

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

Foto: Ilsa van den Heuvel

**Destinasi Teratas di Dunia
Untuk Perjalanan Darat**

edisi 48

februari 2024

tidak untuk diperjualbelikan

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



Industri perhotelan bertransformasi pada tahun lalu didorong oleh kemajuan teknologi dan permintaan tamu yang terus berubah. Kini sedikitnya ada 10 tren di industri perhotelan yang perlu diperhatikan seiring kemajuan teknologi mulai dari Artificial Intelligence (AI) hingga masalah kesehatan, kebugaran, diet, layanan yang dipersonalisasi hingga memperhatikan kebutuhan karyawan sendiri maupun tamu.

Pengelola jaringan hotel perlu kembangkan program pelatihan virtual yang sangat efektif terutama bagi karyawan muda, yang cenderung lebih menyukai pembelajaran digital dan gamifikasi. Pemanfaatan robot di hotel dan meningkatkan pelayanan pada tamu-tamu dari kalangan pekerja jarak jauh atau digital nomad juga memerlukan perhatian.

Bisnis penginapan mulai dari tingkat homestay di desa-desa hingga hotel- hotel super mewah memang ditantang untuk dapat memenuhi beragam kebutuhan. Tahun 2024 ini misalnya menjadi Tahun Kuliner dan Anggur sehingga hotel dapat menyediakan kreativitas dari menu lokal pula untuk tamu-tamunya.

Trend perjalanan darat di tingkat domestik seperti di Indonesia maupun antar kota di Eropa, AS, juga menuntut industri hotel untuk dapat memberikan kenyamanan bagi traveler yang suka menjelajah dengan kendaraannya sendiri maupun menggunakan transportasi umum lainnya.

Di Vietnam misalnya, tren melibatkan komunitas lokal dalam melayani wisatawan dalam dan luar negeri meningkat. Selain ingin mengunjungi tempat-tempat indah, wisatawan juga ingin mendalami budaya asli dan merasakan aktivitas kehidupan sehari-hari masyarakat setempat.

Pemerintahnya sangat menyadari bahwa partisipasi masyarakat tidak hanya membantu mempertahankan kontribusi ekonomi jangka panjang, namun juga memastikan dukungan dan pengawasan yang diperlukan terhadap kegiatan pariwisata.

Badan Pariwisata Dunia (UNWTO) di bawah PBB yang kini berganti nama menjadi UN Tourism optimistis pergerakan pariwisata internasional diperkirakan akan pulih penuh pada akhir tahun 2024. Tahun lalu ada 1,3 miliar turis atau 88% kedatangan internasional secara global dari tingkat sebelum pandemi COVID-19.

Dalam EXPLORE! by bisniswisata.co.id edisi Maret 2023 ini, Sebagai insan perhotelan maupun traveler, pembaca bisa banyak menimba ilmu dan mengeksplor pengalaman menarik lainnya di Bhutan maupun Taipei.

Oleh karena itu pastikan Anda mendapatkan tahun 2024 yang fantastis. Selamat membaca!

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

DAFTAR ISI

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword	04
Select Hotels Group Japan Kembangkan Hotelnya di Indonesia	07
10 Tren Teratas untuk Industri Perhotelan	08
Destinasi Teratas di Dunia Untuk Perjalanan Darat	12



ONYX Hospitality Group Umumkan Ekspansi dengan Pembukaan Tiga Properti Baru Pada 2024	16
Cloudbeds Ungkapkan OTA yang Hasilkan Pendapatan Tertinggi untuk Properti Independen	20
Otomatisasi Pemasaran Hotel Hasilkan Prospek Berkualitas Tinggi untuk Saluran Penjualan Tahun 2024	24
Vietnam Kembangkan Pariwisata Berbasis Komunitas	32
AENOR Jadikan RIU jaringan Hotel Pertama Dapatkan Sertifikasi Zero Food Waste	36



andBeyond di Bhutan: Memadukan Kemewahan dan Keberlanjutan	38
Psikologi Konsumen - Gamifikasi di Industri Perhotelan	44
Hilton Akan Sediakan Layanan Kirim Pesan di Semua Hotel pada Akhir Tahun 2024	49
UNWTO Perkirakan Pariwisata Internasional Akan Capai Tingkat Sebelum Pandemi Tahun 2024	51



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



Select Hotels Group Japan Kembangkan Hotelnya di Indonesia

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Select Hotels Group adalah jaringan perhotelan yang berkantor pusat di Chiyoda-ku, Tokyo – Jepang. Berdiri sejak tahun 2005 dan memiliki 50 hotel di berbagai kota di Jepang dengan katagori Bisnis sampai Luxury.

Melihat perkembangan perhotelan di Indonesia yang begitu menarik dan sangat berpotensi disamping tujuan pariwisata Indonesia yang sangat indah, maka diputuskan untuk mengembangkan bisnis perhotelan ini di Indonesia, dimulai dengan satu hotel yang dikelola di Bekasi yang Bernama Enso Hotel by Celeceton.

"Pada hari ini tgl 18 Januari 2024 kita melakukan Kerjasama yang bertempat di Corporate Office SHG Chiyoda, Japan, untuk pengembangan group kami di Indonesia," kata Nakamura, CEO Select Hotel Group Japan.

Pihaknya menggandeng seorang expertis perhotelan yang sudah berhasil mengembangkan operator di Indonesia sebelumnya yaitu Andhy Irawan sebagai Hotel Development Advisor group kami di Indonesia. Jaringan hotelnya juga berencana mengembangkan di Singapore dan Vietnam.

"Target kita di Indonesia adalah 50 hotel. Kami akan memberikan perlakuan istimewa terhadap 10 hotel pertama yang menandatangani kontrak dengan kami, berupa diskon Assessment fee," jelasnya. Di tahun 2024, Select sudah menandatangani MOU sebanyak 4 hotel di Jakarta dan Bali. Selain itu, beberapa project lain yang masih dalam pembahasan karena membutuhkan investasi yang tidak sedikit.

"Kami hadir di Indonesia bukan sekedar untuk mengelola hotel milik owner, akan tetapi kami siap juga untuk berinvestasi dalam hal join patner ataupun membangun sendiri dengan brand kami " ujarnya.

Nakamura berharap keberadaan Select Hotels Group di Indonesia akan menambah ramainya kunjungan wisata dari Jepang ke Indonesia karena pihaknya juga akan membawa market Jepang disamping juga berbisnis untuk mengembangkan jaringan perhotelan kedepannya.

Manajemen Ssap menerima kunjungan orang Indonesia yang pergi ke Jepang untuk menginap di hotel jaringan Select Hotels Group yang tersebar diberbagai kota di seluruh Jepang.



10 Tren Teratas untuk Industri Perhotelan

OLEH HILDEA SYAFITRI

Industri perhotelan bertransformasi pada tahun 2023, didorong oleh kemajuan teknologi dan permintaan tamu yang terus berubah dan tulisan ini akan mengeksplorasi sepuluh tren yang muncul pada tahun 2024 di industri perhotelan seperti dilansir dari hospitality.net

Kecerdasan buatan

AI di industri perhotelan akan meningkatkan manajemen pendapatan, pengembangan menu, pendidikan karyawan dan tamu, pemasaran, penjualan, dan banyak lagi. Kita berada pada tahap awal dari teknologi yang menarik ini, dan ya, masih ada beberapa peringatan di masa depan.

Kesehatan, Kebugaran, dan Diet

Properti hotel yang memperluas pusat kebugaran, mempersonalisasi perawatan spa, dan membuat menu makanan dan minuman sehat akan mendominasi.

Meskipun wisatawan kelas atas sudah mencari kebugaran, pusat kebugaran hotel yang sederhana dengan peralatan olahraga sederhana juga tidak akan diterima oleh banyak orang.

Pertimbangkan penawaran kesehatan seperti aromaterapi, kelas mindfulness, yoga harian, dan Pickleball – olahraga dengan pertumbuhan tercepat di Amerika.

Layanan yang dipersonalisasi

Hotel memiliki peluang untuk menawarkan interaksi yang dipersonalisasi mulai dari hari ketika calon tamu mengunjungi situs web kami, dan berlanjut hingga lama setelah tamu meninggalkan properti kami.

Terkait pengalaman tatap muka, para tamu ingin diperlakukan istimewa jika mereka membayar mahal.

Pertimbangkan untuk meninggalkan sebotol minuman dingin di kamar mereka pada hari jadi mereka atau bantu mereka menemukan pengalaman yang sesuai dengan minat mereka.

Pelatihan

Para pelaku bisnis perhotelan, inilah waktunya untuk fokus pada bakat. Generasi Z memerlukan gaji yang kompetitif, pelatihan ekstensif, dan fleksibilitas.

Metaverse membentuk kembali pengalaman karyawan dan tamu. Maskapai penerbangan, hotel, restoran, dan penyedia perjalanan lainnya memanfaatkan platform ini untuk orientasi dan pelatihan karyawan.

Hilton Worldwide adalah salah satu merek perhotelan pertama yang memanfaatkan metaverse untuk mengembangkan program pelatihan virtual, yang sangat efektif terutama bagi karyawan muda, yang cenderung lebih menyukai pembelajaran digital dan gamifikasi.

Robotika

Gunakan robot di hotel untuk membantu layanan yang disesuaikan, dukungan staf, dan loyalitas tamu yang berkelanjutan.

Mereka dapat menyedot debu, dengan cepat mengantarkan layanan kamar langsung ke kamar tamu, dan menyediakan layanan pramutamu.

Pasar global untuk robot hotel diperkirakan akan tumbuh dari \$79 juta pada tahun 2020 menjadi \$338 juta pada tahun 2025, dengan tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sebesar 32,8 persen, menurut laporan MarketsandMarkets.

Pelancong Tiongkok

Perjalanan warga Tiongkok ke AS akan meningkat secara dramatis karena Tiongkok adalah negara terakhir dari pasar kuat kami yang kembali melakukan perjalanan keluar negeri karena COVID-19.



Foto: Andy Kelly

Keberagaman, Kesetaraan, dan Inklusi (DEI)

DEI sekarang menjadi pelatihan wajib bagi sebagian besar perusahaan. Lebih banyak perempuan akan menjadi presenter dan panelis di konferensi dan akan memiliki lebih banyak tanggung jawab dalam posisi mereka.

Perempuan di bidang Pariwisata dan Perhotelan mencapai kesuksesan besar dan keberagaman adalah kekuatan pendorongnya. Orang kulit berwarna lebih sering dipekerjakan dan naik pangkat lebih cepat. Lihatlah sekeliling Anda—hal ini sudah terjadi!

Keberlanjutan

Perjalanan yang sadar lingkungan merupakan perhatian utama 76% wisatawan global, menurut American Hotel & Lodging Association (AH&LA).

Para pelaku bisnis perhotelan berupaya mengurangi jejak karbon properti mereka dan AH&LA baru saja meluncurkan program sertifikasi Green Key Global.

Terdapat harapan agar hotel mempunyai program yang mengurangi limbah dan konsumsi energi, menggunakan bahan-bahan ramah lingkungan, mengikuti praktik-praktik yang peka terhadap lingkungan, dan mendukung komunitas lokal.

Menampilkan ini di situs web Anda sangat penting saat ini.

Hutang

Hutang merupakan hal yang mahal untuk konstruksi atau akuisisi baru sehingga menyulitkan pengembang dan pembeli. Sebagian besar utang dihargai dalam kisaran 8% dengan 60%-70% pinjaman terhadap nilai.

Pasar Efek Beragun Hipotek Komersial tampaknya mendapatkan momentum untuk utang dengan suku bunga tetap lima tahun, sedikit lebih rendah dari kisaran 8%.

