

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 52

Juni 2024

tidak untuk diperjualbelikan



**Eropa Akan Buka Lebih Dari 325
Hotel Baru Tahun 2024 Ini**

Culture & Discovery

SAUDI ARABIA RUH

7 DAYS - 6 NIGHTS

BOOKING CONTACT :

HILDA

+62 816 1148 745



THE LABEL

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



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

FOREWORD



Memasuki pertengahan tahun, organisasi pariwisata dunia (UN WTO), World Travel & Tourism Council (WTTC) serta Sustainable Hotel Alliance makin kencang menyuarakan pentingnya menjaga pelestarian alam dan keaneka ragaman hayati. Apalagi alam yang menopang aktivitas masyarakat, perekonomian, dan keberadaan kita saat ini.

Industri perhotelan saat ini menjadi yang terdepan di antara industri dalam pendekatan Nature Positive (pendekatan positif pada alam) yang menunjukkan seberapa besar industri memahami nilai sebenarnya dari alam serta upaya memberdayakan dunia usaha untuk menjadi penjaga alam.

Di Indonesia, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Uno mengatakan semangat pemerintah Indonesia prioritaskan Pariwisata Hijau (Green Tourism) tinggi serta menuju Pariwisata Regeneratif dengan kepedulian pada alam dan destinasi wisata yang bersih dari sampah

Oleh karena itu kampanye nasional 100% Murni, 100% Petualangan Indonesia berkolaborasi dengan produsen air mineral AQUA dalam mengatasi masalah sampah akan memberi dampak positif bagi pariwisata hijau terutama di 10 destinasi prioritas dan sejalan dengan kampanye Wonderful Indonesia yang menjaga kebersihan dari seluruh destinasi indah Indonesia.

Dalam EXPLORE! by bisniswisata.co.id edisi Juni 2024 artikel lainnya menunjukkan bahwa perjalanan di wilayah Asia-Pasifik terus tumbuh. Laporan Mastercard Economics Institute (MEI) ke lima bertajuk "Travel Trends 2024: Breaking Boundaries", memposisikan destinasi di Asia Pasifik semakin populer.

Meningkatkan perjalanan ke seluruh dunia bukan hanya berlaku pada manusia, hewanpun mendapat perlakuan istimewa khususnya anjing yang bepergian dengan pemiliknya melalui udara dengan pesawat Bark Air meski rute pilihan terbatas.

Museum yang terkait dengan industri pariwisata juga membuat terobosan untuk mendongkrak pengunjung menggunakan instalasi dan teknologi inovatif dalam pamerannya dalam menciptakan pengalaman pengunjung dengan memadukan masa lalu dan masa depan lewat cara yang dinamis.

Di Jepang, sistem pembelian tiket secara online diberlakukan untuk pendakian ke Gunung Fuji guna mencegah overtourism dan melestarikan keindahan alam Gunung yang banyak dikunjungi wisatawan dari mancanegara yang mencapai 220.000 orang dalam setahun.

Artikel menarik lainnya adalah perjalanan ke Mindanao Utara di Filipina, melongok suku-suku pedalaman di pegunungan. Nah selamat membaca!

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword	04
Visi Bersama untuk Alam - Laporan 'Alam Positif' Tandai Era Kolaborasi Baru dalam Perjalanan & Pariwisata	07
Perjalanan Wilayah Asia-Pasifik Terus Tumbuh	09
Asia Tenggara Tetap Jadi Tujuan Wisata Musim Terkemuka	11
Kampanye 100% Murni 100% Petualangan Indonesia Selaras dengan Green Touris	15



Eropa Akan Buka Lebih Dari 325 Hotel Baru Tahun 2024 Ini	19
Nikmati Berwisata di Mindanao Utara: Tenggelam Dalam Keindahan Alam dan Budaya	22
Menyelami Indahya Pendidikan Yoga Bersama Immanuel Cristiananto (Noel)	28
Penerbangan Maskapai Baru untuk Anjing dengan Tiken US \$8.000 Terjual Habis	35



Banyak Rute Feri di Eropa Lebih Murah Daripada Penerbangan	41
Inovasi Modern: Trip.com Menyoroti Tren Museum Terkini untuk Hari Museum Internasional	44
PERINMA Piknik Bersama Nikmati Indahnya Swedia Dengan Kolaborasi Acara The Untamed Mind	48
Lebih Dari 15.000 Pemimpin Paruwisata Global Akan Berkumpul di Uakrota Travel Forum 2024 di Istanbul	50



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 Karuniaji

PARTNERSHIP DIRECTOR

Wiwiek Widyawati

PICTORIAL DIRECTOR

A. Hadi Malik

PHOTOGRAPHER

Hendri Mulyadi

SENIOR JOURNALIST

Rahmayulis Saleh | Wita Dahlan | Rin Hindryati

REPORTER

Evan Maulana

Yusuf Roneo

Fajar Ariffadila

Griska Gunara Keating

Arum Suci Sekarwangi

Hildea Syafitri

KONTRIBUTOR

Bruriadi Kusuma

Nur Hidayat

Jeffrey Wibisono

Julia Bakso

DIVISI IKLAN

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

SEKRETARIAT REDAKSI

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

Tlp/WA: +62 816 1148 745

E-mail : redaksi@bisniswisata.co.id



Visi Bersama untuk Alam - Laporan 'Alam Positif' Tandai Era Kolaborasi Baru dalam Perjalanan & Pariwisata

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

WTTC, UN Tourism (Pariwisata PBB), dan Sustainable Hotel Alliance (Aliansi Perhotelan Berkelanjutan) bekerja sama untuk mendukung program Pariwisata Positif Alam.

Para pemain terkemuka di bidang Perjalanan & Pariwisata secara global telah menerbitkan laporan bersama yang penting menguraikan rencana bersama mereka untuk membantu menghentikan dan membalikkan hilangnya keanekaragaman hayati.

Diluncurkan pada Hari Bumi 2024, "Nature Positive Travel & Tourism in Action" adalah suatu 'Kemitraan Pariwisata Positif Alam' tingkat tinggi, yang terdiri dari Dewan Perjalanan & Pariwisata Dunia (WTTC), Organisasi Pariwisata Dunia (UN Tourism) dan Aliansi Perhotelan Berkelanjutan (Aliansi).

Selama bertahun-tahun,, UN Tourism berada di garis depan dalam mengintegrasikan pariwisata ke dalam agenda keanekaragaman hayati PBB yang lebih luas, termasuk mendukung pekerjaan Sekretariat Konvensi Keanekaragaman Hayati (CBD).

Dikembangkan melalui kerja sama dengan konsultan spesialis ANIMONDIAL, laporan ini merupakan janji sektor ini untuk mendukung implementasi Kerangka Keanekaragaman Hayati Global Kunming-Montreal (GBF), Rencana Keanekaragaman Hayati PBB.

Laporan ini menyajikan lebih dari 30 studi kasus mengenai aksi-aksi inspiratif dan progresif dari seluruh dunia yang melibatkan usaha besar dan kecil, lembaga pemerintah pusat dan daerah, kelompok masyarakat sipil, dan kemitraan antarsektor.

Dengan menawarkan panduan dan wawasan yang dapat ditindaklanjuti, laporan ini tidak hanya menyoroti hubungan intrinsik antara keanekaragaman hayati dan ketahanan pariwisata, namun juga memberdayakan dunia usaha untuk menjadi penjaga alam.

Kemitraan bersejarah bagi alam

"Kemitraan bersejarah dengan perusahaan terkemuka di bidang Travel & Tourism ini merupakan langkah signifikan dalam perjalanan kolektif kami menuju sektor yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab, " kata Julia Simpson, Presiden & CEO WTTC.

Menurut dia, laporan ini bukan hanya sekedar publikasi namun merupakan gerakan menuju integrasi lingkungan hidup pengelolaan menjadi inti dari pengalaman perjalanan.

"Saat kita merayakan Hari Bumi, marilah kita mengindahkan seruan untuk memelihara dan melindungi destinasi kita. Ketergantungan sektor kita pada alam, ditambah dengan keahlian kita dalam menciptakan pengalaman yang menginspirasi dan berkesan, berarti kita berada pada posisi yang ideal. penjaga alam." ujarnya.

Zurab Pololikashvili, Sekretaris Jenderal Pariwisata PBB, mengatakan selama bertahun-tahun, UN Tourism telah berada di garis depan dalam mengintegrasikan pariwisata ke dalam agenda keanekaragaman hayati PBB yang lebih luas, termasuk mendukung pekerjaan Sekretariat Konvensi Keanekaragaman Hayati (CBD).

Kolaborasi baru yang penting di antara para pemain utama global ini menetapkan kerangka kerja yang kuat untuk praktik-praktik berkelanjutan yang tidak hanya memberikan dampak signifikan namun juga memberikan contoh kekuatan upaya terpadu dalam melestarikan keanekaragaman hayati, menginspirasi gerakan global menuju pariwisata yang lebih berkelanjutan dan berketahanan."

Glenn Mandziuk, CEO Sustainable Hotel Alliance, mengatakan laporan ini merupakan tonggak sejarah bagi Perjalanan dan Pariwisata, yang mewakili komitmen perusahaannya sebagai industri untuk melindungi dan melestarikan alam.

Aliansi bangga berkontribusi dan berkolaborasi dalam upaya yang berwawasan dan penuh aksi ini. Laporan berorientasi yang akan membawa perubahan nyata pada destinasi di seluruh dunia, mendukung keanekaragaman hayati.

Alam menopang masyarakat, perekonomian, dan keberadaan kita saat ini. Industri perhotelan saat ini menjadi yang terdepan di antara industri dalam pendekatan Nature Positive dan laporan ini menunjukkan seberapa besar industri memahami nilai sebenarnya dari alam.

Koalisi yang dipimpin oleh para ahli

Menyadari bahwa sektor ini mempunyai peran penting dalam melindungi dan melestarikan keanekaragaman hayati, pendekatan Pariwisata Positif Alam dirancang untuk menjadi batu ujian bagi perubahan yang dapat ditindaklanjuti. Fokusnya adalah melengkapi sektor ini dengan alat dan wawasan yang diperlukan untuk memelihara dan melindungi destinasi wisata yang menjadi andalan sektor ini.

Komitmen Kemitraan untuk berupaya mencapai "positif bagi alam" didasarkan pada konsultasi ekstensif dengan para ahli dari kalangan bisnis, pemerintah, akademisi dan masyarakat sipil, termasuk Persatuan Internasional untuk Konservasi Alam (IUCN) dan Komisi Dunia untuk Kawasan yang Dilindungi (WCPA).

Laporan tersebut, yang merupakan lanjutan dari laporan WTTC tahun 2022 "Perjalanan & Pariwisata Positif Alam", mencakup kerangka kerja praktis dan contoh dunia nyata yang mendorong penyedia perjalanan dan wisatawan untuk memulai perjalanan yang berkontribusi pada konservasi kekayaan alam kita.



