pemerintah dan berterima kasih kepada HKTB yang telah memperindah Temple Street dan menginisiasi promosi ini, sekaligus mengajak wisatawan untuk mengunjungi Temple Street.

Dua Sentuhan Utama yang Memadukan Inovasi ke dalam Cita Rasa Otentik Temple Street

HKTB meningkatkan promosi wisata Temple Street yang menyatukan elemen kuliner dan kesenian untuk menghadirkan momen istimewa dan meningkatkan suasana yang meriah, sehingga memotivasi masyarakat hingga wisatawan untuk mengunjungi kembali lokasi ini sekaligus menarik minat pengunjung yang baru pertama kali datang untuk merasakan pengalaman malam yang hanya ada di sini.

Cita rasa Temple Street: 22 kedai makanan dan sekitar sepuluh kedai lainnya yang menawarkan kudapan bernuansakan nostalgia terletak di dekat gapura Temple Street di dekat Jordan.

Menawarkan pengunjung berbagai kudapan lokal, cita rasa eksotis, dan kudapan nostalgia. Dekorasi jalanan yang mempesona dan HKTB mengundang arsitek lokal, Stanley Siu, untuk merancang serangkaian instalasi seni cahaya.





Foto: Nicolas Hoizey

Rambu-rambu jalan, dan proyeksi visual bertemakan Hong Kong dan Temple Street untuk memeriahkan jalanan ini, menciptakan kilauan yang mempesona untuk menerangi Temple Street di malam hari.

Rangkaian rambu-rambu ditempatkan di sepanjang Jordan Road untuk memandu pengunjung dalam melakukan kunjungan ke Temple Street, sehingga mereka dapat menjelajahi berbagai kejutan yang ada.

Instalasi seni bercahaya: Instalasi seni bercahaya bertema Temple Street dipasang di 11 lokasi. Temukan berbagai lampu neon yang menyerupai karakter keberuntungan asal Tionghoa, seperti kelelawar dengan ikon koin yang membawa keberuntungan dan berkah. Apa saja yang bisa dilihat?

1. Ada burung, bakso ikan, wadah teh herbal berbentuk buah pir, dan kepiting pedas, sembari menikmati sisi artistik budaya lokal Temple Street. Elemen-elemen nostalgia khas Hong Kong seperti gerbang kereta api juga dimasukkan ke dalam instalasi dengan desain minimalis modern, memberikan kesan tersendiri pada budaya tradisional Temple Street.

2. Rambu-rambu jalanan yang khas: Elemen artistik ditambahkan ke rambu-rambu jalan yang ada. Misalnya, ikon kartun gapura Temple Street, claypot rice, dan kepiting pedas ditambahkan ke rambu-rambu jalanan untuk memberikan informasi kepada para pengunjung secara menyenangkan, sekaligus menjadikannya sebagai objek foto yang penuh kekhasan Temple Street.

3. Proyeksi seni: Proyeksi seni menghiasi tiap langkah para pengunjung di sepanjang Temple Street, berbagai lentera, burung, dan ikon lainnya menampilkan keunikan suasana Temple Street.

Dengan banyaknya pengunjung yang menjadikan Tin Hau Temple sebagai destinasi wisata, terdapat proyeksi yang menampilkan karakter Tionghoa yang merepresentasikan kebahagiaan dengan harapan dapat melimpahkan berkah bagi para pengunjung.



Foto: Katharine Crompton

Jam buka yang diperpanjang di Tin Hau Temple Complex, Yau Ma Tei setiap Sabtu

Dengan adanya dukungan dari Tung Wah Group of Hospitals, Tin Hau Temple Complex, Yau Ma Tei yang telah berusia seabad ini, telah dinyatakan sebagai bangunan bersejarah di Hong Kong, memperpanjang jam bukanya setiap hari Sabtu dari pukul 17.00 hingga 22.00 untuk menghadirkan sentuhan budaya pada suasana malam hari di Temple Street.

Meningkatkan promosi untuk para wisatawan dari Tiongkok hingga mancanegara

HKTB akan meningkatkan promosi di situs website dan mempublikasikan video interaktif, serta mengoptimalkan berbagai platform streaming video dan media sosial seperti YouTube, Xiaohongshu, dan WeChat guna memaksimalkan pengaruh strategi publikasi.

Sebagai contoh, blogger Xiaohongshu dan para blogger Hong Kong yang berbasis di Tiongkok diundang untuk menjelajahi Temple Street secara langsung agar dapat merasakan pengalaman nyata .

Kemudian mereka membagikan pengalaman budaya tradisional, kejutan baru dari kuliner dan seni, serta sentuhan budaya komunitas ini ke berbagai pasar target mulai dari Tiongkok hingga mancanegara untuk mengundang para wisatawan mengunjungi Hong Kong.

HKTB berterima kasih kepada Yau Ma Tei Temple Street Association of Hawkers and Shop Operators, para pedagang dan masyarakat sekitar, departemen pemerintah serta perusahaan listrik yang terlibat atas dukungan maupun kerja samanya, sehingga promosi ini dapat berjalan dengan baik.





Cerita Inspiratif Fernando Falcon: Doktor Farmasi dan Biokimia Klinis yang Jadi Pebisnis Pizza di Bali

OLEH JUSTIN SABRINSKY

Fernando Falcon, seorang pria asal Uruguay, bukanlah sosok yang terpaku pada satu bidang saja, beliau menantang narasi konvensional dengan beralih antar berbagai bidang pada kedua ujung spektrum.

Meskipun cinta akan selancar ombak membekas sejak dulu, perjalanannya tidak sebatas itu. Setelah berhasil meraih dua gelar PhD (Doktor) dalam bidang farmasi dan biokimia klinis, Fernando sempat bekerja dalam industri tersebut. Namun, kebosanan dan perasaan galau setelah putus dari pacarnya mendorongnya untuk menjelajahi passion lain.

Perjalanan Fernando membawanya ke dunia musik, menjadi seorang DJ dan pemain drum, menjelajahi berbagai lokasi di Amerika Selatan seperti Rio de Janeiro, Sao Paulo, Ubatuba, Paraty, dan Trindade di Brazil, serta Punta Lobos di Chile.

Takdir membawanya ke Costa Rica pada tahun 2016, awalnya untuk tinggal selama tiga bulan, namun cintanya pada tempat tersebut mendorongnya untuk menjual semua kepemilikannya di Uruguay dan menetap di sana. Di tepi pantai Santa Theresa, Fernando mulai menjual krepes ala Uruguay.

Tidak terpaku di satu tempat, Fernando menjelajahi berbagai surga selancar di Costa Rica, seperti Playa Hermosa, Jaco, Pavones, dan Tamarindo. Dengan bekerja hanya empat jam sehari, ia memiliki cukup waktu untuk berselancar, meresapi irama ombak yang memukau.

Namun, takdir mengambil jalan yang tak terduga ketika seorang teman mengajaknya pindah ke California, Amerika Serikat, untuk bekerja di sebuah ladang. Menghabiskan lima bulan di California dan tujuh bulan di Costa Rica, Fernando menjalani hidup dengan menyewakan kamar melalui Airbnb, berjualan makanan, bermain drum, dan menjadi DJ.



Meskipun menjadikan Costa Rica sebagai basisnya, Fernando juga menjelajahi tempat-tempat seperti Puerto Escondido di Meksiko, Bocas del Toro di Panama, dan El Tunco di El Salvador. Di Amerika Serikat, ia menjelajahi sepanjang Highway 1 dari Los Angeles hingga San Francisco, Oregon, dan New York City.

Didorong oleh hasratnya terhadap ombak, Fernando menemukan dirinya berada di Bali. Awalnya bermaksud tinggal hanya enam bulan hingga Juni 2020, takdir campur tangan dengan munculnya pandemi COVID-19. Terjebak di Indonesia, Fernando akhirnya memutuskan untuk membangun bisnisnya di Bali.



Apa yang dimulai sebagai mimpi buruk perlahan berubah menjadi kenyataan ketika ia membuka restoran "La Bamba" pada Agustus 2020 sebagai uji coba pasar. Meskipun awalnya hanya ingin menjadi tempat pizza ala Uruguay/Amerika Selatan, Fernando berkolaborasi dengan pemiliknya, Pak Made, dan koki bernama Bli Putu.

Hasilnya, menu pun berkembang dari kopi dan sarapan hingga hidangan seperti bruschetta, fish n chips, burger tempe, salad, poke bowl, dan kopi.

Hingga Januari 2023, menu restoran ini terus berkembang dengan penambahan pizza untuk makan malam. Hingga November 2023, La Bamba semakin dikenal dengan menu beragam seperti quesadilla, taco, fajitas, burrito, dan berbagai macam pasta.

Buka dari jam 7.30 pagi hingga 11.30 malam, La Bamba tidak hanya terkenal dengan pizzanya tetapi juga dengan hidangan klasik seperti "La Bamba Milanese con Pure," yang menjadi favorit banyak pelanggan asal Amerika Selatan.

Fernando Falcon merasa sangat bersyukur dapat menjalani hidup dan berbisnis di Bali. Ia telah mewujudkan mimpinya meninggalkan kehidupan lama dan mengejar kebahagiaan dengan berselancar setiap hari.

Bagi Fernando, menjadi seseorang yang bisa menikmati hidup adalah tujuan yang membuatnya merasa lengkap, meski bukan menjadi orang terkaya di dunia.



Lebih dari kesuksesan kuliner, Fernando secara aktif memberikan kontribusi pada komunitas lokal. La Bamba menjadi pusat pertemuan dan acara amal, mengumpulkan dana untuk anak-anak yang membutuhkan dan menyelenggarakan pameran seni untuk mendukung seniman lokal.