Foto: Tim Marshall



Konstruksi hotel kemungkinan besar akan mencakup komponen serba guna untuk mengintegrasikan ruang-ruang yang memenuhi berbagai kebutuhan pengembangan serba guna perkotaan. Ini mungkin termasuk tempat tinggal, pusat kesehatan, kantor berlayanan, dan klub anggota swasta.

Pekerja Jarak Jauh

Fleksibilitas kerja jarak jauh juga merupakan manfaat keseluruhan bagi industri perjalanan dan perhotelan, menurut Tourism Economics. Jumlah hari bekerja dari rumah meningkat dari 5% sebelum lockdown menjadi 28%, lebih dari 1 hari dalam 4 hari.

Tiga puluh empat persen pelancong rekreasi mengatakan mereka berencana melakukan perjalanan sambil bekerja dari jarak jauh.

Airbnb mengatakan para tamunya memperpanjang masa menginap di akhir pekan selama satu atau dua malam selama beberapa hari.

Selain 10 Tren, Pemerintah Federal berencana untuk meningkatkan pengalaman perjalanan udara secara keseluruhan melalui undang-undang otorisasi ulang Administrasi Penerbangan Federal, menurunkan waktu tunggu wawancara visa pengunjung AS, dan mengurangi waktu tunggu Bea Cukai di bandara dan pelabuhan masuk AS.

Hal ini sudah dilakukan oleh negara-negara lain. Tren ini mungkin akan terjadi pada tahun 2024 atau sedang berlangsung. Semoga Anda mendapatkan tahun 2024 yang fantastis tanpa adanya resesi!



Foto: Arno Senoner

Destinasi Teratas di Dunia Untuk Perjalanan Darat

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Slovenia menduduki puncak daftar tujuan berkendara global dengan kombinasi keunggulan antara keindahan alam, keselamatan jalan raya, pemandangan menakjubkan, dan kemacetan minimal.

Bagi wisatawan yang mencari petualangan di jalan terbuka, berkendara di negeri asing menawarkan cara unik dan menarik untuk menjelajahi cakrawala baru.

Namun, hal ini juga dapat menimbulkan tantangan, mulai dari jalan yang asing hingga peraturan dan dinamika lalu lintas lokal yang berbeda-beda.

Dilansir dari Travel Weekly Asia, Zutobi, sebuah perusahaan pendidikan pengemudi internasional, melakukan analisis komprehensif terhadap negara-negara di seluruh dunia, mengevaluasi aspek-aspek seperti keselamatan jalan raya, kualitas jalan raya, dan efektivitas biaya sewa mobil dan bahan bakar.

Penelitian ini menghasilkan pembuatan Laporan Pengemudi Asing, yang mengungkap negara-negara terbaik dan terburuk bagi wisatawan untuk berkendara.

Negara terbaik untuk pengemudi asing

Slovenia — Terletak di jantung Eropa, Slovenia menawarkan perpaduan indah antara keindahan alam dan keselamatan jalan bagi pengemudi asing.

Dengan pemandangannya yang menakjubkan dan tingkat kemacetan yang rendah, ini adalah surga bagi pecinta alam.

Amerika Serikat — Ikonik untuk perjalanan darat, Amerika Serikat memiliki beberapa rute berkendara terbaik di dunia, dari Pacific Coast Highway hingga Route 66.

Singapura — Terkenal dengan modernitas dan keamanannya, Singapura menawarkan pengalaman berkendara yang aman dan nyaman.

Jepang — Kaya akan budaya dan infrastruktur jalan yang canggih, Jepang adalah pilihan utama bagi pengemudi asing.

Spanyol — Dengan tingkat kemacetan yang rendah dan jalan yang aman, Spanyol adalah tujuan wisata fantastis bagi mereka yang mencari beragam lanskap dan kota yang dinamis.

Negara terburuk bagi pengemudi asing.

Kolombia — Meskipun ramah anggaran, Kolombia menghadirkan tantangan dengan tingginya kemacetan dan kematian akibat lalu lintas jalan raya.

Argentina — Bahan bakar terjangkau, namun tingkat kemacetan dan keselamatan jalan raya tinggi.

Foto: Mike Swigunski

Argentina — Bahan bakar terjangkau, namun tingkat kemacetan dan keselamatan jalan raya tinggi.

Foto: Boon Panthalany

Rumania — Harganya terjangkau, namun tingkat kemacetan yang tinggi dan tingkat kematian akibat lalu lintas jalan raya yang tinggi dapat membuat berkendara menjadi sulit.

Sebuah perjalanan untuk setiap kebutuhan

Belanda memiliki tingkat kemacetan paling sedikit, sehingga menjamin pengalaman berkendara tanpa repot.

Singapura adalah negara teraman bagi pengemudi asing dengan tingkat kematian lalu lintas jalan raya yang rendah. Negara ini juga unggul dalam kualitas jalan, menawarkan perjalanan yang mulus dan nyaman.

Selandia Baru adalah pilihan penyewaan mobil yang hemat anggaran, dengan biaya harian yang rendah.

Malaysia menawarkan harga bahan bakar yang sangat rendah, sehingga perjalanan darat menjadi ekonomis. Malaysia juga menyediakan opsi parkir yang hemat biaya.

Italia memiliki warisan budaya yang kaya dan berbagai atraksi.

Amerika Serikat adalah tujuan akhir untuk perjalanan darat yang Instagram-able dan penelusuran Google teratas untuk petualangan perjalanan darat.

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



ONYX Hospitality Group Umumkan Ekspansi dengan Pembukaan Tiga Properti Baru Pada 2024

OLEH EVAN MAULANA

ONYX Hospitality Group, perusahaan manajemen terkemuka di Asia Tenggara yang mengkhususkan diri pada hotel & resor, apartemen berlayanan, dan hunian mewah, dengan bangga mengelola empat properti khas di Malaysia.

Dilansir dari breakingtravelnews.com, jaringan hotel ini termasuk Amari Johor Bahru yang sudah mapan, OZO Georgetown Penang yang ramai, dan permata yang baru saja diresmikan, Amari SPICE Penang dan Amari Kuala Lumpur.

Dengan beragam fasilitas dan lokasi di seluruh negara Malaysia yang beragam dan ramah, ONYX Hospitality Group siap memenuhi kebutuhan semua wisatawan, baik tamu yang check-in untuk bisnis, MICE, liburan, atau yang semakin populer. bleisure' tetap.

Sebagai bukti komitmen Grup terhadap pertumbuhan strategis, ONYX Hospitality Group dengan gembira mengumumkan penambahan tiga properti baru ke dalam portofolio Malaysia: OZO Medini, Shama Medini, dan Shama Suasana Johor Bahru yang telah ditunggu-tunggu akan bergabung dalam koleksi properti terhormat ini. pada tahun 2024.

Perluasan ini akan menghasilkan total tujuh properti di Malaysia pada akhir tahun 2024, menjadikan Malaysia negara pertama, di luar Thailand, yang menampung ketiga merek ONYX: Amari, OZO, dan Shama.

Sumber foto
: <https://www.instagram.com/onyxhospitalitygroup/>



Sumber foto: <https://www.amari.com/penang/hotel-overview/location>

Amari SPICE Penang dibuka pada tahun 2022, terhubung langsung dengan SPICE Convention Center dan SPICE Arena, kompleks MICE bertenaga surya hybrid pertama di dunia, dan hanya berjarak 5 km dari Bandara Internasional Penang.

Hotel kontemporer dengan 453 kunci ini adalah tempat ideal untuk menginap, bertemu, bersantap, dan melepas penat. Hotel terbesar di Penang dalam hal jumlah kamar, Amari SPICE Penang juga merupakan tempat yang mengesankan untuk berbagai acara.

Dengan lima ruang dengan pencahayaan alami mulai dari ruang rapat Peridot yang berkapasitas 10 orang hingga ruang Citrine yang berkapasitas 85 tamu dan ballroom Jadeite yang berkapasitas 250 tamu, setiap perusahaan dapat mewujudkan visi mereka.

Dan tentu saja, Pusat Konvensi SPICE yang berkapasitas 8.000 orang di sebelahnya dapat menjadi tempat pertemuan global termegah. Amari SPICE Penang baru-baru ini dianugerahi gelar "Hotel MICE Terbaik" Malaysia di HAPA Awards yang bergengsi.

Amari Kuala Lumpur, menawarkan pengalaman perjalanan yang lancar di jantung KL Eco City, kawasan bisnis dan hiburan yang dinamis, berlokasi strategis hanya beberapa langkah dari Mid Valley Megamall.

Foto: Souris

Dikelilingi oleh kantor-kantor perusahaan internasional termasuk Mercu 2 & 3, Aspire Tower, The Garden North Tower dan South Tower, Centrepont dan Menara IGB, dan hanya 45 menit dari KLIA, hotel kelas atas yang canggih dan mewah ini memastikan para tamu tetap terhubung sepenuhnya.

Acara khusus dapat diselenggarakan di Veria Ballroom yang berkapasitas 200 orang dan dipenuhi cahaya, sementara pertemuan produktif dan sesi pelatihan dihidupkan di Ruang Pertemuan Agave atau Yucca yang berkapasitas 65 orang.

Dengan banyaknya ruang sosial untuk breakout, networking dan pameran, ditambah ruang bisnis yang indah, Amari Kuala Lumpur dapat menciptakan manfaat jangka panjang bagi setiap perusahaan.



Amari Johor Bahru, memiliki lokasi yang sempurna di jantung Kawasan Pusat Bisnis Johor Bahru, tepat di sebelah Persada Convention Centre dan dekat dengan perbatasan Singapura.

Perencana pertemuan dapat mengadakan acara-acara inspiratif di ruang-ruang yang mengundang mulai dari ruang Lido & Rex yang dapat menampung 220 tamu, yang dapat menyelenggarakan konvensi, konferensi, dan makan malam gala, hingga tiga ruang Amari Sky, yang ideal untuk pertemuan intim dan sesi strategi.

Area Sky Banquet yang berkapasitas 150 tamu akan meningkatkan suasana makan malam dan resepsi perusahaan, dan Ruang Ide yang sensoris akan menstimulasi indera dan memicu imajinasi.

Hotel Amari mana pun di Malaysia yang mereka pilih, setiap tamu – termasuk pebisnis, wisatawan, dan pengunjung “bleisure” generasi baru – akan tenggelam dalam dunia budaya, masakan, desain, arsitektur, kesehatan, dan kesenangan Asia yang anggun.

Dengan kamar dan suite khas, ruang publik dengan pencahayaan alami, pilihan tempat bersantap modern termasuk konsep Amaya Food Gallery yang semarak, kolam renang luar ruangan yang berkilauan, FIT Centre yang lengkap, Breeze Spa yang menenangkan, dan Executive Lounge di setiap hotel, setiap wisatawan diberdayakan untuk menjadi yang terbaik.

OZO George Town Penang, terletak di jantung Kota Warisan Dunia UNESCO di Penang, menawarkan surga kenyamanan modern dan perendaman budaya serta pintu gerbang ideal menuju pengalaman tak terlupakan di Penang.

Kamar dan suite yang dirancang dengan penuh gaya menyediakan tempat istirahat yang tenang, sementara restoran yang buka sepanjang hari akan memanjakan para tamu dengan beragam kreasi kuliner. Bersantailah di kolam renang luar ruangan atau segarkan diri di spa, sebelum menjelajahi jalanan kota yang ramai; temukan permata tersembunyi dan nikmati warisan budaya Penang yang kaya.