Perjalanan Wilayah Asia-Pasifik Terus Tumbuh

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Terlepas dari tantangan yang ada, industri perjalanan di kawasan Asia-Pasifik menunjukkan ketahanan yang luar biasa. Pada kuartal pertama tahun 2024, pemulihan kapasitas kursi di kawasan ini hanya 13% di bawah tingkat pemulihan pada tahun 2019.

Tingkat pemulihan ini jauh lebih cepat dibandingkan rata-rata global, dengan peningkatan sebesar 7 poin persentase antara Q4 2023 dan Q1 2024, sedangkan rata-rata global hanya sebesar tiga poin persentase. Angka-angka ini membuktikan kemampuan industri untuk bangkit kembali dan menginspirasi optimisme di masa depan.

Dilansir dari tourism-review.com, Seiring dengan meningkatnya kapasitas kursi, harga tiket pesawat terus mengalami penurunan sejak tahun 2023, meskipun tetap lebih tinggi dibandingkan tahun 2019 karena terbatasnya kapasitas dan tingginya permintaan.

Tren ini terutama terlihat pada acara-acara penting seperti Tahun Baru Imlek dan konser besar di Singapura. Misalnya saja, konser Taylor Swift di Singapura pada awal bulan Maret menyebabkan peningkatan jumlah perjalanan dari Asia Tenggara sebesar 17%, dibandingkan dengan penurunan sebesar 27% pada bulan lainnya.

Dampak peristiwa besar terhadap tren perjalanan sangatlah signifikan, dan memahami dinamika ini dapat membantu pemangku kepentingan merencanakan operasi dan strategi pemasaran mereka dengan lebih efektif.

Fasilitas Visa Menarik Wisatawan Tiongkok

Pelonggaran kebijakan visa telah membuka peluang baru bagi industri perjalanan, khususnya dalam menarik wisatawan Tiongkok.

Selama libur Hari Buruh baru-baru ini, perjalanan keluar negeri Tiongkok hanya menurun sebesar 16% dibandingkan tahun 2019. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh peningkatan signifikan dalam perjalanan dari Tiongkok ke berbagai tujuan.

Ini termasuk peningkatan sebesar 212% ke Kazakhstan dan peningkatan signifikan ke Singapura, Azerbaijan, Malaysia, dan Maladewa. Data ini menggarisbawahi potensi fasilitas visa dalam mendorong pemulihan perjalanan di kawasan Asia-Pasifik.

Strategi pemasaran tingkat lanjut

Keberhasilan strategi pemasaran Air Macao selama pandemi merupakan bukti efektivitas pendekatan inovatif. Promosi mereka, seperti tiket 'beli satu, gratis satu', menarik pasangan Tiongkok daratan dan terus dilakukan setelah pandemi.

Tawaran 'Travel Pass' mereka yang baru diperkenalkan untuk perjalanan terjangkau dari kota-kota tertentu ke Makau telah meningkatkan beberapa pemesanan sebesar empat poin persentase dibandingkan tahun 2019.

Kisah sukses ini seharusnya menginspirasi kepercayaan pada kekuatan pemasaran strategis untuk mendorong pemulihan perjalanan.

Prospek positif untuk perjalanan musim panas

Masa depan perjalanan di kawasan Asia-Pasifik tampak menjanjikan, meski pemulihan masih berlangsung. Pada tanggal 27 April, pemesanan perjalanan musim panas ke kawasan APAC hanya mengalami penurunan sebesar 12% dibandingkan tahun 2019.

Sebaliknya, perjalanan ke Eropa dan Amerika telah pulih sepenuhnya, sementara perjalanan ke Afrika dan Timur Tengah hanya turun sebesar 5%. Namun, penting untuk menyadari potensi tantangan dan risiko yang dapat mempengaruhi arah positif ini.

Noor Ahmad Hamid, CEO PATA, menyatakan: "Industri perjalanan dapat menarik wisatawan secara efektif dengan memanfaatkan fasilitas visa, pemasaran strategis, dan acara-acara besar. Elemen-elemen ini sangat penting dalam mendorong pemulihan dan pertumbuhan."

Foto: [Dodo Viana](#)

Asia Tenggara Tetap Jadi Tujuan Wisata Muslim Terkemuka

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pertumbuhan volume ini menyoroti meningkatnya keunggulan segmen ini, didorong oleh ekspansi demografi dan ekonomi, pengembangan budaya dan pariwisata halal, serta kemajuan teknologi yang memungkinkan pengalaman perjalanan yang lebih personal bagi wisatawan Muslim, seperti aplikasi yang menemukan gerai makanan halal, petunjuk arah kiblat, dan petunjuk arah kiblat dan waktu sholat.

Asia Tenggara sekali lagi muncul sebagai tujuan wisata Muslim terkemuka di dunia, dengan Indonesia dan Malaysia berada di posisi teratas di antara 145 tujuan wisata global seperti dilansir dari marketech-apac.com.

Hal ini berdasarkan edisi terbaru Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI). Laporan tersebut mencatat bahwa Indonesia dan Malaysia sama-sama masuk dalam daftar tujuan wisata terkemuka menurut Non-Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), serta mendapat nilai positif dalam hal kemudahan masuk dan kualitas infrastruktur pariwisata bagi wisatawan Muslim dan non-Muslim.

Patut dicatat juga bahwa Singapura secara konsisten memimpin di antara destinasi-destinasi OKI selama sembilan tahun berturut-turut, yang menegaskan dedikasinya yang tak tergoyahkan untuk melayani wisatawan Muslim melalui ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah, fasilitas bandara yang sesuai, dan akomodasi ramah Muslim.

Selain itu, Thailand mempertahankan posisinya di lima besar destinasi non-OKI, berkat upaya mempromosikan pariwisata halal seperti peningkatan ketersediaan makanan halal, integrasi fasilitas ramah Muslim di tempat-tempat wisata, dan peningkatan pilihan akomodasi dan makan bagi wisatawan Muslim.

Selain itu, Filipina mencatat peningkatan skor komunikasi dibandingkan tahun 2023. Di antara destinasi non-OKI, Filipina terus meningkatkan daya tariknya terhadap wisatawan Muslim dengan secara strategis mengembangkan portofolio Pariwisata Halal mereka, meningkatkan akreditasi halal hotel dan restoran, dan melakukan orientasi kesadaran halal.

Menurut laporan tersebut, pasar perjalanan Muslim diperkirakan akan meningkat secara signifikan tahun ini, dengan potensi kedatangan wisatawan internasional secara global mencapai 168 juta orang, melebihi tingkat sebelum pandemi sebesar 5%.

Pertumbuhan volume ini menyoroti meningkatnya keunggulan segmen ini, didorong oleh ekspansi demografi dan ekonomi, pengembangan budaya dan pariwisata halal, serta kemajuan teknologi yang memungkinkan pengalaman perjalanan yang lebih personal bagi wisatawan Muslim, seperti aplikasi yang menemukan gerai makanan halal, petunjuk arah kiblat, dan petunjuk arah kiblat dan waktu sholat.

Dampak kecerdasan buatan juga membantu menyesuaikan lebih lanjut pengalaman perjalanan untuk menyederhanakan logistik perjalanan sambil tetap berpegang pada tradisi agama.

Safdar Khan, presiden divisi Asia Tenggara di Mastercard, mengatakan, "Menurut laporan terbaru dari Mastercard Economics Institute (MEI), wisatawan dari dan ke Asia Tenggara menjadi semakin fokus untuk mendapatkan nilai terbaik dari perjalanan mereka guna memastikan pengalaman menginap terbaik.

Pengalaman yang tak terlupakan, sebuah perubahan yang terjadi di industri pariwisata halal global yang berkembang pesat. Pada saat yang sama, teknologi membantu demografi ini untuk melakukan perjalanan dengan cara yang memenuhi kebutuhan unik mereka, mulai dari pengalaman yang sangat dipersonalisasi dengan dukungan AI hingga pemberdayaan Mastercard dalam pembayaran lintas negara yang mudah dan aman."

"Bersama-sama hal ini menandai tingkat kenyamanan baru bagi wisatawan Muslim dan membuka era pertumbuhan dan profitabilitas baru bagi operator perjalanan. Kolaborasi jangka panjang Mastercard dengan CrescentRating merupakan bukti kekuatan kemitraan dan pentingnya memahami dan melayani wisatawan Muslim." kata Safdar Khan.

Sementara itu, Fazal Bahardeen, pendiri dan CEO CrescentRating, berkomentar, "Sangat menggembirakan melihat sektor perjalanan di Indonesia, Malaysia, dan Singapura tidak hanya mempertahankan peringkat mereka di GMTI tahun ini, namun juga meningkatkan skor masing-masing. Hal ini mencerminkan tren peningkatan pertimbangan wisatawan Muslim yang lebih luas, dengan skor rata-rata di seluruh Indeks meningkat sebesar 10%."

"Sungguh positif melihat Filipina terus meningkatkan skornya, yang menunjukkan komitmen teguh Departemen Pariwisata Filipina untuk memperkuat pariwisata ramah Muslim dan meningkatkan daya tarik destinasi tersebut,"

Hal ini seiring dengan semakin meningkatnya momentum perjalanan Muslim, laporan GMTI 2024 memberikan wawasan yang sangat berharga bagi para pemangku kepentingan di sektor perjalanan dan pariwisata untuk memanfaatkan pertumbuhan pasar perjalanan Muslim."



Foto: Norbert Braun



Foto: Guille Álvarez

A nighttime photograph of a busy street in Bangkok. In the foreground, a white car and a motorcycle are blurred from motion. In the background, there are colorful neon signs, including one that says 'BLANC' in blue. The street is lined with buildings and trees.

MEI: “Tren Perjalanan 2024 Mendobrak Batasan”

OLEH DWI YANI

Laporan Mastercard Economics Institute (MEI) ke lima bertajuk “Travel Trends 2024: Breaking Boundaries” , memposisikan destinasi di Asia Pasifik semakin populer. Daftar ini diukur dan diurutkan berdasarkan perubahan pangsa transaksi pariwisata dalam 12 bulan terakhir (Maret 2023- Maret 2024).

Jepang berada di posisi pertama sebagai destinasi terpopuler di dunia (tumbuh 0.9 persen vs Irlandia 0.4 persen) seiring kedatangan 3.081.600 wisatawan mancanegara pada Maret 2024 – tertinggi sepanjang sejarah – sebelum musim puncak liburan mulai–. Didorong oleh melemahnya mata uang Yen (terendah sejak 1990).