Perjalanan sukses Fernando mengajarkan kita bahwa hidup dan bisnis tidak selalu mengikuti rencana yang sudah ditentukan. Perubahan tak terduga dan tantangan dapat membawa kita ke arah yang lebih baik, membuka pintu untuk peluang baru yang mungkin tidak pernah kita bayangkan sebelumnya.

Dengan tekad yang teguh dan komitmen untuk terus berkembang, Fernando Falcon adalah contoh nyata bahwa kebahagiaan tidak hanya tentang mencapai kesuksesan finansial, tetapi juga tentang mengejar passion dan hidup sesuai dengan nilai-nilai yang kita yakini.

Selain bisnis dan kegiatan sosialnya, Fernando juga terlibat dalam inisiatif pendidikan. Bersama dengan beberapa teman, dia mendirikan program beasiswa untuk anak-anak lokal di Bali, memberikan mereka kesempatan untuk mengakses pendidikan yang berkualitas.

Melalui kisah hidupnya yang unik dan perjalanan yang luar biasa, Fernando Falcon terus menginspirasi banyak orang untuk menjalani hidup dengan maksimal dan melihat setiap tantangan sebagai peluang untuk tumbuh dan berkembang. Melalui La Bamba dan berbagai inisiatifnya, Fernando bukan hanya memasak hidangan lezat tetapi juga meracik resep kebahagiaan yang bisa dibagikan kepada semua orang di sekitarnya.





Tren Perjalanan yang Akan Menentukan di Tahun 2024

OLEH HILDEA SYAFITRI

Ketika satu tahun berlalu dan satu tahun lagi yang baru dijalani maka, para ahli mulai mengeluarkan prediksi tentang apa yang mungkin terjadi dalam 12 bulan ke depan.

Hal ini terutama berlaku untuk industri perjalanan, di mana preferensi dan prioritas konsumen terus berkembang sebagai respons terhadap berbagai masukan dan faktor.

Di tahun mendatang, beberapa tekanan dan faktor tersebut mencakup pemanasan global, konflik regional, dan kehidupan kita yang semakin didominasi secara digital.

Dilansir dari *travelpulse.com*, wisatawan sudah sibuk memesan liburan mereka yang akan datang, sehingga memberikan gambaran sekilas kepada para pakar industri tentang tren perjalanan yang mulai terbentuk.

Dari perjalanan jarak jauh hingga perjalanan hidup yang lambat dan peningkatan signifikan dalam perjalanan yang didorong oleh kesehatan, ada berbagai perkembangan menarik yang muncul.

TravelPulse berbicara dengan pakar perjalanan dan orang dalam untuk menggali apa yang akan terjadi pada tahun 2024 dan inilah yang mereka katakan;

Bertindak atas Keberlanjutan

Istilah keberlanjutan bukanlah hal baru bagi industri perjalanan. Ini telah menjadi topik hangat selama bertahun-tahun, terutama pascapandemi.

Namun tahun 2024 mungkin merupakan tahun di mana para pelancong mulai benar-benar fokus pada masalah ini, kata Editor Senior Travelzoo, Gabe Saglie.

"Mereka akan mulai mendefinisikan dan mengadopsi tindakan pribadi, betapapun kecilnya, yang secara nyata menunjukkan kepedulian dan rasa hormat terhadap destinasi yang mereka kunjungi dan masyarakatnya – dan pada akhirnya, mengurangi jejak karbon mereka," kata Saglie.

Anggap saja ini sebagai tindakan kecil pribadi yang mempunyai dampak kolektif yang besar, termasuk membawa botol air dan tas belanja yang dapat digunakan kembali, lebih sering menggunakan transportasi umum, dan berbelanja di bisnis lokal di tempat tujuan.

Anda juga dapat melihat lebih banyak wisatawan memilih destinasi yang kurang dikenal untuk membantu mengurangi overtourism di tahun-tahun mendatang dan melakukan perjalanan di luar musim liburan.



"Mengubah hal-hal kecil ini menjadi keputusan sadar ketika merencanakan dan melaksanakan perjalanan akan mendapatkan momentum dan semakin banyak dari kita akan menggunakan hal-hal seperti media sosial untuk berbagi tindakan kita guna menginspirasi orang lain," kata Saglie.

Untuk membantu memfasilitasi tindakan yang berarti tersebut, Travelzoo baru-baru ini mengumumkan inisiatif global terbarunya. Dijuluki #travelfortomorrow, inisiatif ini dirancang untuk menginspirasi wisatawan agar berjanji mengambil tindakan nyata menuju perjalanan berkelanjutan pada tahun 2024 dan seterusnya.

Tenggelam dalam Wisata Kuliner

Wisatawan juga akan semakin fokus pada pengalaman menjelajah dunia yang berhubungan dengan kuliner. Semakin banyak wisatawan yang mencari pengalaman kuliner dan wine yang menghubungkan mereka dengan budaya lokal dan tradisi destinasi pada tahun 2024, kata Sam Seward, direktur pelaksana Exodus Adventure Travels.

"Lebih fokus pada pengalaman yang meramalkan indera saat mengunjungi suatu destinasi," jelas Seward kepada TravelPulse. Perjalanan kuliner telah berkembang seiring dengan keinginan orang untuk mempelajari dan menyerap budaya suatu destinasi melalui pengalaman kuliner dan minuman mereka, tambahnya.



Foto: Priscilla Du Preez



Surga Kuliner Khas Nusantara Nur Corner Kini Hadir di Corner 28

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sosok Nur Asia Uno dalam lima tahun terakhir meramaikan dunia kuliner nasional. Tangan dingin istri Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) Sandiaga Uno ini berhasil membangun dan mengelola Nur Corner, sebuah restoran yang mengusung menu makanan khas nusantara hingga menu western di Jalan Jenggala II No.9, Senopati, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.

Sukses dengan Nur Corner yang menjadi show case kuliner usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) nusantara, Nur Asia mengembangkan usaha bisnis kulinernya di daerah Petogogan. Tepatnya di Jalan Cibitung II No.34, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan dengan nama Corner 28.

Mirip dengan Nur Corner, Corner 28 juga menyajikan hidangan khas nusantara dan produk UMKM. Meski Corner 28 berlokasi di Jakarta, rasa yang dihadirkan otentik karena diracik dan diolah para koki mumpuni. Lidah para penikmat kuliner dimanjakan dengan rasa seperti berada langsung di daerah asal menu khas tersebut.

"Rasa otentik berbagai hidangan khas nusantara dan produk kuliner UMKM yang kami kurasi dari seluruh Indonesia," kata Nur Asia yang merupakan istri Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno (Menparekraf) Sandiaga Uno.

Grand Opening Corner 28 untuk umum dilakukan hari ini, Senin (29/1/2024). Hadir dalam Grand Opening Corner 28; Menparekraf Sandiaga Uno, Menteri Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia (Menpora RI) Dito Ariotedjo beserta istri, Ibu Mien Uno, Pengusaha Edwin Soeryadjaya, Anita Chairul Tanjung istri Chairul Tanjung, Pengusaha Millie Stephanie Lukito, dan Presenter Kondang Ferdy Hasan.

Menurut Nur Asia, Corner 28 berupaya menciptakan sebuah sudut yang menciptakan ruang di mana para UMKM bisa saling bertemu dan berkembang bersama. Corner 28 menyediakan wadah bagi penikmat kuliner nusantara agar bisa menemui dengan mudah dan mencicipi kuliner terbaik dari berbagai penjuru daerah di Indonesia.

"Seperti halnya sudut-sudut rumah yang nyaman, Corner 28 menyediakan tempat untuk para warga lokal berkumpul, saling bertukar cerita dan merayakan dengan cita rasa makanan tradisional Indonesia sekaligus merasakan budaya Indonesia di dalamnya," tutur Nur Asia.

Menu kuliner khas nusantara yang menjadi unggulan di Corner 28 diantaranya; Gulai Kepala Salmon, Nasi Campur Bali, Rawon, Iga Bakar, Tongseng, dan Bakso Iga.

Selain menu khas nusantara, Corner 28 juga menyajikan western food, seperti; Prawn Salad Roll, Pasta Baked Macaroni, Creamy Musroom, Salmon Steak, dan Roasted Lamb shank. Jangan lupa, untuk mencoba hidangan ringan kekinian yang sedang populer, yaitu Bread pudding.

SEJARAH CORNER 28

Selama empat tahun berdiri @nur.corner yang selalu dipenuhi momen-momen seru di setiap sudutnya, dari pengalaman ini, Nur Asia Uno melahirkan Corner 28. Tempat ini bukan sekedar restoran di Jakarta Selatan pada umumnya, resto ini menggabungkan cita rasa Indonesia yang dikemas dengan nuansa hangat.

Corner 28 buka sejak Senin hingga Minggu pukul 09.00-21.00 WIB. Lokasi Corner 28 di Jalan Cibitung II No.34, Petogogan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan.





5 Ide Bisnis Halal Terbaik Tahun 2024

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Industri halal pada tahun 2024 berada di titik puncak pertumbuhan yang luar biasa, didorong oleh peningkatan populasi Muslim global dan semakin banyak konsumen yang memprioritaskan pertimbangan etis dalam keputusan pembelian mereka.

Dilansir dari halaltimes.com, eksplorasi sebelumnya mengenai 25 ide bisnis halal teratas memberikan wawasan berharga bagi para wirausaha. Hari ini, kami menggali lebih dalam pasar yang sedang berkembang ini, menyajikan daftar lima ide bisnis halal inovatif yang dikurasi dengan cermat.

Konsep-konsep ini tidak hanya menjadi yang terdepan dalam tren pasar namun juga menawarkan peluang keuntungan besar bagi wirausahawan yang berpikiran maju.

Baik Anda seorang pebisnis profesional atau wirausaha pemula, ide-ide ini dirancang untuk membantu Anda memanfaatkan pasar Halal yang sedang booming.