OZO, merek dinamis dan kontemporer dari ONYX Hospitality Group, dirancang untuk wisatawan modern yang mencari akomodasi cerdas dan bebas repot yang prioritaskan kenyamanan, konektivitas, dan nuansa lokal yang dinamis.

Sumber foto: <https://www.amari.com/johor-bahru/hotel-photos>

Pembukaan Mendatang:

Tiga hotel kelas atas bermerek Amari dan satu hotel OZO milik perusahaan, akan segera dilengkapi dengan properti OZO tambahan, dan dua properti bermerek Shama pertama di negara tersebut.

Shama, merek khas di bawah payung ONYX Hospitality Group, mendefinisikan ulang konsep apartemen berlayanan, menawarkan perpaduan harmonis antara desain kontemporer, ruang tamu yang luas, dan layanan pribadi untuk pengalaman menginap yang lebih baik dan berkesan.

Perkembangan ini menunjukkan kepercayaan ONYX terhadap pertumbuhan merek Shama yang berkelanjutan. Hotel-hotel baru di Malaysia ini merupakan bagian dari strategi ONYX Hospitality Group untuk mendorong ekspansi signifikan dalam bisnis hotel, resor, dan apartemen berlayanan di Asia Tenggara.

Demi mencapai visi menyeluruh untuk menjadikan dirinya sebagai "Perusahaan Manajemen Perhotelan Menengah Terbaik di Asia Tenggara", perusahaan ini berada pada jalur yang tepat untuk mengoperasikan lebih dari 50 properti pada tahun 2025, naik dari 44 properti saat ini, dan bahkan lebih ambisius lagi yaitu target 70 pada tahun 2028.

ONYX Hospitality Group adalah perusahaan manajemen hotel yang mapan dan terkemuka dengan kehadiran dan reputasi yang kuat di pasar perjalanan global.

Dengan pengalaman lebih dari lima dekade, ONYX Hospitality Group bangga akan kemampuannya menjembatani praktik perhotelan terbaik di Asia dengan ketepatan bisnis global – dengan janji merek 'A Tailored Approach to Hospitality'.

Komitmen ONYX Hospitality Group untuk memberikan pengalaman tamu yang luar biasa dan menyediakan layanan terbaik adalah inti dari operasinya.

Inti dari model bisnis ONYX adalah dedikasinya dalam menawarkan layanan pelanggan yang luar biasa, komitmen terhadap keberlanjutan dan pariwisata yang bertanggung jawab, serta fokus untuk beradaptasi dengan dinamika industri perjalanan global yang terus berkembang.



Sumber foto: <https://www.amari.com/vogue/hotel-photos#gallery-1>



Foto: <https://www.instagram.com/Cloudbeds>

Cloudbeds meluncurkan peringkat OTA yang menghasilkan pendapatan tertinggi di seluruh dunia untuk hotel independen, menyoroti dominasi berkelanjutan dari Booking.com, Expedia, dan Airbnb. Temuan ini menunjukkan kembalinya permintaan OTA, kembalinya wisatawan Asia, dan permintaan baru terhadap hostel dan akomodasi bersama. Berdasarkan data dari ribuan properti independen, wawasan pelanggan Cloudbeds menegaskan bahwa properti mengalami peningkatan pendapatan ketika saluran OTA ditambahkan.

Cloudbeds Ungkapkan OTA yang Hasilkan Pendapatan Tertinggi untuk Properti Independen

OLEH HILDEA SYAFITRI

Cloudbeds meluncurkan peringkat Online Travel Agent. (OTA) yang menghasilkan pendapatan tertinggi di seluruh dunia untuk hotel independen, menyoroti dominasi berkelanjutan dari Booking.com, Expedia, dan Airbnb.

Dilansir dari hospitalitynet.org, temuan ini menunjukkan kembalinya permintaan OTA, kembalinya wisatawan Asia, dan permintaan baru terhadap hostel dan akomodasi bersama.

Berdasarkan data dari ribuan properti independen, wawasan pelanggan Cloudbeds menegaskan bahwa properti mengalami peningkatan pendapatan ketika saluran OTA tambahan ditambahkan.

Cloudbeds, platform manajemen perhotelan yang mendukung lebih banyak reservasi dan kepuasan tamu untuk bisnis penginapan independen di seluruh dunia, hari ini mengumumkan peringkat Agen Perjalanan Online (Online Travel Agencies/OTA) yang menghasilkan pendapatan tertinggi di seluruh dunia, serta menurut berbagai negara dan wilayah.

Temuan-temuan tersebut, yang ditampilkan dalam 'Buku Besar OTA' Cloudbeds tahun 2023, menggarisbawahi kebangkitan OTA yang kuat, dengan platform yang menghasilkan pendapatan tertinggi mengalami pengaruh yang luar biasa di pasar. Sementara itu, popularitas OTA regional di seluruh Asia semakin meningkat, menandakan kembalinya wisatawan Asia ke pasar ini.

Analisis ini mengikuti penelitian ekstensif yang dilakukan Cloudbeds yang melibatkan puluhan ribu properti independen di seluruh dunia, termasuk hotel, losmen, motel, hostel, persewaan jangka pendek, dan apartemen berlayanan.

Berdasarkan data yang dikumpulkan dari ribuan properti independen pelanggan antara tahun 2021 dan 2023, kami telah menyaksikan laju pemulihan yang luar biasa bagi Agen Perjalanan Online. Meskipun OTA terkemuka seperti Booking.com, Expedia, dan Airbnb tetap mempertahankan posisi mereka sebagai penghasil pendapatan terbesar, kami juga melihat Trip.com Tiongkok naik dua peringkat.



Untuk properti independen, membangun perpaduan saluran yang komprehensif merupakan bagian integral dalam menjamin aliran reservasi yang stabil, namun menavigasi dunia OTA yang kompleks bukanlah hal yang mudah.

Itu sebabnya tim kami di Cloudbeds menganalisis data pemesanan dari puluhan ribu properti independen setiap tahunnya, menawarkan wawasan tentang dominasi OTA secara global, regional, dan di berbagai jenis properti. Sebastien Leitner, Wakil Presiden Kemitraan di Cloudbeds.

Berikut adalah sepuluh OTA yang menghasilkan pendapatan tertinggi secara global pada tahun 2023, menurut data dari properti pelanggan independen Cloudbeds:

- 1.Booking.com
- 2.Expedia
- 3.Airbnb
- 4.Hostelworld
- 5.Agoda
- 6.Trip.com
- 7.Hotelbeds
- 8.Vrbo
- 9.Traveloka
- 10.Despegar

Pemeringkatan baru dari Cloudbeds juga menyoroti OTA yang menghasilkan pendapatan tertinggi bagi pelanggannya di destinasi perjalanan terkemuka di Amerika Utara, LATAM, Eropa, dan kawasan APAC.

Meskipun Booking.com, Expedia, dan Airbnb secara konsisten berada di peringkat lima OTA yang menghasilkan pendapatan tertinggi di 11 negara, Cloudbeds mengamati kembalinya wisatawan Asia seiring dengan naiknya Agoda dan Trip.com di Amerika Utara dan memulai debut mereka di daftar Amerika Latin..



Foto: <https://www.instagram.com/Cloudbeds>



Foto: <https://www.instagram.com/Cloudbeds>

Sementara itu, peringkat Hostelworld naik di beberapa negara, terutama naik lima peringkat di Thailand dan Filipina, menunjukkan adanya permintaan baru terhadap hostel, akomodasi bersama, dan pengalaman.

Sejalan dengan tahun-tahun sebelumnya, data Cloudbeds secara konsisten menunjukkan bahwa properti independen dari semua ukuran mengalami peningkatan pendapatan ketika saluran OTA tambahan ditambahkan, dengan enam saluran menjadi angka ajaibnya.

TENTANG CLOUDBEDS

Cloudbeds adalah platform terkemuka yang mendukung perhotelan, melayani puluhan ribu bisnis penginapan di lebih dari 150 negara di seluruh dunia.

Platform pemenang penghargaan dirancang untuk memberikan nilai 360 kepada pelaku bisnis perhotelan, dengan mulus mengintegrasikan solusi bawaan dan pasar yang meningkatkan pendapatan, menyederhanakan operasi, dan menyenangkan para tamu ke dalam sistem terpadu.

Didirikan pada tahun 2012, Cloudbeds dinobatkan sebagai PMS, Sistem Manajemen Hotel, dan Manajer Saluran terbaik (2021-2024) oleh Hotel Tech Report, Penyedia Solusi PMS Hotel Terbaik Dunia (2022) oleh World Travel Awards, dan diakui dalam Deloitte's Technology Fast 500 pada tahun 2023.



Otomatisasi Pemasaran Hotel Hasilkan Prospek Berkualitas Tinggi untuk Saluran Penjualan Tahun 2024

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Otomatisasi Pemasaran hotel hasilkan prospek berkualitas tinggi untuk saluran penjualan tahun 2024. Otomatisasi pemasaran hotel semakin populer karena pemasar hotel terus-menerus ditekan untuk beradaptasi dengan lanskap pemasaran digital yang terus berkembang.

Baik itu revolusi AI yang sedang berkembang atau pergeseran preferensi konten di media sosial, selalu ada kekurangan strategi pemasaran baru yang dapat Anda gunakan. Belum lagi persaingan yang terus terjadi dengan agen perjalanan online (OTA), yang menyumbang 49% dari seluruh pemesanan hotel online.

Dengan OTA seperti Expedia dan Booking.com menghabiskan lebih dari \$3,5 miliar untuk pemasaran dalam satu kuartal, tim pemasaran Anda bertanggung jawab untuk menemukan solusi inovatif guna meningkatkan pemesanan langsung.

Namun bagaimana Anda mengelola semuanya tanpa menambah biaya, waktu, dan tenaga? Jawabannya terletak pada sistem otomatis dan alat pemasaran. Kini terdapat lebih banyak solusi digital untuk membantu Anda meningkatkan efisiensi, bersaing dengan OTA, mendorong pemesanan langsung, dan meningkatkan ROI.

Dilansir dari hotelnewsresource.com, artikel ini akan mempelajari bagaimana otomatisasi pemasaran dapat merevolusi perolehan prospek di industri perhotelan, memungkinkan pelaku bisnis perhotelan mendorong pemesanan langsung dan terhubung dengan calon tamu dengan lebih efektif dan efisien.

Apa itu Otomatisasi Pemasaran Hotel?

Otomatisasi pemasaran hotel mengacu pada penggunaan perangkat lunak khusus untuk menyederhanakan dan mengoptimalkan semua komunikasi dengan tamu masa lalu, sekarang, dan calon tamu.

Perangkat lunak otomasi pemasaran mendapatkan namanya dari fitur yang memungkinkan Anda mengotomatiskan tugas yang berulang dan memakan waktu melalui alur kerja yang telah ditentukan sebelumnya dan pengumpulan data yang ditingkatkan.

Integrasi dengan sistem manajemen hubungan pelanggan (CRM) Anda memungkinkan koneksi yang lancar antara alat manajemen tamu dengan pemasaran email dan media sosial. Proses ini memungkinkan pelaku bisnis perhotelan memanfaatkan data pelanggan yang ada untuk inspirasi kampanye dan personalisasi pesan.

Pendekatan ini meningkatkan kemampuan Anda untuk menjangkau audiens target secara efisien, meningkatkan pengalaman tamu, dan meningkatkan pendapatan. Contoh otomatisasi pemasaran hotel meliputi:

Otomatisasi pemasaran email untuk mengirim pesan, penawaran, dan konfirmasi reservasi yang dipersonalisasi.