Nilai kurs mata uang Jepang ini dinilai akan mempertahankan posisi Jepang sebagai garda terdepan pariwisata sepanjang 2024. Kondisi menguntungkan bagi pebisnis di Jepang yang melayani wisatawan, serta ekonomi lokal secara keseluruhan.

Lalu lintas penumpang di Asia Pasifik semakin pulih, terutama untuk perjalanan antar wilayah yang lebih pendek. Sebagai contoh, destinasi terpopuler untuk wisatawan dari Singapura di musim panas ini adalah Bangkok, Kuala Lumpur, dan Perth.

Menurut MEI, pariwisata di Thailand diproyeksikan pulih sepenuhnya pada 2024, dengan total kedatangan wisatawan saat ini hanya 7 persen lebih sedikit dibandingkan tahun 2019, sebelum pandemi. Terutama penerbangan ke Thailand dari Asia Selatan dan kawasan ASEAN kini mendekati 20 persen di atas tahun 2019.

Laporan MEI juga menunjukkan wawasan komprehensif terkait perkembangan lanskap industri pariwisata di 74 negara, termasuk 13 negara di kawasan Asia Pasifik. Mencatat sektor pariwisata global berkembang pesat di 2024 seiring meningkatnya pengeluaran konsumen di sektor pariwisata, dan kenaikan lalu lintas penumpang moda transportasi wisata.

Meskipun nilai tukar masih fluktuatif dan daya beli yang bervariasi, pariwisata tetap tumbuh, dengan sembilan dari 10 hari pengeluaran tertinggi dalam sejarah untuk industri kapal pesiar dan penerbangan global. Momentum diperkirakan berlanjut, pasalnya konsumen di seluruh dunia lebih mengutamakan pengalaman yang tak terlupakan dan mengalokasikan lebih banyak anggaran untuk perjalanan.

Menurut David Mann, Chief Economist, Asia Pacific, Mastercard, konsumen di Asia Pasifik memiliki keinginan yang kuat untuk bepergian dan semakin cerdas dalam memastikan mereka mendapatkan harga terbaik dan pengalaman tak terlupakan dari perjalanan mereka.

"Bagi otoritas pariwisata, sektor retail, perhotelan, dan F&B, biaya itu penting. Dalam ekonomi saat ini, nilai tukar mata uang asing dan daya beli menjadi komponen penting saat merencanakan perjalanan mereka" paparnya lebih jauh.

Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha yang mendapatkan keuntungan dari sektor pariwisata perlu meninjau ulang strategi mereka saat ini, dan mengubahnya jika perlu, untuk mempertahankan daya tarik di mata wisatawan.

Destinasi Juni-Agustus 2024

Walaupun Jepang telah menjadi destinasi terpopuler selama 12 bulan terakhir, diprediksi Munich dapat menempati peringkat teratas destinasi musim panas (dilihat dari peningkatan pangsa pemesanan penerbangan).

Hal ini karena Jepang menjadi tuan rumah turnamen sepakbola UEFA EURO 2024 pada bulan Juni mendatang. Tokyo menempati posisi kedua, sementara Bali (#6) dan Bangkok (#7) juga termasuk dalam 10 kota yang mengalami kenaikan permintaan dalam tiga bulan mendatang.

Dinamika pariwisata Cina Daratan telah berubah, pasca pandemi COVID-19, wisatawan Cina memprioritaskan perjalanan domestik ketimbang internasional. Lalu lintas penumpang udara telah sepenuhnya pulih dan bahkan melampaui tahun 2019, memberikan manfaat bagi bisnis lokal. Sementara lalu lintas warga Cina bepergian keluar negeri kini mencapai 80.3 persen dari level tahun 2019.

Pertumbuhan positif diperkirakan akan terjadi pada 2024, didukung oleh pembebasan visa di kawasan Asia Pasifik dan sekitarnya. Serta peningkatan kapasitas penerbangan internasional, yang menguntungkan bagi destinasi seperti Singapura, Malaysia, dan Thailand.

Sementara dari pasar India, MEI melaporkan tahun 2024 lebih banyak wisatawan India yang bepergian ke luar negeri. Diperkuat oleh perkembangan pesat kelompok kelas menengah, kapasitas rute tambahan, dan keinginan kuat untuk bepergian.





Kampanye 100 % Murni 100% Petualangan Indonesia Selaras dengan Green Tourism

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

LABUAN BAJO, bisniswisata.co.id: Kampanye 100% Murni, 100% Petualangan Indonesia dari produsen air mineral Aqua selaras dengan semangat pemerintah Indonesia yang memprioritaskan Pariwisata Hijau (Green Tourism) dan menuju Pariwisata Regeneratif, kata Menparekraf Sandiaga Uno

"Industri pariwisata di Indonesia memasuki era baru dengan komitmen yang semakin kuat untuk keberlanjutan lingkungan dan kesejahteraan masyarakat," tambahnya.

Menurut Menparekraf, untuk menerapkan Green Tourism maka semua pihak harus mengatasi masalah sampah yang masih menjadi masalah dari pariwisata Indonesia.

Oleh karena itu dengan kampanye dan kolaborasi dengan AQUA maka mengatasi masalah sampah dan memberi dampak positif bagi pariwisata hijau.

Apalagi untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan investasi dalam sektor pariwisata, pemerintah Indonesia telah menetapkan 10 destinasi wisata prioritas (DPP) yang memukau seperti Labuan Bajo, Danau Toba, Candi Borobudur, Mandalika, Kepulauan Seribu, Tanjung Kelayang, Bromo, Wakatobi, Pulau Morotai, dan Tanjung Lesung.

Tujuannya adalah mempromosikan destinasi wisata prioritas dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungan selama perjalanan wisata atau conscious travel.

Sandiaga mengungkapkan bahwa kampanye yang dilakukan AQUA yakni 100% Murni, 100% Petualangan Indonesia juga sejalan dengan semangat Wonderful Indonesia yang menjaga kebersihan dari seluruh destinasi indah Indonesia.

"Saya harap gerakan ini terus berjalan dan menggerakkan banyak orang lagi seperti yang dilakukan Pandawara," ujar Sandiaga.

AQUA juga bekerja sama dengan Pandawa Group untuk meningkatkan kesadaran dan menginspirasi aksi menjaga kebersihan lingkungan.

Sebagai bagian dari kemitraan ini, Pandawara Group akan melakukan kegiatan membersihkan sampah di keempat destinasi wisata prioritas; Labuan Bajo, Wakatobi, Danau Toba, dan Mandalika.

"Kami menyadari bahwa mewujudkan kebersihan dan kelestarian alam memerlukan kolaborasi lintas sektor. Oleh karena itu, kami sangat senang dapat berkolaborasi dengan AQUA, kata M Rafly Pasha Putra Pratama, dari Pandawara Group.

Pandawara yang memiliki pengalaman dalam pengelolaan sampah plastik dan secara konsisten telah melakukan berbagai inisiatif untuk menjaga kelestarian alam Indonesia.

"Dengan dukungan AQUA, kami berharap dapat mengembangkan kegiatan pembersihan lingkungan agar lebih berdampak dan berkelanjutan, serta memperluasnya ke dalam pendidikan dan pemberdayaan masyarakat untuk bersama-sama tangani sampah plastik serta menjaga lingkungan di sekitar mereka." tegasnya.

Sementara itu, Vera Galuh Sugijanto, Vice President General Secretary Danone Indonesia mengatakan masyarakat juga berpeluang mendapat undian hadiah berwisata dan voucher hotel dari tiket.com. Untuk berpartisipasi dalam kampanye ini masyarakat konsumen cukup membeli produk AQUA apa saja, scan QR code dan ikuti instruksi untuk mengunggah struk pembelian mereka.

"Setiap pembelian AQUA akan dihitung sebagai satu tiket undian. Pada setiap bulannya, tiga pemenang beruntung akan mendapatkan kesempatan untuk berwisata gratis bersama dengan masing-masing tiga teman mereka ke salah satu dari empat destinasi wisata prioritas Indonesia," kata Vera.

Destinasi prioritas a.l Labuan Bajo, Wakatobi, Danau Toba, dan Mandalika. Selain jalan-jalan gratis, akan ada hadiah lainnya dari Tiket.com, yaitu voucher hotel senilai IDR 500.000 untuk 50 top spenders setiap bulannya.



Sumber foto: <https://www.hops.id/unik/29410028994/cerdiknya-aqua-membuat-airnya-terasa-dingin-meski-tanpa-didinginkan-rahasia-besar-perusahaan-terkuak>

Melalui kampanye ini, AQUA ingin mengedukasi dan meningkatkan kesadaran masyarakat untuk memilih air minum yang tepat terutama anak-anak muda, dalam memilih air mineral yang tepat, berkualitas dan ramah lingkungan.

Air mineral berkualitas bukan hanya menyegarkan, tetapi juga dapat mencegah dehidrasi dan menjaga keseimbangan cairan tubuh, terutama saat berwisata dan beraktivitas di luar ruangan.

"Untuk itu penting bagi konsumen untuk dapat memilih air minum yang tepat, yang tidak hanya memberikan manfaat positif untuk tubuh tetapi juga memiliki tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan untuk memastikan kualitasnya tetap terjaga untuk generasi mendatang," tegas Vera.

Dia mengatakan Kampanye "100% Murni, 100% Petualangan Indonesia" bekerja sama dengan Wonderful Indonesia dan didukung oleh Tiket.com, akan berlangsung dari 1 Juni hingga 30 September 2024.

Dukungan Najwa Shihab

Masyarakat terutama generasi muda Indonesia patut mendukung kampanye yang diluncurkan air mineral AQUA yaitu "100% Murni, 100% Petualangan Indonesia" untuk melestarikan kekayaan alam dan keindahan destinasi wisata Indonesia, kata public figure Najwa Shihab,

"Bagi saya, traveling bukan cuma hiburan atau healing, tapi juga kesempatan mengenal dunia lebih utuh, memperluas cara pandang dan melawan kesempitan berpikir," kata pembawa acara Mata Najwa ini.

Hadir pada peluncuran kampanye ini di Labuan Bajo bersama Menparekraf Sandiaga Uno, peraih Young Global Leader (YGL) adalah Penghargaan dari World Economic Forum (WEF) ini mengatakan hal ini penting, guna menemukan keseimbangan untuk menikmati sebagai wisatawan destinasi, dan melestarikannya sebagai penghuni bumi."

Menurut Najwa jika pariwisata tidak dikelola dengan prinsip sustainability dan traveler bertindak serampangan terhadap lingkungan, maka yang kita peroleh hanya kerusakan seperti polusi, erosi, dan hilangnya habitat alami.