Bergabunglah bersama kami saat mengeksplorasi peluang-peluang mutakhir yang dirancang untuk mendefinisikan ulang industri ini dan menghasilkan keuntungan finansial yang signifikan.

5 Ide Bisnis Halal Terbaik Tahun 2024

1. Makanan dan Minuman Halal: Usaha Kuliner yang Beragam

Memperluas Melampaui Daging Halal Tradisional

Sektor makanan halal tidak terbatas pada produk daging saja. Pengusaha dapat menjajaki beragam produk bersertifikat halal, mulai dari produk susu hingga produk kembang gula.

Meluncurkan restoran atau kafe bersertifikat halal atau bahkan bisnis truk makanan halal dapat menarik basis konsumen yang luas, termasuk individu yang sadar akan kesehatan.

Demikian pula, memproduksi makanan kemasan bersertifikat halal dapat memenuhi meningkatnya permintaan akan pilihan makan yang nyaman dan diperbolehkan.

Pasar sudah matang untuk produk makanan halal yang inovatif seperti produk halal vegan, produk organik, dan makanan ringan yang berfokus pada kesehatan. Hal ini dapat dipasarkan secara efektif melalui platform e-commerce, supermarket, dan toko kesehatan khusus.

2. Kosmetik Halal dan Perawatan Pribadi: Solusi Kecantikan yang Etis

Gelombang Kecantikan yang Etis dan Bebas Kekejaman

Permintaan terhadap kosmetik dan perawatan kulit halal, bebas dari bahan haram, semakin meningkat pesat. Memulai bisnis produk kecantikan bersertifikat halal dapat menjangkau pasar Muslim dan non-Muslim yang berfokus pada konsumsi etis.

Memanfaatkan e-commerce untuk mendistribusikan produk kecantikan halal dan berinteraksi dengan influencer media sosial untuk pemasaran dapat meningkatkan visibilitas merek dan penjualan secara signifikan.

3. Fashion Sederhana: Pakaian Global yang Sedang Tren

Modest Fashion: Revolusi Mode

Modest Fashion adalah tren yang sedang berkembang secara global. Pengusaha dapat memanfaatkan hal ini dengan meluncurkan merek fesyen sederhana atau butik online yang menawarkan beragam pakaian, aksesoris, dan alas kaki.

Kolaborasi dengan desainer dan influencer dalam menciptakan koleksi busana sederhana yang unik, serta fokus pada praktik berkelanjutan, dapat menambah nilai dan daya tarik yang signifikan.

4. Keuangan dan Fintech Islam: Layanan Keuangan Sesuai Syariah

Solusi Keuangan Etis

Menawarkan layanan keuangan Islam yang mematuhi prinsip-prinsip Syariah, seperti perbankan bebas bunga, dana investasi, dan Takaful (asuransi), dapat menarik konsumen Muslim dan investor yang beretika.



Foto: Brooke Lark



Foto: Raamin ka



Foto: Alexi Romano



Foto: Clay Banks



Foto: Katya Ross

Mengembangkan platform digital yang ramah pengguna untuk layanan keuangan Islam dapat menjadikan solusi keuangan etis ini lebih mudah diakses dan nyaman.

5. Perjalanan dan Pariwisata Halal: Pengalaman yang Disesuaikan

Membuat Paket Perjalanan Ramah Halal

Mengembangkan paket perjalanan yang melayani destinasi ramah halal dengan akomodasi dan pilihan bersantap yang sesuai dapat menjadi terobosan baru dalam industri perjalanan.

Memberikan pengalaman perjalanan yang lengkap dengan panduan, aktivitas, dan pengalaman ramah halal dapat membedakan bisnis Anda di pasar perjalanan yang kompetitif.

Industri halal pada tahun 2024 menawarkan peluang yang beragam dan menguntungkan bagi para wirausaha. Memahami kebutuhan konsumen halal, memastikan kepatuhan halal yang otentik, dan menarik khalayak lebih luas yang mencari produk berkualitas dan beretika adalah kunci kesuksesan.

Ide-ide bisnis halal terbaik ini tidak hanya siap dipasarkan namun juga siap untuk berkembang dalam lanskap pasar yang sadar sosial. Ini hanyalah gambaran sekilas tentang berbagai peluang yang menanti dalam lanskap bisnis halal. Jadi, singingkan lengan baju Anda.

Keluarkan kreativitas Anda, dan bergabunglah dengan para wirausahawan garda depan yang membentuk masa depan industri yang dinamis dan berdampak ini.

Ingat, pasar halal lebih dari sekedar makanan – ini adalah pintu gerbang menuju berbagai kemungkinan yang menunggu untuk dijelajahi

Siap menyelam lebih dalam? Mari kita bersama-sama membuka potensi yang menguntungkan dari ide bisnis halal ini!

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id



Sandiaga Uno: Indonesia Tourism Fund Sudah Final

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pembahasan Indonesia Tourism Fund tengah difinalkan di Kementerian Keuangan termasuk penunjukkan untuk pengelolaannya, kata Menparekraf Sandiaga Salahuddin Uno mengawali Jumpa Pers Awal Tahun 2024 di Kemenparekraf.

"Dana awalnya Rp 2 triliun untuk tiga fungsi utama yaitu nation branding, mendukung promosi pariwisata Indonesia di mata dunia serta promosi Meeting Incentive Conference (MICE)," tegas Sandi Uno.

Di acara Jumpa Pers Akhir Tahun Kemenparekraf akhir tahun lalu dia mengungkapkan Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas telah memulai pembentukan skema pembiayaan pariwisata dan ekonomi kreatif.

"Presiden Joko Widodo sudah memutuskan dan memfinalkan atas pelaksanaan Indonesia Tourism Fund (ITF) pengelolaannya di bawah Kementerian Keuangan dengan menunjuk satu BUMN untuk pelaksanaannya," tambahnya.

Salah satu tujuan dibentuknya skema ITF ini adalah untuk meningkatkan kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional dan lapangan kerja. Sebab, sektor ini mempunyai multiplier effect terhadap perekonomian nasional.

Sebagai perbandingan, berikut negara-negara yang juga menerapkan skema pembiayaan pariwisata atau dikenal dengan istilah Tourism Fund. Salah satu negara yang telah menerapkan sistem ini adalah Saudi Arabia dan Kenya.

Saudi Arabia dan Kenya punya keunggulan masing-masing. Saudi Arabia memiliki Tourism Fund untuk mengembangkan sektor pariwisata sebagai bagian dari upaya diversifikasi ekonomi mereka.

Ini adalah langkah strategis untuk mengurangi ketergantungan negara pada sektor minyak dan menciptakan sumber pendapatan tambahan melalui pariwisata.

Sedangkan Kenya Tourism Fund (TF) merupakan badan usaha negara yang didirikan berdasarkan UU Pariwisata tahun 2011 yang mulai beroperasi pada 1 September 2012 menggantikan Badan Pengatur Retribusi Katering dan Pengembangan Pariwisata yang sebelumnya sudah ada sejak tahun 1972.

Kenya memiliki keunggulan pariwisata yang mencakup keindahan alam, keanekaragaman satwa liar, dan warisan budaya yang kaya. Taman nasional dan cagar alamnya, seperti Taman Nasional Maasai Mara, menyajikan pemandangan indah dan menjadi rumah bagi berbagai spesies satwa.

Termasuk migrasi besar-besaran dari gajah, jerapah, dan zebra. Pantai-pantai eksotis seperti Diani dan Malindi menambah daya tarik wisatawan. Selain itu, suku Maasai yang terkenal dengan warisan budayanya menambah pengalaman budaya yang unik bagi para pengunjung.

Dana Pariwisata di Kenya menjadi sumber pendanaan utama bagi pembangunan berkelanjutan industri pariwisata dengan mendiversifikasi basis sumber daya untuk membiayai pengembangan industri pariwisata berkelanjutan melalui inovasi, keunggulan layanan, dan keterlibatan pemangku kepentingan.

Skema pengumpulan dana yang diterapkan Kenya dilakukan dengan mengumpulkan dana retribusi pariwisata (2% sesuai ketentuan Pasal 105 UU Pariwisata 2011).

Salah satu cara pengumpulan dana tersebut adalah melalui platform eLevy yang dikelola oleh dana pariwisata. Selain retribusi, Tourism Fund di Kenya juga menerima dan mengelola pengumpulan dana yang berasal dari hadiah, sumbangan, hibah atau wakaf.

Skema penyaluran dana dilakukan dengan melaksanakan program seperti pengembangan produk dan jasa pariwisata, kegiatan pemasaran, pelayanan, perlindungan, dana bergulir pelatihan pariwisata dan pengelolaan lembaga pelatihan pariwisata dan perhotelan.

Sementara Saudi Arabia telah mengumumkan beberapa proyek pariwisata besar, seperti NEOM dan The Red Sea Project. NEOM adalah kota pintar dan kawasan ekonomi khusus yang diusung oleh Pangeran Mahkota Mohammed bin Salman. The Red Sea Project adalah proyek resor mewah di sepanjang Pantai Laut Merah.



Foto: Amari Nation



Dana kekayaan negara Arab Saudi, Dana Investasi Publik (PIF), telah mengumumkan pembentukan Perusahaan Investasi Pariwisata Saudi (Asfar) untuk mendukung pertumbuhan sektor pariwisata negara tersebut.

Apa yang Akan Dilakukan Perusahaan Investasi Pariwisata? berinvestasi dalam proyek pariwisata baru, mengembangkan destinasi yang menarik, berinvestasi dalam rantai nilai pariwisata lokal. Arab Saudi juga melibatkan sektor swasta:

Perusahaan akan membantu sektor swasta dengan bermitra dalam investasi dan dengan menciptakan lingkungan yang menarik bagi pemasok lokal, kontraktor, dan usaha kecil dan menengah untuk mengembangkan proyek dan destinasi pariwisata.