Penjadwalan dan pengedaran media sosial untuk mempertahankan kehadiran online yang aktif.

Strategi penetapan harga dinamis yang menyesuaikan tarif kamar berdasarkan permintaan dan kondisi pasar.

Segmentasi pelanggan untuk kampanye pemasaran yang disesuaikan.

Chatbots dan asisten virtual untuk memberikan dukungan dan informasi tamu 24/7.

Tinjau alat manajemen untuk memantau dan menanggapi umpan balik tamu hotel.



Foto: Spenser Sembrat



Foto: Spenser Sembrat



Foto: Colin Watts



Foto: Salman Rameli

Benefits of Hotel Marketing Automations

Otomatisasi pemasaran hotel menawarkan banyak manfaat, namun salah satu keuntungan paling signifikan terletak pada kemampuannya untuk secara drastis meningkatkan kualitas prospek yang dihasilkan.

Dengan memanfaatkan kekuatan otomatisasi, tim pemasaran Anda dapat mengumpulkan dan menganalisis data pelanggan yang kuat dengan lebih efektif dibandingkan sebelumnya.

Otomatisasi pemasaran menjelaskan preferensi, perilaku, dan riwayat pemesanan tamu, memungkinkan Anda menyesuaikan pemasaran untuk audiens tertentu dan meningkatkan pemesanan langsung melalui konten yang lebih personal dan relevan.

Kombinasi wawasan berbasis data dan personalisasi pada akhirnya meningkatkan pengalaman tamu secara keseluruhan dan menumbuhkan loyalitas merek yang lebih kuat, sehingga memperkuat posisi hotel Anda di pasar yang kompetitif.

Cara Mengotomatiskan Pemasaran Hotel Anda pada tahun 2023.

1. Kampanye Pemasaran Email

Pemasaran email hotel terus menjadi pembangkit tenaga listrik yang menghasilkan pendapatan, dengan kemampuan memberikan ROI sebesar \$40 untuk setiap \$1 yang dibelanjakan. Ada berbagai solusi untuk membantu Anda mengotomatiskan kampanye pemasaran email Anda.

Contoh populer perangkat lunak otomatisasi pemasaran email:

RezRecover – terbaik untuk pengabaian pemesanan dan pemulihan pendapatan

Mailchimp – opsi yang mudah digunakan untuk kampanye email umum dan buletin

Hubspot – rangkaian pemasaran konten dan CRM yang komprehensif

Perangkat lunak otomatisasi email dirancang untuk meningkatkan kemampuan Anda dalam membuat, mengelola, dan mengoptimalkan komunikasi email Anda. Kurangi waktu yang dihabiskan untuk pengelolaan kampanye dan tingkatkan rasio konversi Anda dengan memanfaatkan otomatisasi berikut:

Alur Pemasaran Email: Penerapan alur pemasaran email melibatkan pengaturan serangkaian email otomatis yang dipicu oleh tindakan tamu tertentu. Misalnya, saat tamu mendaftar untuk menerima buletin Anda atau membuat reservasi, rangkaian sambutan otomatis dapat dimulai, memperkenalkan mereka pada fasilitas, layanan, dan penawaran khusus hotel Anda.

Dengan menyesuaikan alur ini dengan berbagai interaksi tamu, Anda dapat menyampaikan konten yang relevan dan tepat waktu yang dapat memupuk prospek dan mendorong konversi. Pengabaian Pemesanan: Kampanye pengabaian Pemesanan adalah alat yang ampuh untuk memulihkan pemesanan yang hilang.

Saat tamu memulai pemesanan hotelnya namun tidak menyelesaikan reservasinya, email pengingat otomatis dapat dikirim, yang secara perlahan meminta mereka untuk menyelesaikan prosesnya. Memasukkan insentif, seperti diskon atau manfaat tambahan, dapat meningkatkan peluang konversi secara signifikan.

Otomatisasi memastikan bahwa pengingat ini dikirim pada saat yang tepat, sehingga meningkatkan kemungkinan mendapatkan kembali potensi pemesanan tersebut

2.Chatbot Perhotelan & Asisten Virtual

Chatbots semakin banyak digunakan secara online untuk meningkatkan layanan pelanggan dan mengotomatiskan respons terhadap pertanyaan umum dan pertanyaan pemesanan lainnya.

Chatbot perhotelan memainkan peran penting dalam membantu pelaku bisnis perhotelan mengotomatiskan saluran penjualan mereka dan menghasilkan prospek berkualitas tinggi sekaligus meningkatkan pemesanan langsung. Begini caranya:

Respons dan Keterlibatan Segera: Chatbots tersedia 24/7, menjawab pertanyaan tamu secara instan. Waktu respons yang cepat ini dapat meningkatkan kepuasan tamu secara signifikan dan meningkatkan kemungkinan pemesanan langsung, karena calon tamu akan menerima bantuan segera.

Interaksi yang Dipersonalisasi: Chatbots dapat mengumpulkan dan menganalisis data tamu, memungkinkan mereka memberikan rekomendasi yang dipersonalisasi berdasarkan preferensi tamu dan interaksi sebelumnya.



Foto: mindaugas



Foto: Gerson Repreza

Chatbots juga dapat berkomunikasi dengan tamu dalam bahasa pilihan mereka, sehingga proses pemesanan Anda lebih mudah diakses oleh tamu internasional.

Kualifikasi Prospek: Chatbots dapat mengajukan pertanyaan yang memenuhi syarat untuk memahami kebutuhan dan preferensi spesifik tamu.

Data ini dapat membantu pelaku bisnis perhotelan melakukan segmentasi audiens mereka secara efektif, memastikan bahwa upaya pemasaran diarahkan pada prospek berkualitas tinggi yang lebih mungkin menghasilkan konversi.

Bantuan Pemesanan Langsung: Chatbots dapat membantu tamu dalam proses pemesanan, membantu mereka menavigasi pilihan kamar, tarif, dan ketersediaan. Mereka bahkan dapat memulai dan menyelesaikan reservasi tanpa perlu campur tangan manusia, sehingga pada akhirnya mendorong pemesanan langsung.

Add-On Pemesanan: Chatbots dapat memfasilitasi peningkatan penjualan layanan tambahan, seperti transfer bandara, makan di kamar, atau tiket ke atraksi lokal. Mereka dapat memberikan informasi ketersediaan dan harga secara real-time, sehingga memudahkan para tamu untuk melakukan pemesanan.

3. Iklan yang Didukung AI

Pada bulan Maret 2023, Google meluncurkan Performa Maksimal untuk sasaran perjalanan, alat iklan bertenaga AI yang menyederhanakan proses pembuatan iklan, sehingga memudahkan untuk mendorong pemesanan langsung.

Alat ini secara otomatis menghasilkan iklan yang profesional dan terstruktur dengan baik serta mengintegrasikannya dengan lancar di berbagai platform Google, termasuk Google Maps, YouTube, Penelusuran, Gmail, dan Iklan Hotel.

Hal yang membedakan Performance Max adalah fleksibilitas yang ditawarkannya kepada pelaku bisnis perhotelan. Meskipun menghasilkan iklan secara otomatis, Anda mempertahankan kontrol materi iklan dengan memiliki opsi untuk mengedit aset yang dihasilkan AI atau menggantinya dengan elemen khusus.

Hal ini menghemat waktu yang berharga sekaligus memungkinkan Anda menjangkau calon tamu dengan lebih efektif.

Selama penyiapan kampanye, Anda dapat memilih properti menggunakan alat pemilih hotel, yang akan mengisi iklan dengan elemen materi iklan seperti salinan, gambar, dan URL dalam berbagai format.

4. Segmentasi Tamu

Di pasar yang sangat kompetitif, personalisasi adalah strategi utama bagi pelaku bisnis perhotelan untuk menonjol dan berinteraksi dengan tamu secara efektif. Faktanya, kampanye pemasaran email yang tersegmentasi dengan baik telah terbukti meningkatkan pendapatan sebesar 760%.

Otomatisasi pemasaran memainkan peran penting dalam mencapai hal ini melalui pengumpulan data pelanggan yang mendalam. Misalnya, data tamu dapat dimanfaatkan untuk merekomendasikan penawaran yang dipersonalisasi, seperti peningkatan kamar eksklusif, paket spa, atau pengalaman lokal yang sesuai dengan minat tamu.

Tamu dapat disegmentasikan ke dalam beberapa kategori untuk meningkatkan pesan pemasaran Anda, dengan pembeda yang efektif termasuk:

- *Anggaran*
- *Negara & wilayah asal*
- *Minat*
- *Usia & Demografi*
- *Rata-rata lama menginap*
- *Tujuan hotel*

Upaya personalisasi tersebut sangat membantu dalam membuat setiap tamu merasa istimewa dan dihargai, yang berperan penting dalam meningkatkan kepuasan, loyalitas, dan pemesanan langsung tamu.



Foto: George Savva

5.Otomatisasi Media Sosial

Media sosial telah menjadi alat yang sangat diperlukan untuk mendorong pemesanan langsung di industri pariwisata, dengan statistik terbaru menunjukkan bahwa 34% wisatawan dipengaruhi oleh TikTok pada tahun 2023.

Selain itu, 40% wisatawan berusia di atas 30 tahun kini lebih memilih melakukan riset perjalanan mereka di Instagram atau TikTok dibandingkan penelusuran Google. Untuk memanfaatkan tren ini, pemasar hotel dapat menggunakan alat otomatisasi pemasaran yang dirancang khusus untuk media sosial:

Postingan Terjadwal: Otomatiskan waktu dan frekuensi postingan di berbagai platform.

Segmentasi Audiens: Targetkan demografi spesifik dengan konten yang disesuaikan.

Dasbor Analytics: Pantau metrik kinerja utama secara real-time.

Mendengarkan Sosial: Lacak sebutan dan umpan balik pelanggan untuk tanggapan segera.

Melalui penggunaan solusi otomatisasi media sosial, seperti Hootsuite atau Sprout Social, pelaku bisnis perhotelan tidak hanya dapat menghemat waktu tetapi juga menciptakan strategi media sosial yang lebih personal dan efektif.

Otomatisasi memungkinkan interaksi yang konsisten dan tepat waktu dengan calon tamu, sehingga meningkatkan kemungkinan pemesanan langsung dan membina hubungan pelanggan jangka panjang.