Sumber foto: https://ms.wikipedia.org/wiki/Najwa_Shihab



"Ini persoalan yang berpotensi membentuk masa depan seluruh dunia. Dengan menjalankan perjalanan wisata yang bertanggung jawab serta kerja sama yang kuat antara sektor pariwisata, industri, dan masyarakat, diharapkan makin banyak destinasi wisata Indonesia yang bersih dan lestari,"

Wanita yang suka traveling ini mengatakan saat berwisata dia lebih suka berinteraksi dengan warga lokal di samping mengunjungi tempat-tempat populer yang disukai turis. Najwa misalnya, kerap bertanya pada warga lokal untuk mengunjungi tempat-tempat yang hits bagi masyarakat setempat.

Mendapatkan pengalaman-pengalaman baru justru penting bagi Najwa terutama menyelami bagaimana kehidupan penduduk di suatu daerah atau di suatu negara sehingga dia merasa tidak terlalu jadi turis, paparnya.

Menurutnya, traveling gaya lokal menjadi pengalaman tersendiri yang lebih asyik. Kesan yang ditinggalkan juga berbeda daripada pergi ke tempat-tempat mainstream.

Ia juga bercerita, saat traveling ke Lisbon, Portugal, Najwa malah mengetahui berbagai tempat menarik dari supir taksinya sehingga dapat memaksimalkan waktu yang padat.

"Ada waktu luangnya setengah hari tapi terus tanya ke pemandu atau supir Uber sehingga bisa tahu tempat-tempat yang asyik bahkan dapat info tempat nongkrong di kafe " katanya karena sering bertanya kepada warga lokal sebagai referensi destinasi yang dituju.

Untuk destinasi di Indonesia, Pulau Bali jmasih menjadi tujuan wisata favoritnya karena selalu ada pengalaman yang berbeda, tempat-tempat baru dan wisata pantai yang seru.



Foto: [Jakub Żerdzicki](#)

Eropa Akan Buka Lebih Dari 325 Hotel Baru Tahun 2024 Ini

OLEH HILDEA SYAFITRI

Menurut Laporan Tren Proyek Konstruksi Hotel Eropa oleh Lodging Econometrics (LE), waralaba hotel global terkemuka mengalami kemajuan dalam proyek konstruksi besar di Eropa meskipun terjadi perlambatan ekonomi.

Laporan tersebut menunjukkan pertumbuhan yang signifikan, khususnya di hotel-hotel kelas atas, dengan 326 hotel baru dan hampir 45.100 kamar diperkirakan akan dibuka di seluruh Eropa tahun ini.

Dilansir dari [tourism-review.com](#), pipeline proyek pembangunan hotel di Eropa sedikit meningkat dibandingkan tahun sebelumnya. Menurut laporan tren yang disiapkan musim semi ini, total pembangunan hotel di Eropa mencapai 1.705 proyek dan 253.777 kamar pada akhir kuartal pertama.

45% proyek hotel sedang dalam tahap konstruksi, mencakup 762 proyek dan 117,815 kamar. Selain itu, 411 proyek dengan 60,356 kamar akan mulai dibangun dalam 12 bulan ke depan, sementara 532 proyek dengan 75,606 kamar sedang dalam tahap perencanaan awal, sedikit di bawah rekor yang dilaporkan pada kuartal pertama tahun 2023.

Proyek hotel mewah menunjukkan pertumbuhan tertinggi pada kuartal pertama tahun ini dibandingkan tahun sebelumnya. Perusahaan mewah kelas atas kini memiliki rekor 271 proyek dan 45,122 kamar, sementara jaringan mewah saat ini memiliki 358 proyek dan 57,153 kamar yang sedang dalam proses.

Terdapat 305 proyek hotel kelas menengah-atas, dengan 46.020 kamar diperkirakan akan dibuka di segmen ini. Ketiga skala ini mewakili 55% proyek di total portofolio konstruksi kawasan Eropa.

Pada kuartal pertama tahun 2024, 45 hotel baru dengan 5,961 kamar dibuka di seluruh Eropa. Tambahan 281 hotel baru dengan 39.129 kamar diharapkan akan dibuka pada kuartal berikutnya.

Secara keseluruhan, para ahli memperkirakan pembukaan 326 hotel baru dengan 45.090 kamar pada akhir tahun 2024.

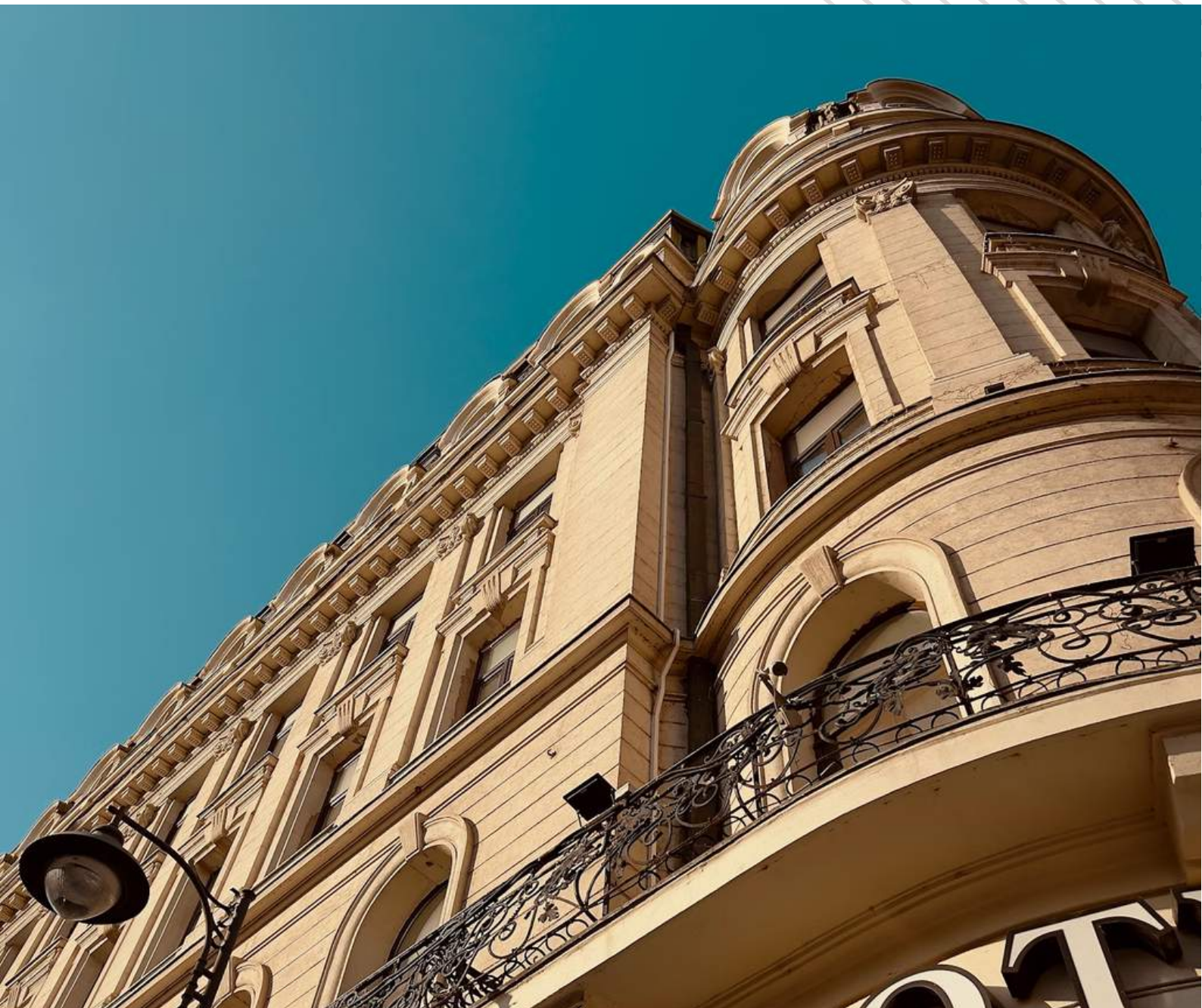
Tahun depan, pembukaan hotel di Eropa akan meningkat menjadi 367 hotel baru dengan 52.605 kamar pada tahun 2025.

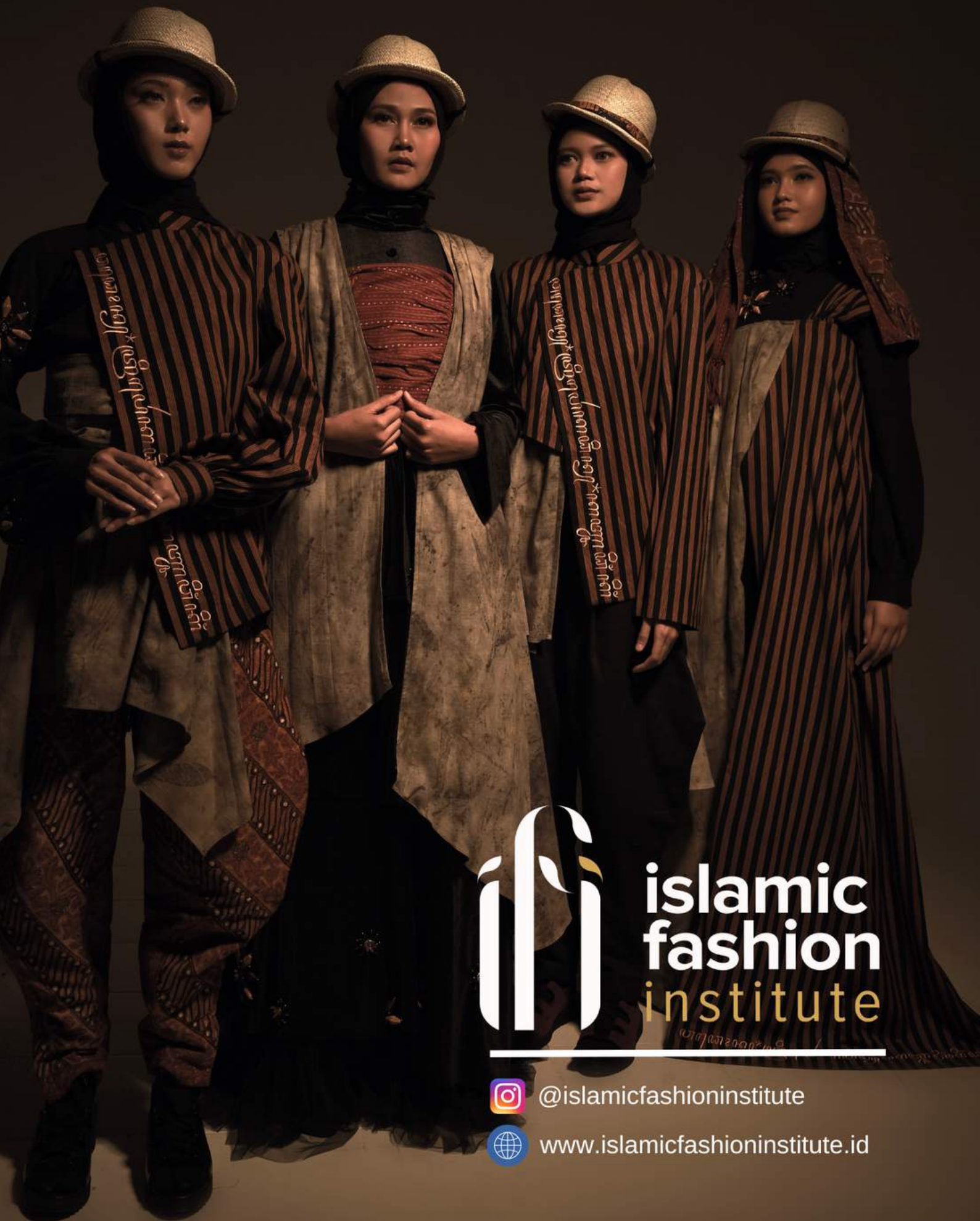
Lima Negara Menyumbang Setengah dari Pembukaan Hotel di Eropa. Inggris memiliki jumlah proyek tertinggi di Eropa untuk kuartal pertama tahun 2024, dengan 321 proyek dan 45,257 kamar.