Perusahaan terkait pariwisata lainnya yang dimiliki oleh PIF adalah perusahaan investasi Aseer, yang bertujuan mengubah Aseer menjadi tujuan wisata sepanjang tahun, perusahaan Pusat Kota Saudi, diberi mandat untuk membangun dan mengembangkan kawasan pusat kota di Arab Saudi.

Memulai tahun 2024: Trip.com Group Ungkap Tren Perjalanan Teratas, Revolusi AI, dan Perjalanan Berkelanjutan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Saat matahari terbenam pada tahun 2023, Trip.com Group, pemimpin global dalam layanan perjalanan online, merefleksikan lanskap dinamis perjalanan selama setahun terakhir, menawarkan wawasan tentang tren yang ada untuk membentuk perjalanan pada tahun 2024.

Pembukaan kembali perbatasan Tiongkok memicu lonjakan perjalanan global

Dengan dibukanya perbatasan Tiongkok, perjalanan meningkat pesat oleh gelombang wisatawan Tiongkok yang memiliki permintaan perjalanan ke luar negeri yang terpendam.

Data Trip.com menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemesanan perjalanan keluar negeri, menunjukkan peningkatan enam kali lipat dibandingkan tahun 2022.

Tren ini terutama terlihat selama periode liburan, seperti Pekan Emas 8 hari di bulan Oktober yang menyaksikan lonjakan perjalanan keluar negeri sebanyak delapan kali lipat.



Hal ini merupakan awal yang menarik untuk musim Liburan Tahun Baru yang padat dari 31 Des 2023 hingga 3 Jan 2024, yang mencatat peningkatan pemesanan sebesar 240% dari tahun ke tahun sejak tahun 2022.

Data tersebut juga mengungkapkan bahwa wisatawan Tiongkok memiliki minat yang kuat untuk mengunjungi Asia Tenggara, dan banyak dari negara-negara tersebut menduduki peringkat teratas tujuan outbound pilihan pada tahun 2023:

5 Destinasi Teratas Wisatawan Tiongkok Tahun 2023

Thailand, Jepang, Korea Selatan, Singapura dan Malaysia menjadi 5 Destinasi Teratas Wisatawan Tiongkok Tahun 2023. Meningkatnya minat terhadap perjalanan keluar negeri diperkirakan akan terus berlanjut pada tahun 2024.

Menurut data Trip.com, pasar sumber utama pariwisata inbound di Tiongkok meliputi Korea Selatan, Jepang, Singapura, Amerika Serikat, Australia, Malaysia, Kanada, Thailand, Inggris, dan Jerman.

Destinasi pilihan pengunjung di Tiongkok tersebut adalah Shenzhen, Shanghai, Guangzhou, Beijing, Zhuhai, Hangzhou, Foshan, Xiamen, Zhongshan, dan Chengdu. Faktanya, tujuh dari sepuluh pemesanan hotel yang dilakukan wisatawan mancanegara ditujukan untuk Shenzhen.

Selain itu, "China Travel Guide" dari Trip.com, sebuah panduan komprehensif yang memberikan informasi hotel, transportasi, pembayaran, dan informasi terkait perjalanan lainnya kepada pengunjung yang datang ke Tiongkok, telah melayani hampir 100.000 pengunjung luar negeri sejak diluncurkan pada bulan September.

Kami juga bermitra dengan penyedia layanan pembayaran elektronik seperti Alipay untuk menyederhanakan pembayaran bagi pengunjung luar negeri, membantu wisatawan internasional menavigasi perjalanan mereka di Tiongkok.

AI menjadi pusat perhatian dalam perencanaan prediktif untuk tahun 2024

Saat kita memasuki tahun 2024, lanskap perjalanan sedang mengalami perubahan paradigma, didorong oleh integrasi AI yang meluas.

Yang memimpin perubahan transformatif ini adalah TripGenie, asisten perjalanan AI canggih yang terintegrasi ke dalam aplikasi seluler Trip.com.

Memanfaatkan teknologi model bahasa besar yang mutakhir, TripGenie, yang diluncurkan pada tahun 2023, telah berkembang menjadi teman perjalanan yang dipersonalisasi.

Hal ini mengubah cara kami merencanakan perjalanan, mulai dari menyusun rencana perjalanan yang dipesan lebih dahulu, memungkinkan pemesanan instan, dan memberikan respons secepat kilat terhadap pertanyaan pengguna.

Misalnya, jika Anda bertanya "Bagaimana cara merencanakan perjalanan 5 hari ke Bangkok?"

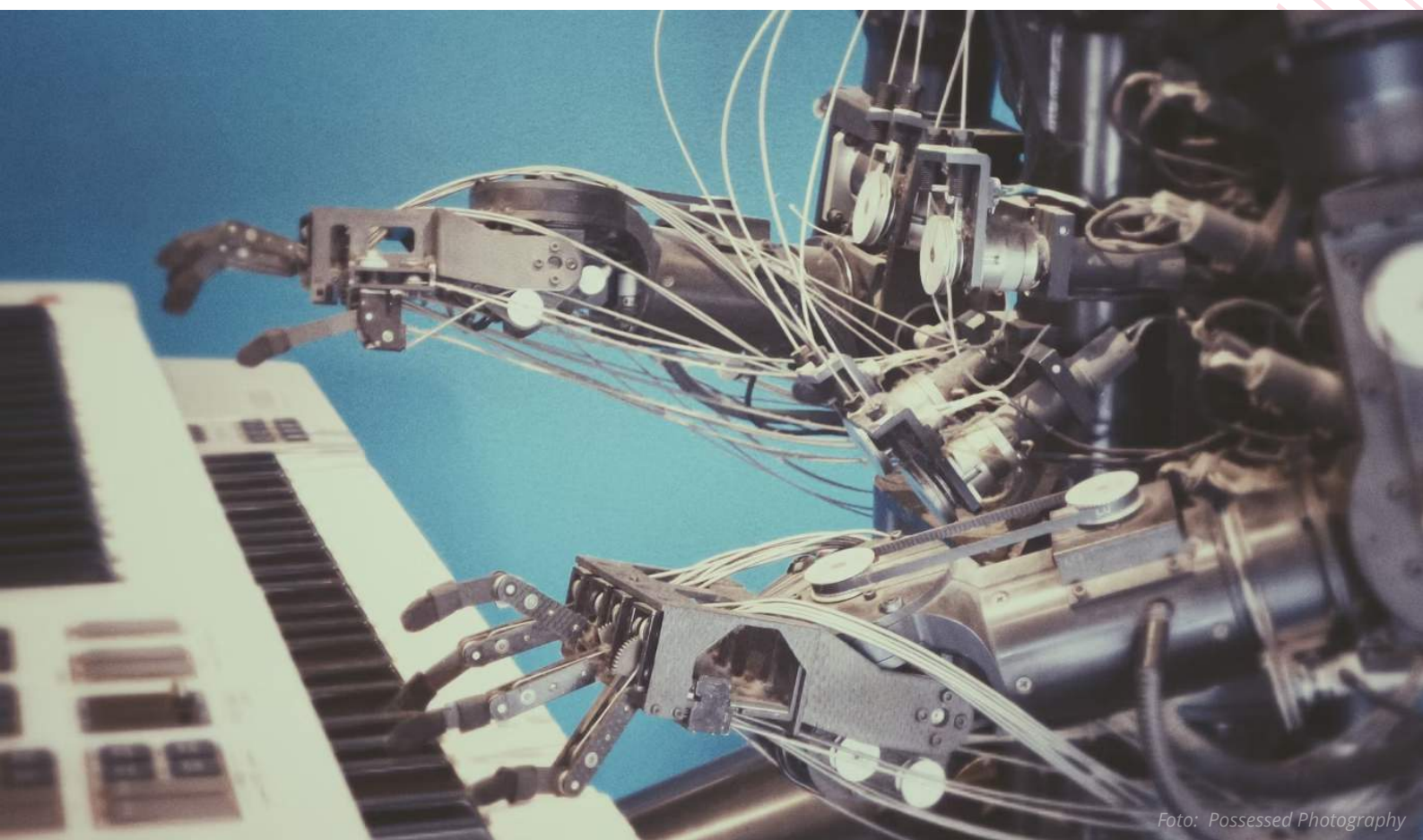


Foto: Possessed Photography



Pada akhir tahun 2023, penelusuran pengguna TripGenie menunjukkan peningkatan minat terhadap konten terkait "panduan perjalanan", yang mencerminkan meningkatnya permintaan akan informasi terkait perjalanan yang komprehensif.

Penelusuran populer lainnya terkait dengan "penerbangan", "hotel", "rencana perjalanan", dan "atraksi".

Berkembang melampaui TripGenie, Trip.com memperkenalkan daftar pilihan yang didukung AI untuk meningkatkan pengalaman pemesanan bagi pengguna.

"Trip.Best" yang merekomendasikan opsi perjalanan terbaik, "Trip.Deals" yang menampilkan penerbangan teratas, akomodasi, dan promo perjalanan lainnya, dan "Trip.Trends" yang menampilkan topik dan acara perjalanan paling populer berdasarkan penelusuran pengguna.

Kompilasi dinamis ini disesuaikan dengan preferensi pengguna yang diperoleh dari data real-time, memberikan gambaran sekilas tentang masa depan perencanaan perjalanan pada tahun 2024.

Misalnya, dalam daftar "Trip.Deals", pengguna global telah menunjukkan minat khusus pada 5 destinasi teratas berikut: London, Bangkok, Amsterdam, Paris dan Hongkong.

Festival musik dan taman hiburan memimpin atraksi global tahun 2024

Saat kita menyongsong tahun 2024, dunia perjalanan mulai merangkul tren wisata acara yang menyenangkan, dengan festival dan taman hiburan ikonik yang muncul sebagai landasan perjalanan.