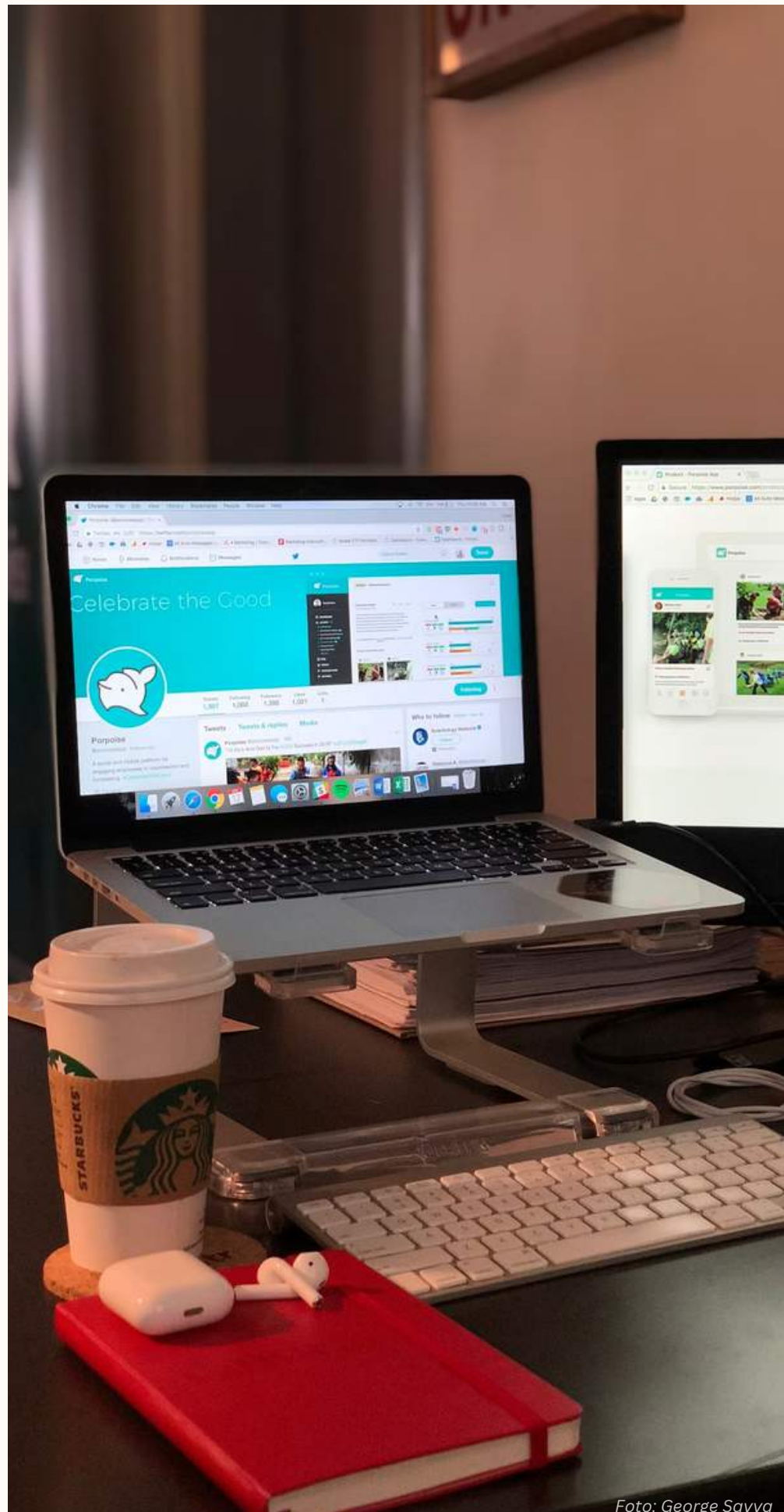


Foto: George Savva



Foto: Christina @wocintechchat.com



Sumber foto: <https://www.cartstack.com/>

Apakah Anda Siap Mengotomatiskan Pemasaran Anda?

Saat kita menavigasi lanskap dinamis pemasaran hotel pada tahun 2023, kebutuhan akan otomatisasi semakin terlihat jelas.

Mulai dari melawan dominasi agen perjalanan online hingga mempersonalisasi interaksi tamu, otomatisasi pemasaran hotel telah muncul sebagai solusi ampuh untuk menyederhanakan operasional hotel, menghasilkan prospek berkualitas tinggi, dan mendorong pemesanan langsung.

Dengan berinvestasi pada alat otomatisasi pemasaran, Anda dapat mengubah strategi pemasaran Anda menjadi mesin pertumbuhan yang efisien dan berbasis data. Untuk memulai dan mengotomatiskan kampanye pengabaian keranjang hotel Anda, kami mendorong Anda untuk mengambil tindakan sekarang.

Daftar untuk uji coba gratis RezRecover dan temukan langsung bagaimana platform inovatif kami dapat membantu Anda memulihkan pemesanan yang hilang, meningkatkan kepuasan tamu, dan meningkatkan upaya pemasaran hotel Anda dengan otomatisasi.

Tentang RezRecover oleh CartStack

Dibuat untuk kesederhanaan, RezRecover oleh CartStack memudahkan hotel mendapatkan kembali pemesanan online yang hilang dan mendorong lebih banyak pendapatan langsung.

Teknologi siap pakai ini berpadu sempurna dengan solusi yang ada, menginspirasi lebih banyak pemesanan langsung dengan memicu pesan email otomatis, terpersonalisasi, dan berkonversi tinggi berdasarkan perilaku pengguna secara real-time, seperti mengabaikan reservasi.

Integrasinya sederhana, hasilnya dramatis, dan dukungan kami tiada tandingannya. RezRecover adalah layanan pemasaran ulang terbaik di kelasnya untuk industri hotel global yang mengubah pengunjung menjadi pemesan yang bahagia.

Raih kembali penjualan yang hilang, tingkatkan ROI mesin pemasaran Anda, dan buat tamu Anda merasa bahwa Anda benar-benar menghargai bisnis mereka.



Vietnam Kembangkan Pariwisata Berbasis Komunitas

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata tidak hanya membantu mempertahankan kontribusi ekonomi jangka panjang, namun juga memastikan dukungan dan pengawasan yang diperlukan terhadap kegiatan pariwisata. Oleh karena itu, hal ini adalah solusi efektif untuk mempromosikan pariwisata berkelanjutan.

Dilansir dari en.vietnamplus.vn, saat ini, selain ingin mengunjungi tempat-tempat indah, wisatawan juga ingin mendalami budaya asli dan merasakan aktivitas kehidupan sehari-hari masyarakat setempat.

Hal ini tidak akan mungkin terjadi tanpa keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata dan diidentifikasi sebagai "kunci" untuk menemukan konsensus antara masyarakat dan pemangku kepentingan dalam pengambilan keputusan pengembangan pariwisata.

Dengan demikian tercipta motivasi destinasi untuk berkembang pesat dan berkelanjutan. Selain itu, memobilisasi partisipasi mereka dalam pengembangan pariwisata juga merupakan solusi untuk membantu menciptakan kehidupan.



Foto: Ives Ives

Pariwisata dapat meningkatkan kondisi kehidupan masyarakat setempat seperti meningkatkan kesadaran masyarakat dalam melestarikan lingkungan hidup, sumber daya pariwisata, dan identitas budaya; dan memperkaya produk dengan cara yang positif.

Menyadari pentingnya pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, belakangan ini beberapa daerah dan destinasi telah mengambil langkah-langkah praktis untuk mendorong masyarakat terlibat dalam pengembangan industri non-rokok.

Wakil Direktur Departemen Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata pegunungan utara provinsi Son La Tran Xuan Viet mengatakan sejak 2014, setelah Perdana Menteri mengeluarkan keputusan yang menyetujui rencana induk pengembangan situs wisata nasional Moc Chau hingga tahun 2020, dengan visi pada tahun 2030.

Dewan Rakyat provinsi telah mengeluarkan banyak resolusi khusus dengan kebijakan untuk mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat.

Masyarakat di distrik Moc Chau dan Van Ho telah secara proaktif melaksanakan proyek untuk mengembangkan dusun pariwisata berbasis masyarakat dengan merenovasi tempat perumahan, menata dan mendekorasi ruangan dengan ciri budaya tradisional kelompok etnis, mengembangkan layanan kuliner untuk menjamin kebersihan dan keamanan pangan, dan memproduksi pertanian tradisional.

Produk berdasarkan penerapan teknologi produksi bersih untuk melayani pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Komite Rakyat kedua kabupaten juga secara rutin menyelenggarakan kursus pelatihan untuk meningkatkan keterampilan vokasi pariwisata, membimbing masyarakat tentang keterampilan profesional dalam mempromosikan dan memasarkan produk pariwisata.

Hasilnya, Moc Chau muncul sebagai titik terang dalam pariwisata komunitas, tambah Son La Tran Xuan Viet.

Khusus untuk kota resor terkenal Sa Pa di provinsi pegunungan utara Lao Cai, kotapraja ini telah memprioritaskan sumber daya anggaran untuk melaksanakan proyek guna melestarikan dan mempromosikan nilai-nilai budaya etnis minoritas di wilayah tersebut.

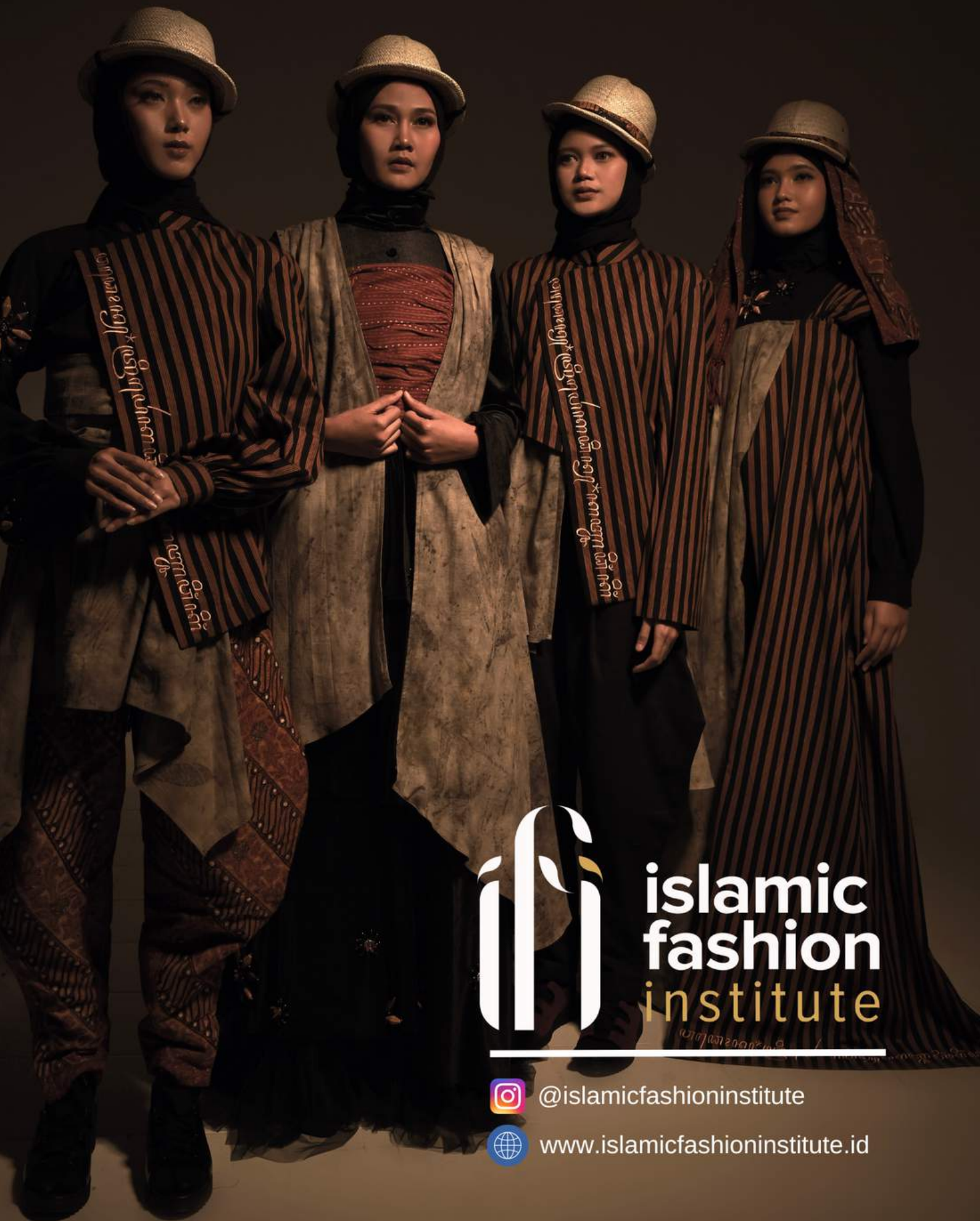
Namun menurut para ahli, melakukan kegiatan pariwisata di banyak tempat masih bersifat spontan, serta kurangnya keterampilan dan pengalaman dalam organisasi dan operasional, terutama terbatasnya kemampuan bahasa asing.