Jerman menyusul dengan 180 proyek dan 28,816 ruangan, Perancis dengan 130 proyek dan 14,268 ruangan, Portugal dengan 120 proyek dan 15,020 ruangan, dan Turki dengan 116 proyek dan rekor 18,277 ruangan.

Kelima negara ini mewakili 51% proyek dan 48% total proyek yang direncanakan di kawasan ini selama kuartal pertama tahun ini.

Kota-kota Eropa dengan jaringan pipa terbesar saat ini adalah London, dengan 80 proyek dan 14,987 kamar; Istanbul, dengan 51 proyek dan 8,814 kamar; Lisbon, dengan 37 proyek dan 4.349 kamar; Dublin, dengan 27 proyek dan 5,254 kamar; dan Dusseldorf, dengan 26 proyek dan 4.798 kamar.





islamic
fashion
institute



@islamicfashioninstitute



www.islamicfashioninstitute.id



Nikmati Berwisata di Mindanao Utara: Tenggelam Dalam Keindahan Alam dan Budaya

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Budaya yang kaya, itulah yang dapat ditemui di komunitas Matigsalug menampilkan perpaduan tarian tradisional yang terinspirasi dari alam sekitar mereka, di Kota Malaybalay, Bukidnon pada 25 Mei 2024 lalu.

Dilansir dari PNA, Matigsalug merupakan bagian dari tujuh suku pegunungan Bukidnon yang terdiri dari Bukidnon, Higaonon, Manobo, Matigsalug, Talaandig, Tigwahanon, dan Umayamnon yang namanya berasal dari kata "matig" atau "Salug", artinya orang yang tinggal di sepanjang Sungai Salug.

Matigsalug secara harfiah berarti "orang-orang di sepanjang Sungai Salug", di mana Sungai Salug sekarang adalah Sungai Davao.

Mereka adalah subkelompok berbeda dari suku Manobo dan salah satu dari tujuh kelompok lumad di Bukidnon. Saat ini, mereka dapat ditemukan di pegunungan Mindanao tengah dan Bukidnon

Wilayah Mindanao Utara ini tidak hanya merupakan rumah bagi tiga taman alam paling subur di Asia Tenggara – Gunung Kitanglad, Gunung Malindang, dan Gunung Hibok-Hibok – namun juga terdapat budaya dan tradisi dinamis yang telah dilestarikan dengan cermat oleh kelompok masyarakat adat hingga saat ini.

Penawaran yang beragam ini disorot dalam Program Pengalaman Filipina atau Philipina Experience Program (PEP) yang berlangsung selama tiga hari di Mindanao Utara, sebuah inisiatif unggulan Departemen Pariwisata Filipina (DOT) yang mendatangkan lebih dari 100 delegasi lokal dan asing ke wilayah tersebut belum lama ini.

Perjalanan tersebut menyoroti provinsi Bukidnon dan Misamis Oriental dan memperkenalkan kembali keduanya sebagai destinasi yang siap menyambut wisatawan. Dengan peningkatan signifikan dalam keselamatan dan keamanan di Bukidnon, perjalanan ini membuktikan betapa baiknya pemerintah daerah dalam meningkatkan upaya guna lebih mengembangkan industri pariwisata mereka dan menarik lebih banyak pengunjung.

"Bukidnon damai, sangat berbeda dibandingkan 10 tahun, 20 tahun lalu," kata Gubernur Bukidnon Rogelio Neil Roque tentang keselamatan wisatawan di provinsi tersebut, dalam wawancara di sela-sela PEP.

"Banyak yang berubah, talaga Mahirap sebelumnya dan setelah ada pariwisata bisa berpengaruh. Even ako, mengaku saat masa jabatan pertamanya sebagai anggota kongres, tidak akan mendorong wisatawan untuk datang." Tapi Itu bertahun-tahun yang lalu. Sekarang, kami mendorong mereka untuk datang" katanya.

Waktu bersama alam

Bukidnon, yang terkenal dengan iklimnya yang sejuk dan bentang alamnya yang indah, menjadikannya tempat yang sempurna bagi wisatawan yang tertarik dengan "perjalanan santai" atau sekadar destinasi yang menawarkan relaksasi dan pilihan untuk bertualang.

Tempat ini memiliki Dahilayan Adventure/Forest Park yang terkenal terletak di Manolo Fortich yang menampung segudang aktivitas, seperti dual zipline sepanjang 840 meter, yang terpanjang di Asia, dan ayunan pendulum ekstrem Dropzone yang memiliki fitur terjun bebas setinggi 120 kaki bagi yang suka memacu adrenalin.

Dahilayan juga memiliki luge yang terinspirasi dari Selandia Baru, yaitu wahana sebagian kereta luncur, yang dapat disewa dan digunakan oleh pengunjung di jalur menurunnya sendiri.



Hal yang lebih menarik lagi adalah mountain coaster Razorback, serupa dengan wahana alpine yang terkenal di Swiss dan Austria yang tak kalah menarik bagi Peter Faistauer, konsul kehormatan Austria untuk Davao yang bergabung dengan PEP, tempai ini dipuji sebagai daya tarik wisata yang baik bagi provinsi tersebut.

Sekitar 15 menit dari Dahilayan, seseorang dapat bersantap di Farmhouse by Josef Restaurant di Kumaykay River Farm.

Tempat ini dinobatkan sebagai tujuan utama untuk bersantap mewah dan berkumpul dengan tenang di tepi sungai, dan tempat ini tidak mengecewakan.

Selama program PEP, peternakan menawarkan hiburan bertema gudang, dengan para koboi dan cowgirl Bukidnon sendiri yang menyanyikan lagu untuk para pengunjung. Selain julukannya sebagai ibu kota nanas di Filipina, provinsi ini juga dikenal sebagai rumah bagi para koboi terbaik di negaranya.

Kurang dari dua jam dari Manolo Fortich terdapat Peternakan Komunal di Impasug-ong, Bukidnon, sebuah peternakan milik publik yang terkenal dengan pemandangan menakjubkan dan latar belakang pegunungannya.

Selain Kumaykay, pengunjung memiliki pilihan untuk bersantai di Ricardo's by Cucina Higala, masih di Barangay Dahilayan, sekitar 30 menit dari taman petualangan, untuk mencoba masakan khas Mindanaoan namun dengan pengaruh internasional.

Selain makanan enak, para tamu di sini juga dapat menikmati pemandangan Gunung Kitanglad Range yang paling indah dalam kenyamanan interior restoran yang bersih dan nyaman.

Jika menyewa kendaraan pribadi atau mengendarai habal-habal (modifikasi sepeda motor), kunjungan ke Danau Apo juga layak untuk tantangannya. Danau Apo adalah danau kawah indah yang terletak di Valencia, Bukidnon yang dianggap suci oleh kelompok penduduk asli Talaandig di Bukidnon.

Tempat ini memiliki lingkungan sekitar yang tenang yang menjadikannya tempat yang bagus untuk menikmati kopi panas atau sikwate (cokelat panas) lokal, baik di tepi sungai atau di Lake View Cafe yang baru dibuka di dalam taman.

Di provinsi Bukidnon memiliki sejumlah penginapan bagus, seperti Pinegrove di Dahilayan, glamping di Taglucop Strawberry Hill, dan Kavanah Haven Resort di Kitaotao.



Keindahan Danau Apo

Sumber foto: <https://stemihbukidnontravelandtours.wordpress.com/2020/10/10/example-post/>

Kavanah adalah salah satu properti terbaru di provinsi ini dan telah mendapatkan popularitas karena kedamaian seperti retreat yang ditawarkan kepada para tamu, lautan awan di pagi hari, dan pemandangan megah puncak gunung Arakan dan Bukidnon.

Diberkati oleh Matigsalug

Sepanjang perjalanan, para delegasi bertemu dengan sejumlah besar kelompok masyarakat adat yang menyebut Mindanao Utara sebagai rumah mereka, seperti Matigsalug di Quezon dan Kitaotao.

Masyarakat adat merupakan komunitas mandiri yang tetap melestarikan seni dan adat istiadat tradisionalnya, seperti terlihat dari kepiawaian anak-anak Matigsalug membawakan lagu dan tarian suku mereka.

Delegasi tersebut diizinkan mengunjungi desa tersebut dan disambut dengan "panubad" Matigsalug, sebuah ritual untuk memanggil Tuhan tertinggi (Magbabaya) dan dewa-dewa agar para pengunjung dapat memasuki komunitas tersebut.

Anggota Matigsalug dan Wakil Walikota Kitaotao Mary Ann Angit mengatakan ini juga merupakan cara komunitasnya "untuk memastikan bahwa para tamu aman dalam perjalanan pulang."

"Kami sangat selektif terhadap tamu kami karena kami memastikan bahwa ketika kami terlibat dalam kegiatan pariwisata, kami juga memastikan bahwa budaya kami dilestarikan," katanya.

Wakil Kepala Misi Kedutaan Besar Malaysia Mohd Fareed Zakaria, salah satu delegasi asing PEP, termasuk di antara mereka yang benar-benar mendalami budaya masyarakat dan bahkan bergabung dengan mereka untuk menari Kalusisi dan Bangkakaw.

Bangkakaw merupakan tarian tradisional suku Manobos yang dibawakan di tepi sungai saat menangkap ikan. "Saya benar-benar menikmati diri saya sendiri. Sejujurnya, ini, menurut saya, adalah hari-hari terbaik saya di Filipina.

Bagi dia Mindanao Utara telah terbukti menjadi tempat di mana terdapat banyak harta karun yang bisa disingkapkan, jadi datanglah ke Mindanao Utara, rasakan pengalamannya Filipina asli, kata diplomat itu.