Taman hiburan secara khusus bersiap untuk mengalami peningkatan yang luar biasa, setelah mengalami peningkatan pemesanan yang mengesankan sebesar 65% pada tahun 2023 dibandingkan dengan tingkat pemesanan pada tahun 2019.

Menurut data Trip.com, berikut 10 taman hiburan teratas tahun 2023 secara global:

- *Disneyland Hong Kong
- *Universal Studios Jepang
- *Taman Laut Hongkong
- *Universal Studios Singapura
- *Tokyo Disneyland
- *Tokyo DisneySea
- *Everland, Korea
- *Studio Universal Hollywood
- *LEGOLAND, Malaysia
- *Taman Air Adventure Cove

Taman hiburan juga masuk dalam lima dari sepuluh atraksi terpopuler secara global pada tahun 2023, dengan Singapore Zoo, Gardens by the Bay, The Peak, S.E.A Aquarium, dan Osaka Aquarium Kaiyukan juga masuk dalam daftar 10 teratas.

Arena hiburan live, konser dan festival musik melampaui batas, memikat penonton dari seluruh penjuru dunia. Pada tahun pertama kami memasuki kategori konser pada tahun 2023, Trip.com telah menyaksikan hasil yang sangat positif.

Kategori "acara+tiket" telah menjadi salah satu produk yang paling banyak dicari di platform kami. Secara global, konser dan festival musik seperti Carnival World Tour milik Jay Chou di Bangkok dan konser ONE milik Wang Leehom di kota yang sama masing-masing merupakan dua konser terpopuler.

Selama Tur Dunia Karnaval Jay Chou di Bangkok, volume penelusuran hotel di Bangkok mengalami lonjakan signifikan sebesar 175% dalam seminggu setelah pengumuman konser (8-14 September), dibandingkan dengan minggu sebelumnya (1-7 September).

Pada saat yang sama, penelusuran tiket pesawat ke Bangkok menunjukkan peningkatan besar sebesar 213%. Selain itu, jumlah pemesanan menginap hotel di Bangkok pada tanggal 9 Desember melonjak sebesar 129% jika dibandingkan dengan dua minggu yang sama.

Selain itu, pemesanan penerbangan dari Tiongkok mencatat peningkatan signifikan sebesar 118%. Konser yang menampilkan artis-artis internasional diharapkan dapat mempertahankan keunggulan mereka sebagai acara global yang paling dinantikan, menjanjikan tahun 2024 yang mendebarakan dan penuh dengan pengalaman budaya yang tak terlupakan.

Berikut 5 konser dan festival musik teratas tahun 2023:

- * Tour Dunia Karnaval Jay Chou Bangkok
- * Wang Leehom SATU konser Bangkok
- * Bergulir Keras Pattaya
- * Jacky Cheung Makau
- * JJ Lin Hong Kong



Foto: Lonely Planet



Bangkitnya perjalanan berkelanjutan dan pariwisata acara pada tahun 2024

Melihat ke dalam bola kristal untuk tahun 2024, ada dua tren penting yang tampaknya akan membentuk lanskap perjalanan:

Perjalanan berkelanjutan dan meningkatnya event pariwisata. Lebih dari sekedar proyeksi numerik, tren ini menandakan pergeseran kesadaran dan preferensi wisatawan. Menurut laporan ESG terbaru Trip.com Group, lebih dari 16 juta pelanggan telah memilih opsi perjalanan rendah karbon, yang menandakan meningkatnya minat terhadap eksplorasi ramah lingkungan.

Inisiatif standar hotel rendah karbon dari Trip.com Group juga diluncurkan pada tahun 2023 dengan hasil yang menjanjikan. Dengan lebih dari 1.500 mitra yang terpilih sebagai hotel rendah karbon, hal ini menunjukkan bahwa akomodasi berkelanjutan akan menjadi tren utama.

Pariwisata acara, yang mencakup konser, festival, dan acara olahraga, siap untuk mendapatkan momentum pada tahun 2024.

Dengan Olimpiade Musim Panas 2024 yang sangat dinantikan di Paris, kategori "tiket+hotel" diharapkan menjadi produk yang banyak dicari, menggarisbawahi pertumbuhan pentingnya peristiwa dalam membentuk pilihan perjalanan.

Seiring berkembangnya kisah perjalanan di tahun mendatang, Trip.com Group berdiri di garis depan, siap memandu para petualang memasuki era yang ditandai dengan eksplorasi, inovasi, dan keberlanjutan – untuk mewujudkan perjalanan sempurna demi dunia yang lebih baik. (PRNewswire).

Pagi di Laut, Malam di Piring, Cara Aneka Seafood 38 Menjaring Tamu Nikmati Kuliner

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Melintas dipinggir jalan di depan restaurant Aneka Seafood 38 di BSD Boulevard Utara, Tangsel, terpampang tulisan Pagi dilaut, Malam dipiring membuat langkah kaki menjadi makin cepat untuk masuk ke ruangan ber AC yang luas dengan langit-langit tinggi mencapai enam meteran.

Datang dengan kondisi perut lapar membuat mata sigap menjelajah puluhan menu yang tersedia dan jujur saja makin dilihat membuat saya makin bingung memilih menu yang mana. Apalagi semua tampak menggiurkan mata meski belum tahu soal rasa karena ini kunjungan pertama saya.

"Oke kita makan tengah saja, kita pilih seafood andalannya tapi tetap makan sayur ya. Masing-masing saya pesan tiga porsi karena kita duduk di meja panjang untuk 10 orang agar semua kebagian" kata Pressy, kepala rombongan komunitas kami yang jago masak dan hobi kuliner.

Dia cepat mengambil alih kesulitan kami memilih menu-menu yang demikian banyak. Makan tengah maksudnya beragam menu disajikan di tengah meja sehingga kami bisa mengambil hidangan terdekat dengan mudah dalam jangkauan tangan.

Lalu mulailah staf resto berkeliling meja menanyakan satu-per-satu minuman apa yang kami inginkan dan ternyata rata-rata juz. Tapi saya tetap pilih air kelapa muda ya. Soalnya pak suami saya suka mengingatkan Air kelapa juga bermanfaat untuk menurunkan berat badan mama loh karena mengandung mineral murni yang sangat baik untuk mempercepat metabolisme dalam tubuh.





Air kelapa atau dalam bahasa ilmiahnya Cocos Nucifera tidak hanya menyegarkan tenggorokan saja. Air kelapa juga bermanfaat untuk kesehatan terutama bagi kaum perempuan! mantapkan pengetahuan pak suami saya he he he.

Air kelapa bisa mencegah muntah-muntah dan mengobati dehidrasi. Tak hanya itu air kelapa juga mengandung potasium, sodium, elektrolit, kalsium, vitamin C dan mengandung Lauric Acid serupa dalam asi yang dibutuhkan dalam masa kehamilan.

Air kelapa bermanfaat sebagai Antibakterial dan juga membunuh bakteri penyebab infeksi dalam tubuh. Maka Minumlah air kelapa dua kali sehari untuk kesehatan dan penyembuhan infeksi.

Buat kami yang baru saja menghabiskan energi sepagian berenang di kolam Cilandak Town Square (Citos) bisa menghasilkan energi baru lagi untuk membakar kalori dikarenakan air kelapa mengandung elektrolit yang meningkatkan metabolisme tubuh dan dapat membuat kulit menjadi lembab, bersih dan lembut.

Selagi mengingat-mengingat pesan alm suami mengenai kelapa, tahu-tahu sebagian hidangan sudah tersedia. Ada udang rebus, tumis buncis ditaburi bawang, ada kerang rebus, ikan bakar. Mantap banget pilihan buat para senior citizen ini serba rebus dan bakar tapi tetap menggiurkan.

Saya buru-buru ke wastafel panjang untuk mencuci tangan dan bersebelahan dengan seorang ibu yang baru saja selesai makan dan langsung berbincang-bincang dengan saya. "Enak ya bu, semua masakannya tidak mengecewakan dan tergolong murah karena saya perkiraan per orang cukup bayar Rp 100.000 - Rp 150.000 saja," kata wanita keturunan Tionghoa ini dengan nada semangat.

Saya langsung menimpali bahwa kami baru bersiap makan sehingga makanan apa lagi yang perlu dipesan? "jangan lupa ikan steamnya juga enak banget," ujarnya sambil kami berpisah. Ah dasar ibu-ibu suka ceplas-ceplos langsung seolah tidak ada dusta diantara kita padahal kenalan belum, namanyapun tidak tahu.

Kembali ke meja sudah tersedia udang balut telur asin kesukaan saya. Setiap kali ke Batam saya juga pesan menu udang ini di sejumlah restoran di kota itu di Windsor Food Court, Nagoya Foodcourt, Barelang Seafood, A2 Foudcourt, sampai akhirnya punya restoran andalan sendiri untuk udang telur asin.



Satu menu andalan yang tidak berani saya cicipi adalah kepiting karena bisa meningkat kadar kolestrol yang tinggi. Seafood atau makanan laut memang memiliki rasa yang nikmat dan juga menyehatkan.

Dalam makanan laut selalu memiliki kandungan asam lemak omega-3 yang menyehatkan. Tapi ingat, mengonsumsi terlalu banyak makanan laut bukannya memberikan kesehatan, justru membawa masalah.

Terlalu banyak makan udang, kepiting, cumi, dan makanan laut lainnya, bisa meningkatkan kadar kolesterol dalam tubuh, apalagi sehari sebelumnya saya baru makan duren montong bersama besan yang berulang tahun pula.

Jadi tiga porsi kepiting di meja cukup saya pelototin, dinikmati saja melihat teman-teman menikmatinya apalagi sudah di potong-potong meski masih ada cangkangnya tetap seru makannya dibantu jari-jari tangan telanjang.