Oleh karena itu, agar pariwisata berbasis masyarakat berhasil, diperlukan kebijakan investasi bagi masyarakat, melalui peningkatan keterampilan dan kapasitas masyarakat untuk menerapkan pengetahuan yang dipelajari secara ilmiah dan fleksibel untuk melayani wisatawan.

Mereka mengatakan bahwa partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata sangat penting, karena komunitas lokal merupakan faktor penentu lingkungan budaya, gaya hidup, dan identitas destinasi – ciri penting yang menarik wisatawan.

Oleh karena itu, untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat, melestarikan dan mempromosikan nilai-nilai adat merupakan isu yang menentukan, tambah mereka.





islamic
fashion
institute



@islamicfashioninstitute



www.islamicfashioninstitute.id



AENOR Jadikan RIU jaringan Hotel Pertama Dapatkan Sertifikasi Zero Food Waste

| OLEH HIELDA SYAFITRI

Tiga hotel pertama yang menerima sertifikasi adalah Riu Concordia, Riu Festival dan Riu San Francisco di Playa de Palma. RIU Hotels & Resorts dan AENOR menandatangani aliansi untuk mensertifikasi hotel-hotel di jaringan hotel tersebut dengan segel "No Limbah Makanan" yang baru.

Industri perhotelan adalah sektor yang mengonsumsi makanan dalam jumlah besar, dan melibatkan seluruh rantai nilai pertanian pangan. Selain itu, PBB memperkirakan sepertiga makanan yang diproduksi di dunia berakhir di tempat sampah, sementara kejadian kelaparan parah semakin meningkat, dan hampir separuh kematian anak disebabkan oleh kekurangan gizi.

Itulah sebabnya perang melawan limbah makanan merupakan salah satu Tujuan Pembangunan Berkelanjutan PBB, khususnya tujuan kedua: "Zero Hunger". Aliansi ini merupakan sebuah tantangan yang bertujuan untuk memerangi masalah global yang memiliki dampak besar terhadap lingkungan, sosial, dan keuangan.

Oleh karena, di antara banyak keuntungan lainnya, pengurangan limbah mempunyai manfaat langsung yang tinggi dalam hal penghematan biaya.

Untuk mendapatkan sertifikasi, hotel telah melakukan banyak evaluasi, pengendalian, dan pemantauan yang memerlukan peran profesional AENOR dan RIU.



Sumber foto: <https://www.riuaruba.com/>

Sertifikasi ini menetapkan beberapa langkah penting yang harus diikuti untuk memanfaatkan kesempatan belajar dan meningkatkan proses pengurangan sisa makanan.

Pertama, inventarisasi limbah makanan dilakukan, yang menentukan tindakan untuk mengurangi dan mencegah limbah.

Hal ini tercermin dalam rencana dengan tujuan dan sasaran tertentu, yang didokumentasikan dan dipantau secara mendalam melalui rencana pengelolaan yang disusun oleh RIU.

Setelah verifikasi, evaluasi, dan pemeriksaan yang relevan dilakukan di dapur itu sendiri oleh AENOR, ketiga sertifikat tersebut diberikan, tanpa poin "Ketidaksesuaian".

Sertifikasi ini berlaku selama tiga tahun, dengan tinjauan tahunan.

Saat ini, rencana percontohan proyek ini sedang dilaksanakan di hotel RIU di Mallorca. Sasarannya pada tahun 2023 adalah untuk memberikan sertifikasi pada hotel-hotel di Riu San Francisco, Festival Riu, dan Riu Concordia, sedangkan Riu Playa Park dan Riu Bravo akan disertifikasi ketika dibuka kembali untuk musim panas tahun 2024.

Hal ini merupakan tantangan besar bagi RIU yang bertujuan untuk berkontribusi dalam menghadapi masalah global. Untuk melakukan hal ini, mereka bergantung pada tim dapur dan ruang makan, yang merupakan aktor utama dalam perubahan ini. AENOR menekankan bahwa pilar fundamentalnya adalah mengurangi, menggunakan kembali, mendistribusikan kembali, dan mendaur ulang.

Oleh karena itu, penting untuk menghindari produksi berlebih dan menyesuaikannya dengan permintaan, mengoptimalkan operasi agar lebih efisien, karena salah satu tempat paling kritis terjadinya limbah makanan adalah prasmanan.



andBeyond di Bhutan: Memadukan Kemewahan dan Keberlanjutan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Setiap pengunjung yang sering ke Bhutan akan memberi tahu Anda bahwa kerajaan ini hampir selalu memenuhi janjinya sebagai destinasi alam impian.

Dilansir dari www.businesstimes.com.sg, pegunungan Himalaya yang menjulang tinggi, lembah terjal, hutan lebat, dan sungai berkelok-kelok sungguh menakjubkan, seolah-olah ada influencer yang memfilter dan mengedit foto di Instagram setiap beberapa detik.

Saat Anda memadukan lanskap tersebut dengan akomodasi kelas atas namun ramah lingkungan di andBeyond, yang Anda dapatkan adalah retreat alam sempurna yang memungkinkan para tamunya membenamkan diri dalam keindahan alam liar sambil menikmati layanan dan fasilitas terbaik.



Sumber foto: <https://www.untamedtravelling.com/>

Selama bertahun-tahun, andBeyond telah dengan hati-hati memposisikan dirinya sebagai perusahaan safari dan perjalanan mewah dengan kamp dan penginapan mewah di kawasan satwa liar utama di Afrika dan Amerika Selatan.

Namun properti terbarunya di Bhutan merupakan sebuah tonggak sejarah: ini adalah penginapan andBeyond pertama yang dibuka di Asia, sebuah perluasan yang akan berlanjut ke wilayah lain di kawasan ini.

andBeyond di Bhutan: Memadukan kemewahan dan keberlanjutan

Penginapan terbarunya menempatkan para tamu di suite tenda mewah di tepi sungai yang terkenal. Untuk saat ini, andBeyond Punakha River Lodge sedang menetapkan standar untuk properti masa depannya di Asia.

Terletak di tepi Sungai Mo Chhu di Lembah Punakha, akomodasi ini sebagian besar berupa tenda yang menempatkan flora dan fauna Bhutan di depan pintu para tamunya, sehingga mereka dapat menjalin hubungan yang kuat dengan lanskapnya.

Pondok ini memiliki enam suite tenda, serta vila dua kamar tidur dengan kolam renang pribadi, dan vila satu kamar tidur dengan kolam rendam dan bak mandi air panas, tergantung musim.

Namun di mana pun Anda tinggal, Anda selalu dapat mendengar deru samar air mengalir melintasi bebatuan dan dasar sungai Mo Chhu – sebuah dengungan unsur yang memfasilitasi meditasi saat Anda memejamkan mata.

Suite tendanya besar dan indah. Masing-masing memiliki ruang tamu seluas 80 meter persegi, yang mencakup dek luas, tempat tidur berukuran king, kamar mandi besar dengan bathtub yang ditempatkan secara strategis di bawah jendela atap, dan fasilitas shower luar ruangan.

Saat Anda memadukan lanskap tersebut dengan akomodasi kelas atas namun ramah lingkungan di andBeyond, yang Anda dapatkan adalah retreat alam sempurna yang memungkinkan para tamunya membenamkan diri dalam keindahan alam liar sambil menikmati layanan dan fasilitas terbaik.

Karena masing-masing tenda suite diberi jarak minimal 20 meter satu sama lain, para tamu memiliki privasi penuh – begitu lengkap, bahkan tidak disediakan kunci untuk pintu utama.

Perlu dipahami bahwa tidak ada seorang pun yang akan menerobos masuk ke dalam rumah Anda secara tiba-tiba, dan staf dapat dipercaya sepenuhnya untuk menjaga barang-barang Anda tetap aman.

Jika ketenangan Anda sedikit terganggu, biasanya hal itu disebabkan oleh suara burung. Bhutan, seperti yang diketahui oleh setiap pengamat burung, adalah surga bagi keanekaragaman burung. Negara ini adalah rumah bagi 7 persen spesies burung dunia – atau tepatnya 783 spesies pada tahun 2022.

Karena penginapan ini terletak di tepi air, mudah untuk menemukan tempat yang nyaman di tepi sungai dan mencari makhluk bersayap seperti burung redstart bertudung putih, burung pekakak, dan burung lapwing sungai.

Jika beruntung, Anda bahkan bisa melihat bangau perut putih, spesies agung namun terancam punah yang menjadikan Sungai Punakha sebagai habitat favoritnya.

Kemegahan pagi hari

Penduduk kota menyukai Bhutan karena merupakan kebalikan dari kota ramai yang tidak pernah tidur.

Orang-orang yang suka tidur di malam hari yang tampaknya tidak dapat disembuhkan memulihkan ritme sirkadian mereka, tidur lebih awal di malam hari dan bangun ketika fajar menyingsing, dengan kicauan burung sebagai jam alarm alam.

Di penginapan, para tamu diundang untuk mendaki pagi hari ke Khamsum Yuelley Namgyal Chorten. Kuil Buddha yang megah ini terletak di puncak bukit yang menghadap ke Lembah Punakha dan pertemuan sungai Pho Chhu dan Mo Chhu. (Pho dan Mo masing-masing berarti "ayah" dan "ibu" dalam bahasa Bhutan.)

Chorten dibangun untuk mengusir roh jahat dan mendorong perdamaian di wilayah tersebut.

Hal ini ditugaskan oleh Ibu Suri Bhutan, Ashi Tshering Yangdon Wangchuck, untuk membawa berkah bagi kerajaan dan rakyatnya.



Kedekatan andBeyond Punakha River Lodge dengan Sungai Mo Chhu menjadikannya ideal untuk makan malam di tepi sungai dan mengamati burung. (Foto: andBeyond)



Namun yang membedakannya dari chorten lainnya adalah fitur arsitekturnya yang rumit. Baik interior maupun eksteriornya dihiasi dengan lukisan dan pahatan yang dibuat dengan cermat, menonjolkan keahlian pengrajin Bhutan.

andBeyond terkenal karena mengejutkan para tamunya dengan suguhan tak terduga – dan pagi ini pun demikian. Meskipun sarapan ringan telah disediakan di penginapan sebelum pendakian.

Para staf diam-diam telah menyiapkan makan siang yang lebih mewah di puncak bukit di sebelah chorten, di mana orang dapat memandang dengan mata terbelalak melihat pemandangan sambil mengunyah segar. roti kayu manis panggang dan stroberi.

Setelah mendaki menuruni bukit, para tamu dapat berpartisipasi dalam berbagai kegiatan. Tergantung pada musim, mereka dapat menikmati jalan-jalan desa yang tenang, jalur sepeda gunung off-road, panahan tradisional, arung jeram dan kayak.

Bisa juga ikut membajak dan menanam padi musiman. Hampir semua kegiatan ini diselenggarakan oleh pihak penginapan tanpa biaya tambahan bagi tamu.

Meskipun beberapa akomodasi bintang lima mungkin membiarkan tamunya bersantai di kamar mereka, andBeyond selalu mengambil cara yang sedikit berbeda dengan secara lembut membujuk mereka untuk terhubung dengan lanskap dan budaya lokal, belajar tentang tradisi adat, dan mendukung inisiatif berbasis komunitas.