"Bagian favoritku, menurutku, adalah orang-orangnya. Mereka begitu hangat, ramah, semua orang menyambut kami dengan tangan terbuka. Dan aku benar-benar merasakan keterkaitannya. Menurutku ini adalah sesuatu yang harus dialami wisatawan." Pada pementasan festival mini Kaamulan di Kota Malaybalay, beberapa anggota Matigsalug asal Quezon juga menampilkan tarian Bangangkaw.

Johanna Cabante, petugas pariwisata Quezon, mengatakan pengunjung dapat merasakan pengalaman seperti ini dengan menghubungi kantor pariwisata setempat, yang kemudian akan berkoordinasi dengan tetua Matigsalug untuk mendapatkan izin mengunjungi desa mereka.



Suku matisalug dengan pakaian adatnya

Sumber foto: <https://tribesinthephilippines.wordpress.com/2018/03/24/bukidnon-the-matigsalug-tribe/>

Saat singgah di Taglucop Strawberry Hill, para delegasi juga disuguhi musik bagus dari Tala. Andig pelukis tanah dan musisi Datu Waway Saway, menampilkan banyak sekali bakat mereka.

Menteri Pariwisata Christina Frasco memuji pelestarian budaya Filipina di Bukidnon, yang ia gambarkan hidup dan sehat

"Saya merasa sangat bangga mengetahui bahwa di sini di Bukidnon, budaya Filipina masih hidup dan dilindungi dengan ketat oleh masyarakat di sini dan pemerintah setempat.

Menurut dia, hal inilah yang ingin ditonjolkan oleh Philippine Experience agar wisatawan kami dari seluruh dunia dan seluruh negeri dapat memiliki apresiasi yang mendalam terhadap budaya Filipina," katanya.

Direktur DOT 10 (Mindanao Utara) Marie Elaine Salvaña Unchuan mengatakan Bukidnon dipilih sebagai PEP: leg pertama Mindanao Utara karena "pengalaman unik dan autentik" yang dapat diberikannya kepada pengunjung.

"Bukidnon kaya akan budaya dan warisan dan Anda telah melihat bahwa pengalaman ini tidak biasa, apalagi dengan adanya perendaman suku, kita benar-benar bisa menyaksikan budaya Bukidnon," ujarnya.

Unchuan mengatakan program ini juga bertujuan untuk meningkatkan rasa hormat terhadap kelompok masyarakat adat di kalangan wisatawan yang berkunjung.

"Hal yang perlu kita promosikan adalah agar wisatawan menghormati suku tersebut. Pokoknya suku tersebut dengan senang hati menyambutnya dan mereka telah mengizinkan kami untuk berinteraksi dengan mereka. Namun pandangan mereka harus dipertimbangkan dalam pengembangan pariwisata suku mereka)," tambahnya.

Perhentian singkat di MisOr

Rumah bagi empat provinsi lainnya – Misamis Oriental, Misamis Occidental, Camiguin, dan Lanao del Norte – masih banyak lagi yang bisa dilihat di Mindanao Utara. Dalam PEP edisi kali ini, para tamu singgah sejenak namun berharga di Kota Cagayan de Oro di Misamis Oriental untuk mengunjungi Museo de Oro, museum cerita rakyat pertama di negara tersebut, dan Tempat Suci Kerahiman Ilahi di Kota El Salvador.

Museo de Oro terletak di dalam Universitas Xavier – Ateneo de Cagayan dan memiliki tiga ruang pameran, The Ethnohistory of Northern Mindanao, The Ethnology of Mindanao, dan Fr. Galeri Francisco Demetrio SJ.

Beberapa karya yang paling menarik – dan alasan yang layak untuk mengunjunginya – adalah sketsa dan ilustrasi karya mendiang seniman visual Nonoy Estarte yang dengan penuh warna menggambarkan epos rakyat Mindanao, dan kartu menu makan malam Malolos Banquet bulan September 1898 yang masih ada untuk merayakan ratifikasi Perjanjian tersebut. Deklarasi Kemerdekaan Filipina.



Misamis Oriental

Sumber foto: <https://tribesinthephilippines.wordpress.com/2018/03/24/bukidnon-the-matigsalug-tribe/>

Menteri Pariwisata Christina Frasco memuji pelestarian budaya Filipina di Bukidnon, yang ia gambarkan "hidup dan sehat." "Saya merasa sangat bangga mengetahui bahwa di sini di Bukidnon, budaya Filipina masih hidup dan dilindungi dengan ketat oleh masyarakat di sini dan pemerintah setempat.

Hal inilah yang ingin ditonjolkan oleh Philippine Experience agar wisatawan kami dari seluruh dunia dan seluruh negeri dapat memiliki apresiasi yang mendalam terhadap budaya Filipina, ujarnya.

Direktur DOT 10 (Mindanao Utara) Marie Elaine Salvaña Unchuan mengatakan Bukidnon dipilih sebagai PEP: leg pertama Mindanao Utara karena "pengalaman unik dan autentik" yang dapat diberikannya kepada pengunjung.

"Bukidnon kaya akan budaya dan warisan dan Anda telah melihat bahwa pengalaman ini tidak biasa, apalagi dengan adanya perendaman suku, kita benar-benar bisa menyaksikan budaya Bukidnon," ujarnya

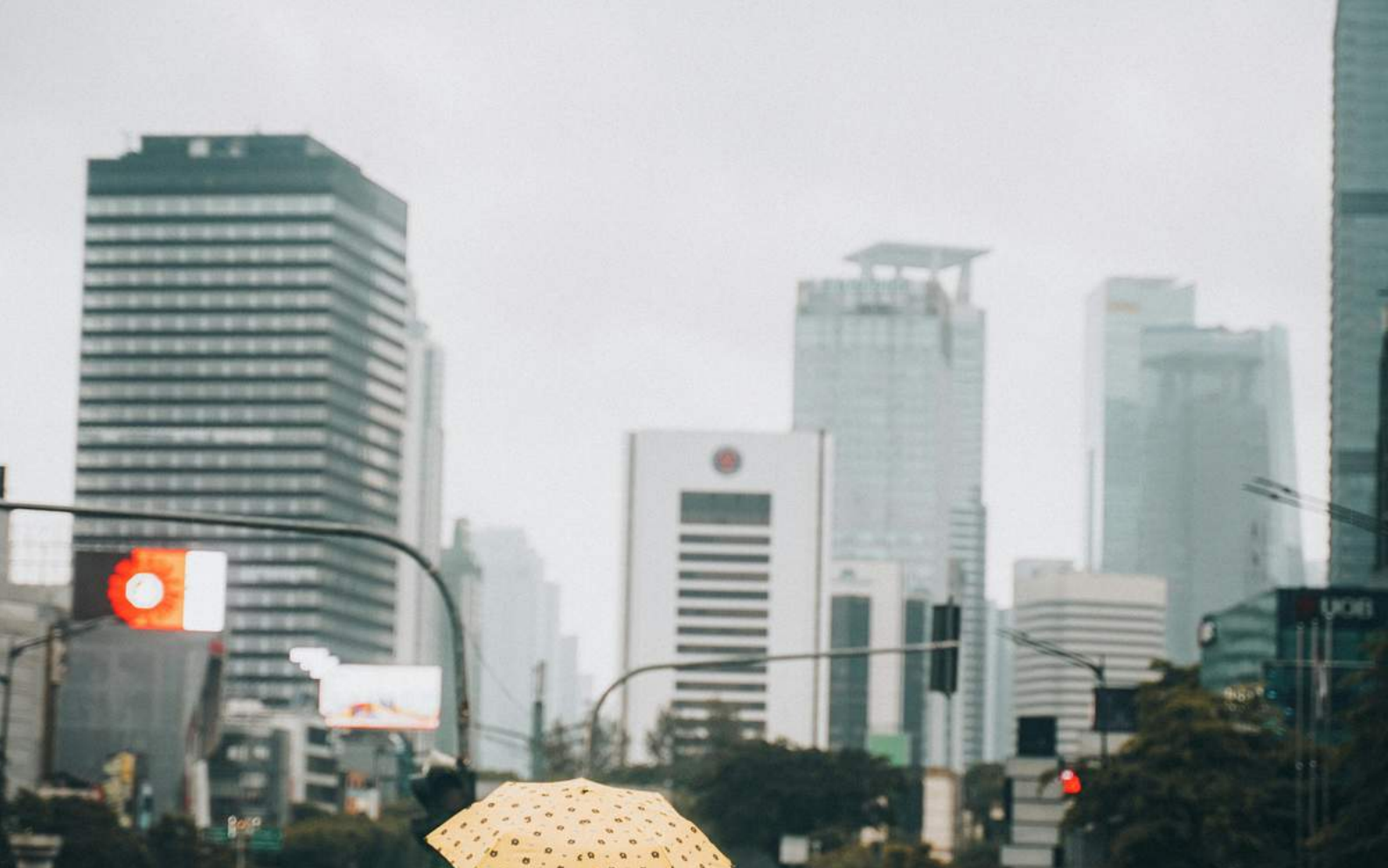
Unchuan mengatakan program ini juga bertujuan untuk meningkatkan rasa hormat terhadap kelompok masyarakat adat di kalangan wisatawan yang berkunjung.

"Hal Yang perlu kita promosikan adalah agar wisatawan menghormati suku tersebut. Pokoknya suku tersebut dengan senang hati menyambutnya dan mereka telah mengizinkan kami untuk berinteraksi dengan mereka. Namun pandangan mereka harus dipertimbangkan dalam pengembangan pariwisata suku mereka)," tambahnya.



Keindahan pegunungan Bukidnon

Foto: Rene Padillo



Menyelami Indahnya Pendidikan Yoga Bersama Immanuel Cristiananto (Noel)

OLEH GRISKA GUNARA KEATING

Dikenal sebagai sosok yang galak dalam mengajar Yoga, Immanuel Cristiananto (Noel) tidak berhenti untuk memberikan pelatihan. Galak dan tegas berbeda tipis.

Tapi tujuannya adalah selalu memberikan yang terbaik untuk murid agar sadar akan kemampuan diri dan selalu semangat berlatih dalam bimbingannya hingga terciptalah karakter kuat pada murid-muridnya.

Ketika bertemu langsung, sosoknya yang kharismatik menarik banyak sekali murid yang ingin belajar Yoga secara mendalam.

Terlebih dengan latar belakang Noel yang selalu tidak putus belajar ke Mysore, India setiap tahunnya. Inilah yang penting bagi seorang Guru yang mendedikasikan diri pada ilmu.

Dia kemudian mengasah kembali segala ilmu yang Ia dapat langsung pada Saraswathi Jois, anak dari K. Pattabhi Jois, yang mempopulerkan Ashtanga Yoga hingga kini.