Dari pada ngiler, saya mengalihkan pandangan ke piring tumis cah genjer yang belum saya sentuh. Biasanya dibanyak restoran yang ditawarkan adalah cah tumis kangkung tapi kali ini pihak resto punya suplier daun genjer rupanya.

Usai makan perut auto kenyang dan bunda Siti Chadijah yang dari awal sudah menyatakan diri jadi bendahara langsung menawarkan menu pencuci mulut sebelum meninggalkan restoran dan menjemput cucu pulang sekolah.

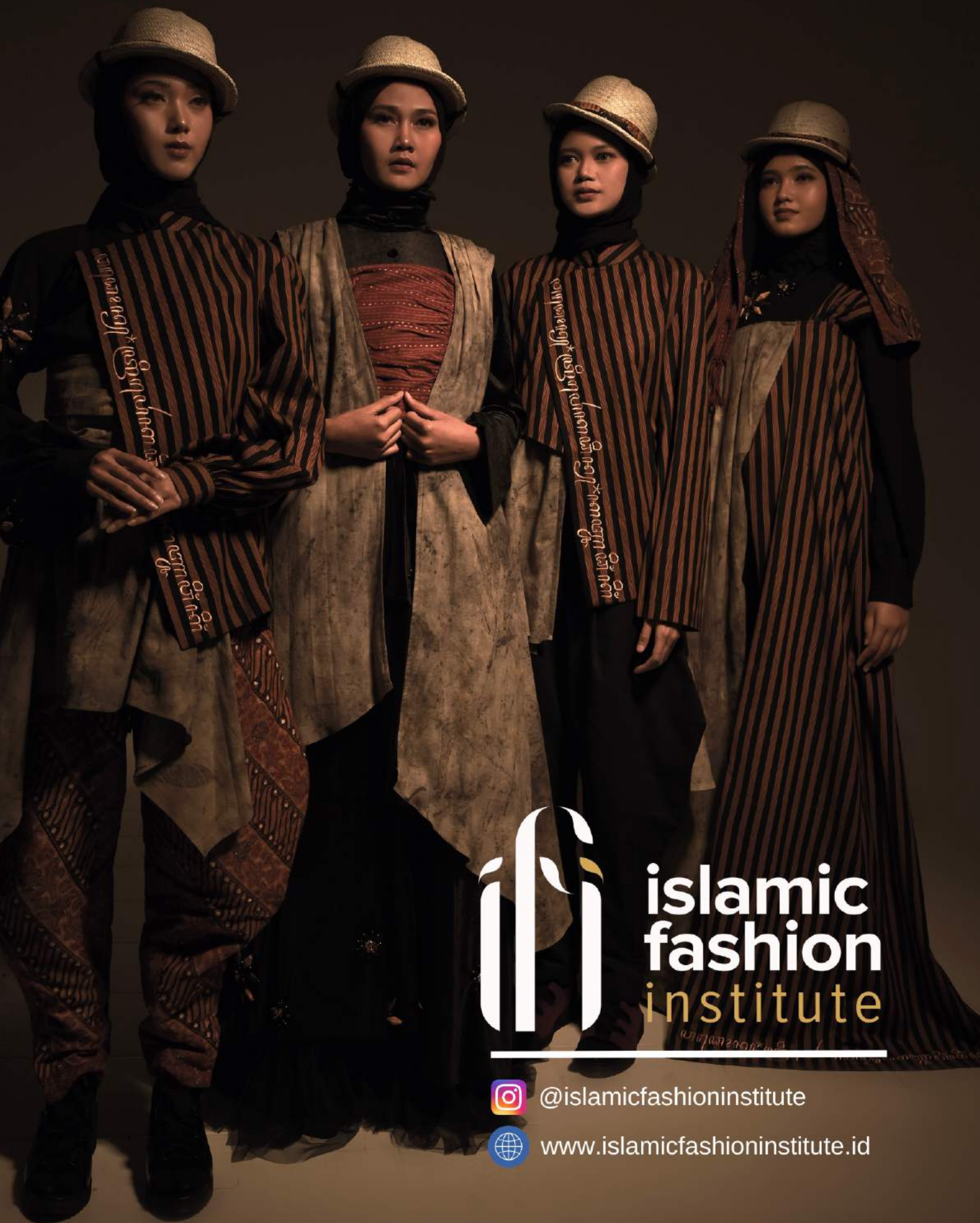
Mata saya kembali menjelajah ruangan beratap tinggi. Oh ada lantai atas juga untuk menampung tamu. Sistem reservasi dan datang tepat waktu memang harus dilakukan soalnya mesti restonya luas sekali antriannya tetap panjang terutama dihari libur akhir pekan.

Teman kami Siti Chadijah yang punya nama sama dengan istri pertama Nabi Muhammad SAW dikenal sebagai sosok saudagar sekaligus pebisnis wanita hebat di kota asalnya Palangkaraya. Dia tampak puas menjamu teman-temannya.

Usai menikmati ice cream durian bersama, kamipun berpisah untuk melanjutkan aktivitas masing-masing. Mata melirik atas gedung, gambar ikan besar yang menempel di dinding membuat saya mengedipkan mata pada sang ikan: Nanti saya balik lagi deh kesini sama anak, mantu, cucu (Amancu) tunggu ya...



Komunitas Citos Swimmer Community (CSC) menikmati menu-menu Aneka Seafood 28



islamic
fashion
institute



@islamicfashioninstitute



www.islamicfashioninstitute.id

AQUELLUM A TREASURE OF TOMORROW

Sumber foto: <https://www.youtube.com/@NEOMChannel>

NEOM Umumkan Aquellum, Komunitas Gaya Hidup Futuristik di Surga Pegunungan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Dewan Direksi NEOM telah mengumumkan Aquellum, sebuah ruang mewah dan penuh pengalaman yang terletak di dalam pegunungan, dan merupakan tambahan terbaru yang menarik dalam pembangunan regional yang sedang berlangsung di barat laut Arab Saudi.

Dengan fondasinya yang kaya akan teknologi mutakhir, arsitektur avant-garde, dan konsep-konsep berpikiran maju, Aquellum akan menawarkan kepada para tamu cita rasa kehidupan futuristik melalui serangkaian pengalaman perintisnya.

Tersembunyi dari luar di sepanjang garis pantai Teluk Aqaba, Aquellum tersembunyi di dalam pegunungan setinggi 450 meter yang menakjubkan dan mewakili ekosistem futuristik yang terintegrasi secara harmonis ke dalam alam sekitarnya.

Dibuat untuk menginspirasi orisinalitas dan imajinasi, Aquellum akan mendorong batas-batas kemungkinan desain dan konstruksi konvensional.



Sumber foto: www.neom.com

Yaitu melalui kanal bawah tanah yang tersembunyi, mengungkap komunitas tersembunyi yang menawarkan perjalanan sensorik yang luar biasa.

Begitu masuk, pengunjung akan disuguhi pengalaman vertikal setinggi 100 meter yang mengasyikkan dengan halaman mengesankan yang membentang dari air hingga langit.

Komunitas digital bawah tanah ini menciptakan semangat dan interkoneksi melalui perpaduan yang mulus antara akomodasi hotel, apartemen, ruang ritel, zona rekreasi dan hiburan, serta pusat-pusat inovatif.

Jalan raya yang dinamis berkelok-kelok melintasi halaman, menghubungkan beragam ruang sosial, keramahan kelas dunia, seni yang mendalam, acara, belanja, dan bersantap.

Sebuah ruang khas, yang dijuluki 'The Generator', menampung laboratorium penelitian unik bagi para pengganggu, inovator, dan pemikir kreatif, menawarkan platform di mana masa depan ditata ulang.

Sistem transit internal segala arah memfasilitasi akses mudah ke lantai atas, mengangkut penghuni dan pengunjung ke rumah dan hotel mereka, naik ke taman atap dengan pemandangan pantai yang menakjubkan.

Dipandu oleh komitmen teguhnya dalam menciptakan ruang di alam yang melambungkan masa depan kemewahan, inovasi, dan gaya hidup, Aquellum berdiri sebagai bukti perpaduan desain mutakhir dan teknik konstruksi.

Selaras dengan komitmen NEOM terhadap konservasi dan inovasi, Aquellum melengkapi lokasi pesisirnya. Perkembangan baru ini mengikuti pengumuman baru-baru ini tentang Leyja, Epicon, Siranna, Utamo, dan Norlana, yang juga merupakan destinasi pariwisata berkelanjutan yang terletak di Teluk Aqaba.

Tentang NEOM

NEOM adalah akselerator kemajuan manusia dan visi tentang Masa Depan Baru. Ini adalah wilayah di barat laut Arab Saudi di Laut Merah yang dibangun dari awal sebagai laboratorium hidup – tempat di mana kewirausahaan akan menentukan arah Masa Depan Baru ini.

Tempat ini akan menjadi destinasi dan rumah bagi orang-orang yang bermimpi besar dan ingin menjadi bagian dari pembangunan model baru untuk kelayakan huni yang luar biasa, menciptakan bisnis yang berkembang dan menciptakan kembali pelestarian lingkungan.

NEOM akan mencakup kota-kota kognitif yang hiperkoneksi, pelabuhan dan zona perusahaan, pusat penelitian, tempat olahraga dan hiburan, serta tujuan wisata.

Sebagai pusat inovasi, wirausahawan, pemimpin bisnis, dan perusahaan akan melakukan penelitian, menginkubasi, dan mengkomersialkan teknologi dan perusahaan baru dengan cara yang inovatif.

Penghuni NEOM akan mewujudkan etos internasional dan menganut budaya eksplorasi, pengambilan risiko, dan keberagaman. (PRNewswire).