.Tentu saja, Anda dapat memilih untuk menghabiskan hari dengan santai, dan terdapat cukup fasilitas di properti untuk membantu Anda bersantai. Kolam renang terbuka di penginapan ini sangat menarik, dikelilingi oleh flora asli dan pegunungan terjal.

Studio yoga sangat luas, sementara itu, spa di dalam hotel menawarkan pemandian batu panas tradisional Bhutan dengan bak mandi kayu – suatu keharusan bagi pengunjung yang baru pertama kali datang.

Landmark spiritual

Bhutan sangat dicintai karena spiritualitas Budhanya. Punakha, sebagai bekas ibu kota Bhutan dan pusat pemerintahan hingga tahun 1955, adalah rumah bagi beberapa landmark paling ikonik dan sakral di Bhutan.

Ini termasuk Punakha Dzong, sebuah benteng megah yang dibangun pada tahun 1637 yang berdiri di pertemuan sungai Pho Chhu dan Mo Chhu. Dari dekat, bangunan enam lantai ini menjulang ke langit seperti penjaga kuno, dindingnya yang bercat putih dan menara emasnya menjulang ke arah langit.

Benteng Punakha Dzong yang terkenal adalah salah satu atraksi utama Punakha.

Saat Anda melangkah melewati pintu kayunya yang besar, Anda akan disambut oleh pohon bodhi besar – sejenis pohon tempat Buddha terkenal duduk, bermeditasi, dan menemukan pencerahan – diikuti oleh serangkaian halaman yang tenang, kuil yang penuh hiasan, dan aula yang menjulang tinggi.

Tempat suci lainnya yang patut dikunjungi adalah Biara Sangchhen Dorji Lhuendrup Lhakhang. Bertengger di punggung bukit di tengah pepohonan pinus yang berbisik, biara ini memiliki patung perunggu Avalokiteshvara setinggi 4,2 meter, yang dibuat dengan cermat oleh pengrajin lokal Bhutan.

Kuil ini juga menampung sejumlah tokoh patung yang dihormati, termasuk Buddha, Guru Rinpoche, Zhabdrung Ngawang Namgyel, Tsela Namsum, dan 21 Taras.

Saat berada di sana, Anda mungkin ingin mengambil bagian dalam upacara tshewang (berkah), sebuah ritual spiritual bagi mereka yang mencari pemberdayaan pribadi dan kehidupan yang dipenuhi kesehatan dan vitalitas.

Ritual sakral singkat ini melibatkan pembuatan permohonan dan menyalakan lampu mentega. Kiat profesional: keinginan akan lebih mungkin terkabul jika keinginan tersebut melampaui keinginan pribadi dan mencakup kesejahteraan orang lain



Foto: Pema Gyamtsho

Kenikmatan kuliner

Sementara itu, makan siang dan makan malam di penginapan selalu menjadi pengalaman yang menyenangkan. Mereka sering disajikan di lokasi yang mengejutkan, seperti tempat di tepi sungai, tempat terbuka di hutan, atau lapangan gelap yang diterangi lampu peri dan api unggun.

Makanan tersebut menampilkan bakat koki Rudolf van der Westhuizen, penduduk asli Afrika Selatan yang tinggal dan bekerja di negara-negara seperti Peru, Botswana, Tiongkok, Jepang, Rusia, dan Amerika.

Terlatih dalam gastronomi molekuler dan masakan pedesaan, ia mengambil inspirasi dari budaya lokal untuk menciptakan hidangan fusion yang unik.

Pada malam pertama, pilihan hidangan pembuka termasuk ceviche ikan trout Himalaya dengan salsa jagung hangus dan jeli cabai nanas, serta sup labu kelapa dan jahe dengan biji hancur dan minyak herbal. Pilihan hidangan utamanya meliputi kembang kol asam manis dengan ketan kelapa, mousse brokoli, dan bayam renyah.

Makan siang terdiri dari berbagi sepiring hidangan lokal yang ditafsirkan ulang seperti daging suwir renyah dengan saus Szechuan yang lengket, roti bao dengan daging yak, dan carpaccio lobak daikon.

Makanan penutup yang berkesan adalah teh suja panna cotta dengan mutiara buckthorn laut, kenikmatan yang lembut namun tidak terlalu padat.

Mengikuti etos konservasi andBeyond, sebagian besar bahan-bahannya bersumber secara lokal – sama seperti sebagian besar anggota staf direkrut dan dilatih dari desa-desa sekitar, dalam upaya untuk meningkatkan keterampilan dan mengangkat komunitas lokal.

Memang benar, komitmen perusahaan terhadap masyarakat terlihat jelas dalam proyek-proyek yang sedang berjalan, termasuk pembangunan infrastruktur penting, seperti fasilitas toilet dan rencana pembangunan jalan yang menghubungkan desa terdekat dengan sungai.

Selain itu, pondok ini juga memenuhi kebutuhan sekolah-sekolah setempat, menyediakan peralatan penting dan pendanaan.

Sebagai penginapan perdana dan Beyond di Asia, Punakha River Lodge di Bhutan menetapkan standar teladan bagi rencana masa depan perusahaan di belahan dunia ini.



Teh Suja panna cotta adalah suguhan manis yang berkesan. (Sumber foto: <https://jajabakes.com/>)

LEVEL UP

Psikologi Konsumen - Gamifikasi di Industri Perhotelan

OLEH VLAD-LOSIF BENGGA

Di dunia di mana industri perhotelan lebih kompetitif dari sebelumnya, bisnis selalu mencari cara baru untuk menonjol dan menciptakan pengalaman pelanggan yang tak terlupakan.

Dengan meningkatnya popularitas industri game, semakin banyak bisnis perhotelan yang menyadari bahwa menggabungkan gamifikasi dalam operasi mereka menarik bagi generasi pelanggan yang lebih muda.

Dilansir dari HNR hotel news, gamifikasi, atau penggunaan fitur dan ide permainan dalam situasi non-permainan, telah mendapat tempat di sektor perhotelan yang menambahkan elemen keterlibatan, kepuasan, dan hiburan pada pengalaman tamu.



Foto: Victor Clime

Apa itu Gamifikasi?

Gamifikasi adalah penggunaan daya tarik psikologis permainan untuk mendorong dan melibatkan orang. Bisnis dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan menghibur bagi konsumennya dengan memperkenalkan fitur-fitur seperti persaingan, insentif, tantangan, dan umpan balik ke dalam situasi non-permainan.

Gamifikasi di sektor perhotelan melampaui program loyalitas dan penghargaan pada umumnya dengan memanfaatkan konsep permainan untuk meningkatkan keterlibatan dan kepuasan pelanggan. Mengapa Gamifikasi dalam Perhotelan Penting?

Industri perhotelan sangat cocok untuk konsep ini. Manfaat paling signifikan bagi bisnis berbasis layanan (seperti industri perhotelan) adalah membangun loyalitas pelanggan.

Mari kita lihat beberapa manfaatnya:

Peningkatan Keterlibatan Tamu: Dengan menambahkan elemen permainan dan kesenangan pada pengalaman, gamifikasi dapat meningkatkan keterlibatan tamu.

Para tamu akan lebih mengingat dan menghargai masa menginap mereka ketika mereka secara aktif berpartisipasi dalam aktivitas atau tantangan yang menyenangkan.

Loyalitas yang Lebih Baik dan Bisnis yang Berulang: Perusahaan perhotelan dapat mendorong bisnis yang berulang dari pengunjungnya dengan memberikan insentif dan hadiah atas keterlibatannya.

Sistem gamifikasi yang dipikirkan dengan matang dapat menumbuhkan rasa pencapaian dan loyalitas pengguna, sehingga meningkatkan kemungkinan mereka melakukan reservasi di masa mendatang dengan bisnis yang sama.

Pertumbuhan Pendapatan: Gamifikasi juga berpotensi meningkatkan pendapatan. Misalnya, pengunjung lebih bersedia mengeluarkan uang untuk layanan seperti makan, perawatan spa, atau reservasi hotel guna memperoleh insentif tambahan ketika mereka menerima poin atau penghargaan untuk tindakan tertentu.

Contohnya di Industri.

Beberapa contoh terbaiknya ditemukan dalam program loyalitas hotel dan maskapai penerbangan. Keduanya menggunakan gamifikasi untuk mendorong semangat kompetitif klien mereka dan membuat merek mereka lebih berkesan secara keseluruhan.

Contoh gamifikasi yang sangat baik di sektor perhotelan adalah aplikasi Hilton Honors. Melalui penggunaan aplikasi, pengunjung dapat membeli layanan kamar, menggunakan kunci ponsel dan check-in, serta aktivitas lain yang mendapatkan poin dan insentif.

Poin ini dapat ditukarkan oleh pengunjung untuk malam tambahan, peningkatan hotel, dan keuntungan lainnya. Selain itu, sebelum check-in, pelanggan dapat menggunakan fungsi "Pilih Kamar Anda" di aplikasi untuk memilih kamar mereka dari denah lantai digital.



Foto: Kirill



Foto: Rafael Leão

Air Canada adalah contoh bagus lainnya. Sebagai bagian dari kampanye "Dapatkan Sayap Anda", mereka membuat papan skor yang menampilkan penerbang teratas berdasarkan beberapa indikator, seperti total kilometer yang ditempuh.

Inisiatif ini mendapat pendaftaran dua kali lebih banyak dari yang diperkirakan pada akhir periode promosi, dan hadiah utamanya adalah 10 juta poin frequent flyer.

Beberapa hotel seperti The Great Escape Lakeside di Florida menggunakan gamifikasi secara kreatif, dengan mengubah ruangnya menjadi tempat menarik bagi pengunjung untuk bertualang.

Sebuah tablet interaktif diberikan kepada setiap tamu pada saat check-in, menandakan dimulainya perjalanan dengan narasi yang terungkap di seluruh hotel. Ada teka-teki, teka-teki, dan petunjuk yang ditempatkan dengan cerdas di seluruh situs.

Untuk maju, wisatawan harus menguraikan pesan tersembunyi dan mengatasi rintangan. Seiring kemajuan pengunjung, mereka dapat mengungkap misteri tersembunyi hotel dan meningkatkan keseluruhan pengalaman mereka dengan mendapatkan hadiah mulai dari makanan ringan gratis hingga kemewahan unik.

Beberapa hotel bahkan memberikan yang lebih baik dengan menyediakan kamar bertema yang sesuai dengan aktivitas, sehingga memberikan pengalaman yang lebih autentik kepada pengunjung.

Hotel sering kali mengubah pencarian dan cerita untuk membuat tamu tetap terlibat dan memberikan pengalaman segar kepada pengunjung berulang. Perburuan dan pesta bertema adalah contoh aktivitas dan tantangan unik untuk menjadikan pengalaman lebih mendalam.

Di akhir perjalanan, para tamu diberikan simbol atau sertifikat yang berfungsi sebagai kenang-kenangan khusus dan memperkuat rasa pencapaiannya dalam menyelesaikan misi hotel.

Kesimpulannya, gamifikasi telah mengubah bentuk perhotelan dengan memasukkan aspek permainan yang menghibur ke dalam pertemuan dengan tamu.

Ini meningkatkan keterlibatan pengunjung, loyalitas dan pendapatan.

Contohnya termasuk program Hilton Honors dan pencarian hotel yang inventif, yang mengubah masa menginap reguler menjadi tamasya yang menarik.

Seiring kemajuan industri, perusahaan yang ingin tetap menjadi yang terdepan harus menerapkan gamifikasi untuk membangun hubungan yang langgeng dan memastikan kedatangan tamu yang menyenangkan.