Membagikan ilmu Yoga yang mempunyai kredibilitas ilmu pasti dan tetap menyebarkan sampai hari ini adalah satu dedikasi yang ia lakukan sebagai Master Trainer di Yogakarta. Sekolah Yoga bergengsi ini telah mencetak lebih dari 1000 Guru Yoga di Indonesia dan juga dengan latar belakang yang bergengsi pula.

Selain profesinya, Noel juga mempelajari anatomi dan menekuni praktik therapy bidang Trigger Point Therapist, Therapist Ayurvedic Yoga Massage. Dengan pengetahuan ini dia mempunyai pengetahuan yang lebih dalam mengajarkan Yoga disetiap tahunnya.

Raden Immanuel Cristiananto memulai latihan Yoga sejak umur 10 tahun. Diajarkan oleh ayahnya yang seorang seniman bela diri dan seorang Yogi dibawah bimbingan spiritual dari penasihat spiritual Sultan Yogyakarta bernama K.R.T Slamet Karsodihardjo. Matangnya latihan telah membantunya tumbuh lebih kuat, fleksibel tanpa rasa takut baik didalam atau diluar matras.

Noel juga berpengalaman kerja profesional lebih dari 13 tahun didunia komunikasi media sebagai Presenter, Penulis Naskah, Program Produser, MC, Penyiar Utama Radio jaringan Nasional (MRA Media dan MAHAKA Media).

Dengan latar belakang gelar Pendidikan Diploma dan Sarjana dibidang Komunikasi telah membuat kelas Pelatihan Instruktur Yoga ini demikian menghibur dan tidak membosankan.

Sebagai Direktur Yogakarta (www.yogakarta.com) yang diakui secara Nasional dan Internasional. Dia sudah banyak terlibat dalam mengadakan berbagai kegiatan acara Yoga, Special Class, Workshop dan Pelatihan Guru Yoga di seluruh Indonesia dari tahun 2016.



**Immanuel Cristiananto
(Noel)**

Perjalanan mengenali diri

Menurut Noel, panggilan akrabnya, Yoga bukanlah kelas Asana (Pose) tapi adalah perjalanan mengenali potensi diri yang sesungguhnya. Dengan tujuan untuk mengendalikan bagian tubuh yang tidak tampak yaitu; emosi, energi dan pikiran.

Menurut ilmu Yoga, tubuh yang tampak adalah cerminan dari tubuh yang tidak tampak. Contohnya; Bagaimana kebiasaan bisa membentuk posture tubuh, bagaimana makanan yang dikonsumsi akan mempengaruhi kesehatan, bagaimana stress bisa membuat permasalahan jantung atau bagaimana sakit jadi dapat menyebabkan lemahnya energi tubuh.

Sebagai manusia awam, langkah termudah untuk mengendalikan diri dimulai dulu dengan apa yang terlihat dan paling bisa ditunjukkan dengan mudah yaitu melatih disiplin tubuh fisik. Maka dari itu sebelum memulai perjalanan spiritual untuk mengenali dan mengendalikan emosi, energi dan pikiran, Asana harus diperkenalkan terlebih dahulu.

Peran Asana adalah melatih kedisiplinan, kesabaran, ketekunan, kesetiaan, dan fokus. Tanpa itu semua, tidak ada perjalanan spiritual.

Kesalahan banyak orang jaman now hanya berpikir bahwa meditasi itu hal yang lebih mudah, lebih simple, dan berpikir ilibahwa level meditasi lebih tinggi daripada Asana dan ingin langsung bisa menguasainya dengan cepat. Ini adalah hal yang sia-sia.

Mengapa demikian? Bagaimanakah mungkin seseorang yang tidak tahu dimana jempol kakinya yang terlihat bisa tahu di mana pikiran itu berada? Seseorang yang belum bisa mengendalikan tubuh yang terlihat belum bisa mengatakan dirinya bisa mengendalikan pikiran yang terlihat.

Maka dari itu agar lebih mengenal kedalam diri, seseorang harus bisa mengenali dan bisa mengendalikan tubuh fisik terlebih dahulu. Ini bukanlah tentang membentuk penampilan. Tetapi bagaimana metode latihan yang didasari prinsip YAMA (Disiplin sosial) dan NIYAMA (Disiplin diri) inilah yang paling penting dalam berlatih.



Latihan Yoga tanpa didasari prinsip YAMA dan NIYAMA hanyalah akan menjadi Latihan Senam, Gym bahkan layaknya permainan sirkus.

Ini akan menjadikan Yoga menjadi kehilangan tujuan sebenarnya.

Yoga kebarat-baratan

Yoga berasal dari Asia (India), adalah tempat yang Berbudaya, mempunyai Tradisi dan Adat Istiadat, Tata Krama dan erat pengetahuan tentang Ketuhanan (Kualitas kebaikan), seperti halnya Indonesia. Hal-hal tersebut yang orang Asia punya adalah pengetahuan dan kebijaksanaan yang mana orang barat tidak dipahami dan punyai.

Hal ini berhubungan erat dengan sistem pemerintahan dan ekonomi. Dunia barat lebih mengenal Liberalisme dan Kapitalisme. Yang artinya prinsip yang menonjolkan kebebasan dan bisnis modal. Ini adalah sumber permulaan terjadinya perubahan dalam dunia Yoga Modern. Perbedaan pola pikir akan menjadikan perbedaan perilaku dan akan menjadi Karakter.

Bagaimana pola pikir Yoga yang berbeda akan menghasilkan karakter Yoga yang berbeda? Dan apa bedanya Yoga Timur dengan Yoga Barat? Yoga Timur mengenali dan menghormati peran Guru sebagai penuntun jalan pengetahuan.

Mengenali tata krama dan tradisi. Inilah yang dimaksud sebagai Yoga Tradisional. Yoga yang masih menghargai asal usul ilmu dan masih menjalankannya sesuai dengan tata cara yang diajarkan turun temurun sehingga manfaatnya tetap dipertahankan secara murni.

Walaupun akan beradaptasi dengan kondisi manusia di jamannya, tetapi benang merahnya masih tetap ada. Inilah yang disebut Yoga Tradisional/Yoga Klasik. Yoga yang sudah teruji oleh waktu serta terbukti manfaat dan kebenarannya.

Yoga Barat lebih menonjolkan kreatifitas, repackaging (pengemasan ulang) dan teknik marketing. Bagi orang yang paham akan perkembangan Yoga akan sangat menarik melihat bagaimana menggelikannya (sebagai orang Timur) melihat proses perkembangan Yoga di dunia modern.

Fakta di awal perkembangan Yoga Modern banyak bangsa Barat datang ke India untuk mencari Ilmu Yoga. Karena pada saat itu banyak pergerakan budaya Hippies dan budaya Pop yang terus mencari sesuatu hal baru untuk dipelajari.

Yoga mulai ngehits didunia adalah ketika The Beatles pada tahun 1968 dan Madonna yang menekuni Ashtanga Yoga sebagai Icon budaya hippies dan Pop belajar Yoga di India. Inilah momen inspirasi bagi orang barat untuk kemudian mengikuti langkah idola mereka berbondong-bondong belajar Yoga di India.

Pola pikir dunia Barat bagi orang barat, pengetahuan dan pengalaman adalah aset yang bisa menghasilkan pendapatan lebih apalagi jika mereka punya brand/merek produk mereka sendiri demi dapat menarik konsumen. Maka dari itu banyak Master Yoga dari Barat yang telah belajar dari Guru Yoga Tradisional India memodifikasi serta melabeli sendiri nama Yoga yang diubah dan dikomposisikan ulang agar lebih menarik ditelinga konsumen.

Contohnya; Rocket Yoga, Power Yoga, Yin Yoga, Jivamukti, Anusara dan Vinyasa Flow. Merek-merek Yoga ini adalah hasil dari komposisi dan packaging ulang dari Yoga tradisional. Tidak semua orang berani menghadapi masalah. Karena menghadapi masalah membutuhkan mental dan tubuh yang sehat. Tujuan Yoga sebenarnya adalah untuk mencapai kesadaran diri. Untuk mencapai tingkat kesadaran yang tinggi bukanlah hal yang singkat dan mudah.



Perlu komitmen, dedikasi, konsistensi dan kesetiaan dalam berusaha. Yoga hanya bisa mempengaruhi kebiasaan orang jika mempunyai metode yang penuh kedisiplinan dan tata cara yang benar, diulang-ulang dan selalu ada evaluasi diri.

Pentingnya mengetahui asal-usul ilmu

Yoga adalah Trades turun temurun yang disampaikan dari Guru ke murid yang dipertahankan keaslian ilmunya. Pada era jaman sekarang orang mulai kehilangan tradisi dan kecanggihan teknologi kemudian dengan mudah kehilangan kesabaran sehingga banyak yang belajar secara acak-acakan berbagai macam jenis Yoga Asana dari berbagai Guru yang berbeda pada kurun waktu yang singkat.

Hal ini justru membuat latihan Yoga tersebut menjadi bingung dan tidak memperhatikan secara detail bagaimana tata cara dan aturan pelaksanaan kelas Yoga Asana sehingga kemudian Yoga menjadi kehilangan manfaat dan tujuan yang sebenarnya.

Kebenaran dan ketepatan informasi didalam penyampaian ilmu Yoga sangatlah penting untuk dipertahankan. Hal ini hanya akan dicapai jika seseorang belajar terus menerus dan berulang-ulang pada satu sumber Guru yang sama.

Seseorang ketika belajar haruslah tahu terlebih dahulu latar belakang Guru mereka dan darimana asal ilmunya berasal sehingga dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

Tirumalai Krishnamacharya

Tirumalai Krishnamacharya dikenal sebagai "Bapak Yoga Modern". Professor Krishnamacharya (18 November 1888 – 28 February 1989) adalah seorang Guru Yoga India, Tabib ahli pengobatan Ayurveda. Sering disebut sebagai "Bapak Yoga Modern", Krishnamacharya secara luas dianggap sebagai salah satu Guru Yoga paling berpengaruh diabad ke 20.

Krishnamacharya mempunyai gelas disemua Darśanas Veda, setara dengan 6 gelar Doktoral (2 dalam bidang Pengetahuan, 2 bidang Sansekerta dan 2 dalam bidang Ilmu Kesehatan). Dibawah perlindungan dukungan Raja Mysore, Krishna Raja Wadiyar IV, Krishnamacharya berkeliling India memberikan ceramah dan demonstrasi untuk mempromosikan Yoga.

Ini termasuk prestasi seperti menghentikan detak jantungnya. Dia secara luas dianggap sebagai perancang Vinyāsa, dalam arti menggabungkan pernapasan dengan gerakan; gaya Yoga yang ia ciptakan kemudian disebut Vinyasa Karma Yoga. Yang mendasari semua ajaran Krishnamacharya adalah prinsip "Ajarkan apa yang pantas untuk setiap individu."