Sumber foto: www.dezeen.com



Karisma Event Nusantara (KEN) 2024 Berikan Multiplier Effect Pada Masyarakat Terutama Zona Kuliner | OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Beragam parade festival seni dan budaya menyemarakkan peluncuran Karisma Event Nusantara (KEN) 2024 di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta Timur, sebagai momentum menyambut rangkaian festival yang diharapkan mampu menggeliatkan ekonomi melalui event-event daerah yang berkualitas.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/KaBaparekraf) Sandiaga Salahuddin Uno dalam pernyataannya di Jakarta, Sabtu (27/1/2024) mengatakan, beragam acara tersebut dihadirkan juga salah satunya untuk mempromosikan dan mengenalkan berbagai event ke masyarakat luas.

"Sejak diluncurkan pada tahun 2021, KEN berhasil mendorong peningkatan perekonomian daerah. Saya berharap event KEN 2024 yang menyajikan kegiatan menarik seperti musik, budaya, seni karnaval, hingga kuliner ini bisa meningkatkan pergerakan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara," katanya.

Semama sehari penuh di hari keluncurannya, KEN Festival yang dihafiri oleh kepala Dinas Pariwisata se Indonesia duseratkan oleh sedikitnya lima zona interaktif yaitu Zona Budaya, Zona Seni, Zona Musik, Zona Karnaval, dan Zona Kuliner.

Kelima zona yang merupakan hasil kolaborasi dengan daerah ini diharapkan dapat memberikan pengalaman yang berkesan kepada para pengunjung sekaligus mempromosikan event-event KEN yang akan datang

Selain menikmati aktivitas festival, pengunjung TMII juga dapat menyaksikan langsung penampilan dari para pegiat seni budaya dari berbagai daerah di Indonesia yang hadir memeriahkan peluncuran ini seperti Jember Fashion Carnival, Solo Keroncong Festival, Festival Babukung, Festival Gandrung Sewu, Aceh Perkusi, Festival Ronthek Pacitan, Festival Teluk Tomini, dan masih banyak lagi.

Aktivitas semakin lengkap dengan hadirnya mitra-mitra yang turut berpartisipasi, antara lain Mandiri, Grab, Citilink, tiket.com, Mister Aladin, Djalanin, dan Atourin. Hal ini mengingat KEN merupakan program strategis Kemenparekraf dalam mempromosikan destinasi pariwisata melalui kegiatan (event) yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara serta menggerakkan wisatawan nusantara agar berwisata di Indonesia.

KEN pertama kali diselenggarakan pada 2021 sebagai penyempurnaan program Calendar of Event (COE) yang telah dilaksanakan sebelumnya oleh Kemenparekraf/Baparekraf. Pada edisi pertamanya, KEN mewadahi 83 event terpilih dari 34 provinsi.

Pada proses kurasi KEN 2024 yang telah dilakukan pada November-Desember 2023, ada tiga tahapan utama. Di antaranya adalah seleksi administrasi, konten, dan wawancara.

Di tahun ini, proses kurasi melibatkan Tim Kurator yang terdiri dari lima bidang. Di antaranya adalah Bidang Ide dan Inovasi, Bidang Pemasaran dan Strategi Komunikasi, Bidang Manajemen Kegiatan, Bidang Manajemen Keuangan, dan Bidang Analisis Dampak.

Menparekraf Sandiaga Uno secara khusus mengumumkan bahwa kurator KEN 2024 yang mumpuni antara lain adalah Dewi Gontha, President Director PT Java Festival Production. Dia berpengalaman selama 18 tahun menangani perhelatan musik jazz terbesar di Indonesia.

Sandi meminta Dewi Gontha untuk berdiri dan menerima tepuk tangan riuh dari para undangan KEN. Wanita sederhana ini tidak berhenti memperkaya diri dengan ilmu-ilmu baru meskipun Java Jazz Festival (JJF) sudah menjadi rutinitas, aspek-aspek di dalam perhelatan musik yang tiap tahun menarik ratusan ribu penonton ini selalu ditelaah kembali.

Setelah melalui beberapa tahapan kurasi, maka KEN 2024 kembali merangkum 110 event unggulan yang telah dikurasi dari 252 event usulan Dinas Pariwisata Provinsi se-Indonesia.





Kepala Dinas Pariwisata Kalimantan Selatan yang baru, Syarifuddin mengatakan Kepala Dinas Pariwisata dua event wisata Kalimantan Selatan masuk dalam Kharisma Event Nusantara (KEN) 2024 yakni Ruai Rindu Meratus di Kabupaten Tapin dan Festival Bamboo Rafting Loksado di Kabupaten Hulu Sungai Selatan.

"Alhamdulillah dua event ini masuk KEN dari 8 event yang dikurasi Kemenparekraf. Padahal tahun lalu ada 4 even festival di Kalsel yang masuk KEN. Sebelumnya kami sudah dapat bocoran juga kalau tahun ini lebih ketat persaingan karena ada pengurangan jumlah event." kata Syarifuddin yang datang langsung ke TMII.

Menurut dia Loksado lolos karena selain sudah memiliki brand juga menjadi acara tetap unggulan kalsel karena keunikannya berselancar dengan bambu di atas sungai. Tahun lalu 4 event Kalimantan Selatan yang masuk dalam KEN adalah Festival Sasirangan, Festival Saijaan dari Kota Baru yang merupakan kampung laut, Festival Loksado dan Festival Budaya Dayak Deah.

"Festival Budaya Dayak Deah bukan sekadar ajang promosi kebudayaan, tetapi juga untuk membangun kebersamaan dan persatuan sesama penggiat seni, sosial, dan budaya, serta membangun ikatan emosional dengan etnik atau suku lain," kata Syarifuddin. Meski Saijan dan Deah tidak lagi masuk KEN, pihaknya tetap menyukuri keberhasilan ini.

Event Loksado dan Ruai Rindu Meratus di Kalsel itu kini menjadi bagian dari 110 kegiatan di Indonesia yang masuk dalam KEN 2024 ini secara langsung akan berdampak terhadap promosi wisata dan Provinsi Kalimantan Selatan akan diuntungkan untuk promosi pariwisatanya.

Menyinggung event halal apa yang akan dilakukan oleh Pemprov Kalimantan Selatan (Kalsel) yang telah mendapatkan penghargaan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) pusat sebagai daerah wisata halal terbaik di Indonesia pada 2022 lalu, Syarifuddin kembali berjanji untuk meningkatkan kerja sama dan sinergi dengan Dispar serta Pokdarwis kabupaten/kota untuk menambah wisata halal di Banua.

Peluncuran Karisma Event Nusantara (KEN) 2024 bertajuk "Budaya Indonesia Panggung Dunia" di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta, Sabtu (27/1/2024) oleh Sandiaga Uno memang dengan harapan dapat memberikan multiplier effect kepada masyarakat daerah.

"KEN harus mampu mendorong peningkatan perekonomian daerah dengan menyajikan kegiatan menarik seperti musik, budaya, seni karnaval, hingga kuliner ini bisa meningkatkan pergerakan wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara,"

Sandiaga Uno juga mengingatkan bahwa trend tahun ini dalam pariwisata global adalah wisata kuliner sehingga setiap event utama di daerah agar memiliki zona kuliner sendiri.

"Jadi pemimpin daerah dan panitia penyelenggara harus membuat zona kuliner untuk memberikan kemudahan wisatawan menikmati kuliner tradisional setempat," ujar Menparekraf.

Sandiaga menekankan, tidak hanya event saja yang ditonjolkan namun pemberdayaan UMKM dan kuliner-kuliner andalan daerah juga ditampilkan sehingga kuliner-kuliner lokal bisa semakin dikenal wisatawan.

"Zona Kuliner ini paling tinggi peminatnya dan berdasarkan data, 63 persen wisatawan itu berkunjung ke suatu daerah untuk berburu kuliner. Untuk itu di setiap KEN harus ada zona kuliner untuk memperkenalkan kuliner-kuliner terbaik di daerahnya kepada wisatawan," katanya.

KEN 2024 yang akan menampilkan 110 event unggulan yang telah dikurasi dari 252 event usulan Dinas Pariwisata Provinsi se-Indonesia. Data yang diterimanya, penyelenggaraan KEN 2023 telah berkontribusi terhadap peningkatan nilai produksi barang dan jasa (output) di Indonesia mencapai Rp212,2 miliar serta Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia yang mencapai Rp198,6 miliar.

Sementara itu, nilai perputaran uang atau pergerakan ekonomi dari 7,36 juta pengunjung (lokal, domestik, maupun asing) pada acara KEN 2023 mencapai Rp12,38 triliun.

"Targetnya tahun ini terdapat peningkatan pergerakan ekonomi hingga bisa mencapai 20-25 persen dari tahun lalu. Dan harapannya juga ikut menopang 1,2 miliar sampai 1,5 miliar pergerakan wisnus di 2024," katanya.

Lebih lanjut Sandiaga Uno mengatakan, berbeda dengan tahun sebelumnya, tahun ini event-event di KEN terselenggara secara merata sepanjang tahun. Sehingga tidak menumpuk di akhir tahun.





"Pekan depan sudah ada event di Solo, Jawa Tengah, yaitu Grebeg Sudiro dan ini akan terus bergulir di tempat lain, seperti festival Cap Go Meh di Singkawang, Kalimantan Barat, dan beberapa festival-festival yang akan diselenggarakan sepanjang tahun. Sehingga wisatawan juga bisa mudah dalam menentukan tanggal untuk hadir di acara KEN," katanya.

Sementara itu melalui video rekaman, Presiden Joko Widodo mengapresiasi promosi rangkaian event yang tergabung Karisma Event Nusantara (KEN) 2024 menjadi magnet kunjungan wisatawan nusantara (wisnus) dan wisatawan mancanegara (wisman).

"Saya mengapresiasi penyelenggaraan 110 perhelatan dalam KEN yang secara konsisten mempromosikan keindahan destinasi wisata dan keunikan budaya bangsa kita, semoga event dapat menjadi magnet bagi wisatawan dalam negeri dan wisatawan mancanegara," ujar Presiden Jokowi.