Entri blog ini dianugerahi Juara Ketiga dalam Kompetisi Blog Mahasiswa Pascasarjana Bisnis Perhotelan Global HFTP/MS Musim Gugur 2023 yang dipersembahkan oleh HFTP Foundation.

Pesertanya adalah mahasiswa yang mengikuti Master of Science in Global Hospitality Business, kemitraan antara Conrad N. Hilton College of Global Hospitality Leadership di University of Houston, School of Hotel and Tourism Management di Hong Kong Polytechnic University dan EHL. Postingan blog yang mendapat skor tertinggi akan dipublikasikan di HFTP Connect.



Foto: [Hanson Lu](#)

Hilton Akan Sediakan Layanan Kirim Pesan di Semua Hotel pada Akhir Tahun 2024

**OLEH HILDA
ANSARIAH SABRI**

Permintaan check-out terlambat, butuh bantal tambahan, minta gelas anggur dan sikat gigi pengganti, kirimkan saja SMS.

Untuk mendukung meningkatnya kebutuhan akan perjalanan tanpa hambatan dan memperkenalkan cara yang lebih mudah bagi para tamu untuk berinteraksi dengan tim hotel.

Jaringan hotel Hilton akan memperluas platform pesan selulernya ini ke lebih dari 7.000 properti Hilton di seluruh dunia pada akhir tahun 2024.

Sistem ini, yang dikembangkan melalui kemitraan dengan Kipsu, akan mengaktifkan pengiriman pesan melalui aplikasi Hilton Honors, SMS, WhatsApp, dan saluran pengiriman pesan lainnya.





Kemampuan pesan digital akan memungkinkan pertukaran dua arah dan langsung antara tamu dan tim hotel untuk menjawab pertanyaan, mengatasi kekhawatiran, mengatur pengalaman, dan banyak lagi.

"Di Hilton, kami memiliki komitmen jangka panjang untuk mentransformasikan pengalaman perjalanan secara digital dan menciptakan perjalanan yang lebih lancar bagi para tamu, mulai dari pemesanan hingga penagihan," kata Chris Silcock, presiden, Global Brands and Commercial Services, Hilton.

Menurut dia, preferensi wisatawan untuk berkomunikasi dengan anggota tim hotel melalui perangkat seluler mereka semakin meningkat.

Dengan memperluas kemampuan ini ke seluruh hotelnya di seluruh dunia, maka dapat menemui para tamu di mana pun mereka berada dan menciptakan pengalaman yang lebih baik dan dapat diandalkan bagi setiap tamu selama mereka menginap.

Ekspansi digital ini menyoroti perubahan dramatis dalam preferensi komunikasi wisatawan. Properti Hilton pertama diluncurkan dengan pesan Kipsu pada tahun 2013 dan lebih dari 40% tamu menanggapi pesan selamat datang hotel.

Pada tahun 2023 saja, 3.618 properti Hilton yang menggunakan Kipsu memfasilitasi lebih dari 10,5 juta percakapan dengan hampir 70 juta pesan, sehingga 70% tamu yang menggunakan pesan tersebut menunjukkan bahwa Kipsu meningkatkan kepuasan pengalaman menginap mereka secara keseluruhan.

"Sejak menerapkan sistem pesan seluler, kami dapat menanggapi pertanyaan dan permohonan tamu lebih cepat dari sebelumnya, memastikan mereka memiliki semua yang mereka butuhkan sebelum kedatangan dan selama mereka menginap," kata Kathy Heneghan, manajer umum, Embassy Suites by Hilton Chicago Pusat Kota Magnificent Mile.

Kemitraan ini sangat selaras dengan misi kami untuk menawarkan pengalaman tak tertandingi kepada para tamu, serta bekerja sama dengan pelanggan merek perhotelan kami sebagai mitra bisnis terpercaya jangka panjang,

"Berkolaborasi dengan Hilton memungkinkan kami menghadirkan solusi pesan terbaik kami kepada khalayak yang lebih luas, memastikan bahwa tamu hotel di seluruh dunia menikmati pengalaman yang lancar dan disesuaikan." kata Chris Smith, CEO dan salah satu pendiri, Kipsu. Seperti yang ditampilkan dalam Laporan Tren 2024 Hilton, 80% wisatawan global berharap dapat dengan mudah mengintegrasikan perangkat pribadi dengan teknologi di properti.



Foto: Jacek Dylag

UNWTO Perkirakan Pariwisata Internasional Akan Capai Tingkat Sebelum Pandemi Tahun 2024

OLEH EVAN MAULANA

Barometer Pariwisata Dunia UNWTO terbaru mengungkapkan bahwa pariwisata internasional diperkirakan akan mendukung pemulihan penuh pada akhir tahun 2024.

Pariwisata internasional berada pada 88% dari tingkat sebelum pandemi, dengan perkiraan 1,3 miliar kedatangan internasional pada akhir tahun 2023, menurut laporan tersebut, yang memberikan gambaran komprehensif mengenai kinerja sektor ini pada tahun 2023, menelusuri pemulihan berdasarkan kawasan global, sub- wilayah dan tujuan.

Dilansir dari Timur Tengah memimpin pemulihan secara relatif sebagai satu-satunya wilayah yang mampu mengatasi tingkat kedatangan sebelum pandemi dengan tingkat kedatangan sebesar 22% dibandingkan tahun 2019.

Sementara Eropa mencapai 94% dari tingkat kedatangan pada tahun 2019, didukung oleh permintaan intra-regional dan perjalanan dari Amerika. Sedangkan di Afrika dan Amerika, masing-masing memulihkan 96% dan 90% pengunjung sebelum pandemi. Asia dan Pasifik mencapai 65% dari tingkat sebelum pandemi setelah dibukanya kembali beberapa pasar dan destinasi.

Namun, kinerjanya beragam, dengan Asia Selatan telah pulih sebesar 87% dari tingkat pemulihan pada tahun 2019 dan Asia Timur Laut sekitar 55%.

Pariwisata internasional mencapai US\$1,4 triliun pada tahun 2023. Data terbaru UNWTO juga menyoroti dampak pemulihan ekonomi.

Pendapatan pariwisata internasional mencapai US\$1,4 triliun pada tahun 2023 menurut perkiraan awal, sekitar 93% dari US\$1,5 triliun yang diperoleh destinasi pada tahun 2019.

Total pendapatan ekspor dari pariwisata (termasuk angkutan penumpang) diperkirakan mencapai US\$1,6 triliun pada tahun 2023, hampir 95% dari US\$1,7 triliun yang tercatat pada tahun 2019.

Perkiraan awal mengenai kontribusi ekonomi pariwisata, yang diukur dalam produk domestik bruto langsung (TDGDP) pariwisata, diperkirakan mencapai US\$3,3 triliun pada tahun 2023, atau 3% dari PDB global. Hal ini menunjukkan pemulihan TDGDP sebelum pandemi didorong oleh kuatnya pariwisata domestik dan internasional.

Beberapa destinasi melaporkan pertumbuhan yang kuat dalam penerimaan pariwisata internasional selama 10 hingga 12 bulan pertama tahun 2023, bahkan melebihi pertumbuhan kedatangan dalam beberapa kasus.

Permintaan yang kuat untuk perjalanan keluar negeri juga dilaporkan oleh beberapa sumber pasar besar pada periode ini, dan banyak di antaranya yang melebihi tingkat pada tahun 2019.

Pemulihan yang berkelanjutan juga tercermin pada kinerja indikator-indikator industri. Menurut Pelacak Pemulihan Pariwisata UNWTO, kapasitas udara internasional dan permintaan penumpang pulih sekitar 90% dari tingkat sebelum pandemi hingga Oktober 2023 (menurut IATA).

Tingkat okupansi global pada perusahaan akomodasi mencapai 64% pada bulan November, sedikit di atas 62% pada bulan September 2022 (berdasarkan data STR).

Pariwisata internasional diperkirakan akan pulih sepenuhnya ke tingkat sebelum pandemi pada tahun 2024 ini dengan perkiraan awal menunjukkan pertumbuhan sebesar 2% di atas tingkat pertumbuhan pada tahun 2019.



Foto: redcharlie



Foto: Ross Sneddon



Foto: ConvertKit

Perkiraan utama UNWTO ini tetap bergantung pada laju pemulihan di Asia dan evolusi risiko-risiko negatif ekonomi dan geopolitik yang ada.

Pandangan positif ini tercermin dalam survei terbaru Indeks Keyakinan Pariwisata UNWTO, di mana 67% profesional di bidang pariwisata menunjukkan prospek yang lebih baik atau jauh lebih baik pada tahun 2024 dibandingkan dengan tahun 2023.

Sekitar 28% memperkirakan kinerja serupa, sementara hanya 6% yang memperkirakan kinerja pariwisata pada tahun 2024 akan sama. Lebih buruk dibandingkan tahun lalu.

Masih ada ruang yang signifikan untuk pemulihan di seluruh Asia.

Pembukaan kembali beberapa pasar sumber dan tujuan akan mendorong pemulihan di kawasan ini dan secara global. Pariwisata keluar dan masuk Tiongkok diperkirakan akan meningkat pada tahun ini, karena fasilitas visa dan peningkatan kapasitas udara.

Tiongkok menerapkan perjalanan bebas visa bagi warga negara Perancis, Jerman, Italia, Belanda, Spanyol, dan Malaysia selama satu tahun hingga 30 November 2024.

Langkah-langkah fasilitasi visa dan perjalanan akan mempromosikan perjalanan ke dan sekitar Timur Tengah dan Afrika dengan negara-negara Dewan Kerja Sama Teluk untuk menerapkan visa turis terpadu, mirip dengan visa Schengen, dan langkah-langkah untuk memfasilitasi perjalanan intra-Afrika di Kenya dan Rwanda.

Eropa diperkirakan akan kembali menunjukkan hasil pada tahun 2024, dengan Rumania dan Bulgaria bergabung dengan wilayah pergerakan bebas Schengen mulai bulan Maret, dan Paris menjadi tuan rumah Olimpiade Musim Panas pada bulan Juli dan Agustus.

Banyaknya perjalanan dari AS, yang didukung oleh kuatnya dolar AS, akan terus memberikan manfaat bagi destinasi-destinasi di Amerika dan sekitarnya. Seperti pada tahun 2023, pasar sumber daya alam yang kuat di Eropa, Amerika, dan Timur Tengah akan terus mendorong arus pariwisata dan belanja di seluruh dunia.

Hambatan ekonomi dan geopolitik terus menimbulkan tantangan besar terhadap pemulihan pariwisata internasional dan tingkat kepercayaan yang berkelanjutan. Inflasi yang terus berlanjut, suku bunga yang tinggi, harga minyak yang fluktuatif, dan gangguan perdagangan dapat terus berdampak pada biaya transportasi dan akomodasi pada tahun 2024.

Dengan latar belakang ini, wisatawan diperkirakan akan semakin mencari nilai uang dan melakukan perjalanan lebih dekat ke rumah mereka. Praktik berkelanjutan dan kemampuan beradaptasi juga akan memainkan peran yang semakin besar dalam pilihan konsumen. Kekurangan staf masih menjadi masalah penting, karena bisnis pariwisata menghadapi kekurangan tenaga kerja untuk memenuhi tingginya permintaan.

Selain itu, perkembangan konflik Hamas-Israel dapat mengganggu perjalanan di Timur Tengah dan berdampak pada kepercayaan wisatawan. Ketidakpastian yang berasal dari agresi Rusia terhadap Ukraina serta meningkatnya ketegangan geopolitik lainnya, terus membebani kepercayaan diri.