Kepala Negara juga berharap, melalui program strategis Kemenparekraf ini, kunjungan wisatawan tak hanya melirik keindahan alam namun juga dapat menikmati kekayaan atraksi dan budaya tanah air.

"Dengan kolaborasi yang kuat antara pemerintah pusat dan daerah, sektor swasta dan masyarakat, maka pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia akan bangkit dan semakin maju," katanya.

Bagi wisatawan yang ingin menghadiri berbagai event di Indonesia sepanjang tahun bisa melihat informasi melalui laman event.indonesia.travel atau melalui website resmi dan akun sosial media Kemenparekraf.

Dalam kesempatan peluncuran KEN tersebut hadir bersama Menparekraf Sandiaga Uno Wakil Ketua Komisi X DPR RI Hetifah Sjaifudian, Deputy Bidang Produk Wisata dan Penyelenggara Kegiatan (Events) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kemenparekraf Vinsensius Jemadu.



IEG Asia Akuisisi Tiga Acara F&B, Perkuat Kehadirannya di Pasar Singapura dan ASEAN

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pertumbuhan Grup Pameran Italia di luar negeri terus berlanjut. IEG Asia Pte Ltd baru-baru ini mengakuisisi perusahaan F&B – Specialty Food & Drinks Asia, Specialty Coffee & Tea Asia, dan Food2Go – dari Montgomery Asia.

Langkah strategis ini memperkuat komitmen IEG Asia untuk memberikan kontribusi positif terhadap lanskap F&B di pasar Singapura dan ASEAN. Berlangsung pada tanggal 26 hingga 28 Juni 2024 di Sands Expo & Convention Centre, Singapura.

Ketiga acara ini akan ditempatkan bersamaan dengan edisi perdana SIGEP Asia yang sangat dinantikan, Pameran Dagang Internasional Artisan Gelato, Pastry, Bakery, Coffee & Tea, diselenggarakan bersamaan dengan 5th Restaurant Asia, International Restaurant, Kitchen and Culinary Equipment & Supplies Exhibition.

Penggabungan ini menandai momen penting dalam industri F&B, karena acara konsolidasi ini menjanjikan acara perdagangan yang sangat terspesialisasi yang memenuhi kebutuhan sektor F&B – semuanya dalam satu atap.

Baik untuk para raksasa industri maupun start-up, konvergensi ini menawarkan pameran komprehensif mengenai tren dan inovasi terkini, dan platform dinamis untuk jaringan dan kolaborasi melalui resepsi, konferensi & seminar komprehensif, kelas master yang menarik, dan demonstrasi di lantai pameran.

Selain itu, acara-acara ini akan didukung oleh program pembeli eksklusif, (Pembeli X), yang dirancang untuk memfasilitasi interaksi, kemitraan, dan peluang bisnis yang bermakna di tingkat internasional.

Para profesional industri, peserta pameran, dan pengunjung perdagangan dapat mengantisipasi pengalaman mendalam yang disesuaikan untuk memenuhi tuntutan lanskap F&B yang terus berkembang.

Christopher McCuin, Managing Director Montgomery Asia mengatakan bahwa sejak meluncurkan acara ini pada tahun 2017, tujuannya adalah menghadirkan produk kuliner global, kerajinan tangan, dan makanan & minuman khusus terbaik ke pasar Singapura dan Asia Tenggara.

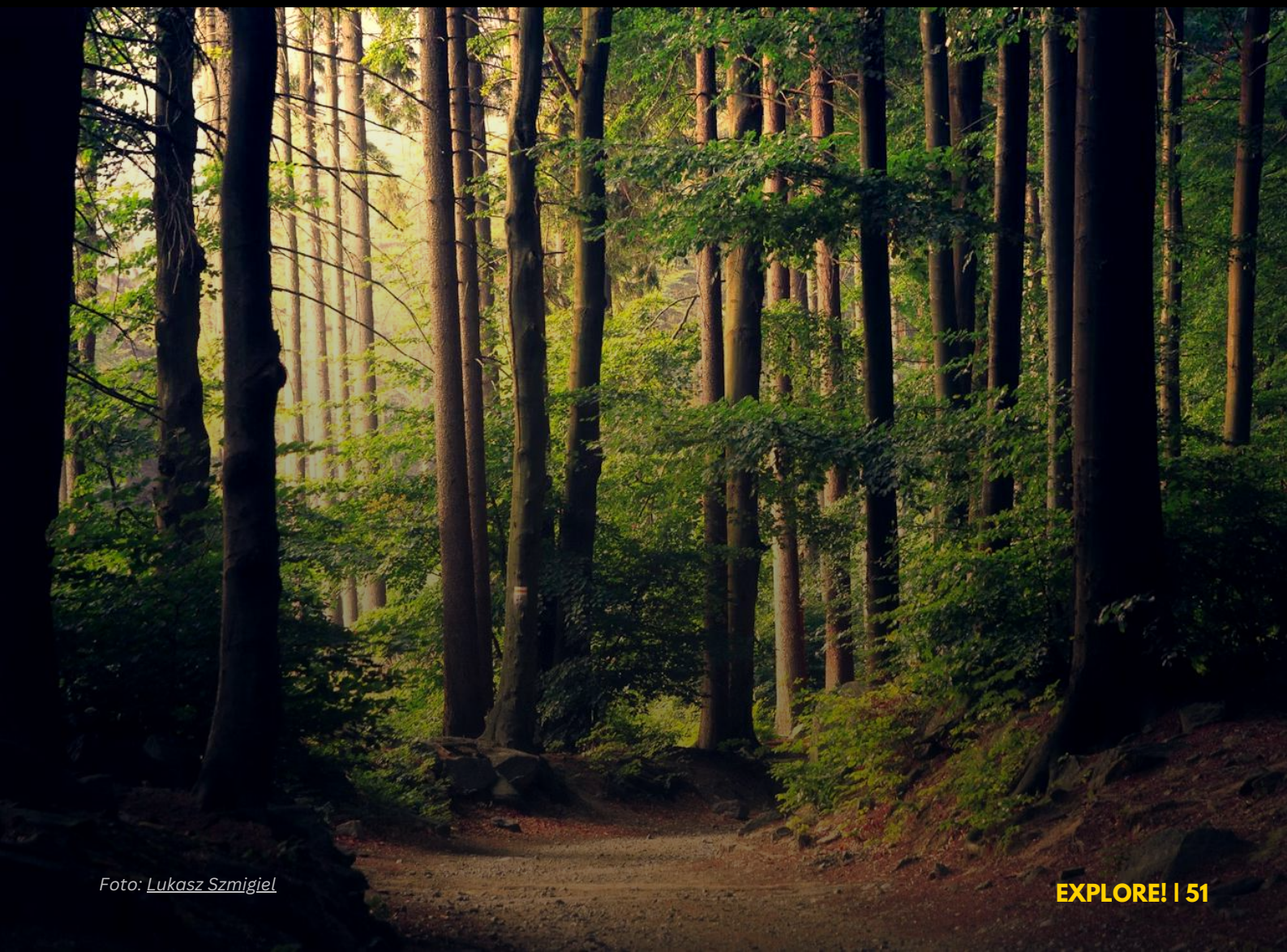
Ruang acara F&B Singapura sangat sibuk dan kami percaya bahwa penyelenggaraan acara-acara ini akan membantu mengkonsolidasikan pasar yang menarik ini.

"Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada semua mitra, asosiasi, dan klien kami atas dukungan jangka panjang mereka, banyak dari mereka telah bersama kami sejak edisi pertama". kata Christopher McCuin.

Corrado Peraboni, CEO IEG, mengomentari akuisisi baru-baru ini dengan mengatakan, "Langkah ini menandai kemajuan signifikan lainnya bagi Grup kami di bidang global,"

Menurut dia, selama beberapa tahun terakhir, pihaknya telah memperdalam komitmen untuk menyelenggarakan acara B2B di bidang yang dikuasai, dengan fokus khusus pada sektor makanan & minuman yang sedang berkembang.

Acara yang kami selenggarakan di Singapura berlokasi strategis di pusat bisnis utama di Asia, menawarkan akses ke pasar penting yang penting bagi pertumbuhan sektor pangan.





"Penempatan ini sangat meningkatkan nilai pameran IEG kami, didukung oleh jaringan luas perusahaan dan operator yang kami gabungkan melalui akuisisi ini," ujarnya.

Upaya-upaya ini sejalan dengan misi kami untuk menjadi katalis komunitas global, membina hubungan kolaboratif dan saling menguntungkan".

Francesco Santa, Direktur Pengembangan Bisnis Internasional di IEG mengumumkan, "Sinergi acara-acara di bawah payung IEG ini tidak diragukan lagi akan menetapkan tolok ukur baru bagi pameran perdagangan yang selaras dengan misi kami untuk memberikan pengalaman luar biasa bagi seluruh pemangku kepentingan kami,"

Ekspansi strategis ini merupakan cerminan nyata dari dedikasi kami yang gigih untuk melampaui ekspektasi mitra pameran dan pengunjung kami.

Ini merupakan langkah maju dalam komitmen teguh kami terhadap keunggulan dalam industri makanan dan minuman dan perhotelan".

Dalam waktu kurang dari setahun sejak dimulainya pada tanggal 1 Maret 2023, IEG Asia telah mengembangkan portofolio acaranya, khususnya di industri makanan dan minuman.

Saya sangat yakin bahwa secara bersama-sama, acara-acara ini akan menjadi tolok ukur baru bagi pameran perdagangan berkelas di Singapura.

Arena F&B di ASEAN sejalan dengan dedikasi kami dalam menciptakan pengalaman luar biasa bagi para pemangku kepentingan, mitra pameran, dan pengunjung kami", ujar Ilaria Cicero, Kepala Eksekutif IEG Asia

ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