Murid-murid Krishnamacharya termasuk banyak. Diantaranya, Guru Yoga yang paling terkenal (1899-2002); K. Pattabhi Jois (1915-2009) dan B.K.S Iyengar (1918-2014).

Professor K. Pattabhi Jois dan Yoga Ashtanga

Professor K. Pattabhi Jois (26 Juli 1915 – 18 Mei 2009) adalah seorang Guru Yoga India dan sarjana bahasa Sansekerta yang mengembangkan dan mempopulerkan gaya Yoga Vinyāsa yang disebut Yoga Ashtanga.

Pada tahun 1948, Jois mendirikan Ashtanga Yoga Research Institute di Mysore, India. Pattabhi Jois adalah salah satu dari daftar pendek orang di India yang berperan dalam membangun Yoga Modern diabad ke-20, bersama dengan B.K.S Iyengar, yang keduanya adalah murid dari Krishnamacharya di Mysore.

C.Saraswathi Jois

Guruji Saraswathi lahir pada tahun 1948 dan berlatih dengan matang dibawah bimbingan ayahnya Sri K. Pattabhi Jois dari usia 10-22 tahun. Selama bertahun-tahun dia membantu ayahnya, lalu kemudian sejak tahun 1975 dia mengajar kelasnya sendiri.

Pada tahun 1986 ia menciptakan revolusi Yoga di Mysore dan menjadi wannita pertama yang mengajar pria dan wanita bersama. Saraswathi mengajar murid Yoga dengan berbagai level, dari pemula sampai Advance bisa belajar dengannya.

Melalui pengalamannya, Saraswathi yang telah mengajarkan Ashtanga Yoga lebih dari 50 tahun menjadikan kelasnya sangat aman, nyaman dan menyenangkan untuk diikuti.

Parama Guru Sarath Jois

Sarath Jois (Rangaswamy Sharath lahir pada 29 September 1971) adalah seorang Guru, Praktisi dan pemegang garis keturunan (Ashtanga Yoga), dalam tradisi kakeknya, K. Pattabhi Jois.

Dia adalah direktur Sharath Yoga Center dan sebelumnya Yoga Shri. K. Pattabhi Jois Ashtanga (KPJAYI), Mysore, India. Jika mau belajar dengan beliau, pastikan minimal Sudan mengenal dan menguasai Full Primary Series dengan baik. Untuk belajar bersama Sharath Jois.



Ashtanga Yoga

Sumber foto: <https://omstars.com/blog/practice/unlocking-the-ashtanga-primary-series-a-step-by-step-guide-for-beginners/>



Saraswathi Jois Shala

Sumber foto: <https://www.asturiasyoga.com/en/k-pattabhi-jois-ashtanga-yoga-institute-saraswathis-shala/>



Parama Guru Sarath Jois

Sumber foto: <https://3methodspace.wordpress.com/2017/10/18/paramaguru-r-sharath-jois-europe-tour-2017/>

Noel menawarkan Workshop dan Pelatihan Guru Yoga – Teacher's Training Course (TTC) dengan tajuk "Elite Program for Elite People" yang selalu Fulll Booked di berbagai perjur Indonesia dan diluar Negeri.

Dengan rasa kecintaannya dengan Ashtanga Yoga kemudian ia melanjutkan perjalanan Yoga di KPJAYI di Mysore, India. Setiap tahun dia selalu kembali lagi ke Mysore untuk berlatih dibawah bimbingan Saraswathi Jois (Putri Pattabhi Jois) dan Guruji Sharath Jois.

Guruji Sarawathi Jois mempunyai standard yang tertinggi di dunia dalam memberikan Sertifikat Authorisasi (Hak Kelayakan Mengajar) Ashtanga Yoga Level 2 ini. Berangkat dari pengalaman pribadi, Noel menyebutkan beberapa diantaranya, yaitu:

1. Wajib Menyelesaikan 3rd Series / Advance Series Ashtanga Yoga.
2. Menjadi asistennya untuk adjustment murid-murid semua Asana dalam Primary Series (Yoga Terapi) , Intermediate Series (Pembersihan Saraf) Dan Advance Series (Fokus Kekuatan) Ashtanga Yoga.
3. Bolak-Balik konsisten Berlatih di Mysore India selama 9 tahun berturut-turut. Sering lebih dari 2 kali dalam setahun.

Hasil dedikasi tinggi dan perjuangan panjang selama 9 tahun lebih menjadi praktisi Yoga, Noel baru saja menerima hasil perjalanan konsisten dan disiplin berlatih belajar Ashtanga Yoga langsung dari Sumbernya DI Krishna Pattabhi Jois Ashtanga Yoga Institute (KPJAYI) Mysore India.

Mendapat Autorisasi Guru Ashtanga Yoga Level 2 (Authorised Level 2 Ashtanga Yoga Teacher). Setelah Menyelesaikan 3rd Series / Advance Series Ashtanga Yoga, akhirnya berhasil mendapatkan Sertifikasi Yoga tersulit dan paling bergengsi untuk didapat.

Pasalnya karena hanya ada 5 orang di dunia dan dia adalah satu-satunya dari tanah Jawa yang memegang Sertifikat "KPJAYI Authorization Ashtanga Yoga Teacher Level 2" dari Guru Saraswathi Jois (82 tahun).

Saraswathi Anak dari Shri K. Pattabhi Jois dan Ibu dari Parama Guru Sharath Jois, guru Ashtanga Yoga paling berpengalaman di dunia yang masih Hidup dan sangat aktif mengajar sampai sekarang.

"Dalam Yoga Jika Mau mencapai hal yang berefek besar maka harus dilakukan dengan penuh fokus dan dedikasi, karena setiap pencapaian besar membutuhkan perjuangan dan pengorbanan besar", Kata Noel menutup perbincangan.



Noel rutin belajar ke India

MOROCCO

GUARANTEED DEPARTURES

BOOKING CONTACT :

HILDA

+62 816 1148 745

EVERY FRIDAY
STARTING FROM 2 PARTICIPANTS

01 MARCH - 27 DECEMBER 2024

A woman with dark hair, wearing a white long-sleeved shirt, is holding a golden retriever puppy. The puppy is looking directly at the camera. In the background, another person is partially visible. On a table in the foreground, there is a glass of water and a plastic bottle of water.

Penerbangan Maskapai Baru untuk Anjing dengan Tiket US\$8.000 Terjual Habis

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Bark Air, maskapai penerbangan baru yang dirancang sepenuhnya untuk anak anjing, baru-baru ini melakukan penerbangan perdananya dari New York ke Los Angeles.

Dilansir dari [travelandleisure.com](https://www.travelandleisure.com), layanan ini saat ini mengoperasikan rute terbatas yang melayani New York, Los Angeles, Paris, dan London. Maskapai ini mendorong masyarakat untuk menyarankan rute masa depan melalui formulir online.

Tiket sekali jalan dari New York ke Los Angeles berharga \$6.000 dan tiket sekali jalan dari New York ke London berharga \$8.000. Dari New York, maskapai ini beroperasi dari bandara swasta di Westchester County, dan terbang ke bandara Van Nuys di luar Los Angeles.

"Kami sangat antusias untuk memanfaatkan wawasan yang telah kami pelajari selama bertahun-tahun untuk menciptakan pengalaman yang benar-benar mengutamakan anjing, yang sangat berbeda dari sekadar menerima anjing – dari darat hingga ke udara," kata CEO Bark, Matt Meeker, dalam sebuah pernyataan. pernyataan.

Tiket dijual langsung di situs BARK Air

Maskapai ini didirikan oleh perusahaan Bark, yang menjadikan langganan Bark Box populer untuk anjing.

Perusahaan ini telah berkembang hingga mencakup produk gigi, makanan, aksesoris, dan sekarang maskapai penerbangan.

Perusahaan juga mengonfirmasi kepada Travel + Leisure bahwa hampir separuh penerbangan bulan Juni dari New York ke LA sudah terjual habis. Saat memesan, penumpang diinstruksikan untuk menyertakan informasi tentang anjingnya seperti halnya penumpang biasa seperti Nama, Ras, Ukuran, Usia, dan Berat.

Penerbangan ini memiliki fasilitas khusus khusus untuk anjing, seperti pramutamu yang menyambut anjing ke dalam pesawat sebelum keberangkatan untuk membantu mereka dengan waktu persiapan penerbangan untuk menyesuaikan diri di pesawat dengan aroma, musik, dan warna khusus.

Selama pemberangkatan, anjing-anjing tersebut diberikan minuman khusus agar telinganya dapat menyesuaikan diri dengan ketinggian, menurut perusahaan. Sepanjang penerbangan, penumpang disugahi kejutan dan makanan ringan.

Bepergian dengan hewan peliharaan mungkin memerlukan persiapan ekstra, dan para ahli menyarankan untuk memastikan hewan peliharaan Anda mendapatkan vaksinasi terbaru, dan memastikan hewan tersebut diberi tag atau microchip dengan benar.



Sumber foto: <https://www.nbcnews.com/news/animal-news/dogs-are-only-service-animals-allowed-fly-dot-rules-n1249734>



LINA KARTIKA

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

@linakartika.official



Prefektur Gunung Fuji Atasi Overtourism dengan Sistem Tiket

HILDA ANSARIAH SABRI

Overtourism telah menjadi masalah serius di Gunung Fuji, namun dua prefektur yang merupakan lokasi puncak tertinggi di Jepang menangani situasi ini dengan cara yang berbeda.

Gunung Fuji adalah situs Warisan Dunia yang dikunjungi oleh lebih dari 200.000 orang setiap musim panas. Namun akhir-akhir ini, permasalahan seperti pendakian malam yang berbahaya, keramaian dan sampah menjadi hal yang mencolok.

Dilansir japannews.yomiuri.co.jp, untuk mengatasi kemacetan, Prefektur Yamanashi dijadwalkan mulai mengenakan biaya pada musim panas ini untuk menggunakan Jalur Yoshida menuju puncak.

Namun, Prefektur Shizuoka tidak memberlakukan pembatasan apa pun pada ketiga jalurnya. Para pengamat mengawasi apakah tindakan Yamanashi akan diterima oleh para pendaki dan pada akhirnya terbukti efektif.

Kemacetan saat matahari terbit

"Sepertinya kita berada di kawasan pusat kota. Saya mendengar kerumunan turis berteriak, jas hujan, makanan dan minuman dibuang di sana-sini," kata manajer penginapan pegunungan Kamaiwakan di Jalur Yoshida, mengingat situasi musim panas lalu.

Saat dini hari, para pendaki yang mencoba menangkap sinar matahari pertama di puncak diundur dari sekitar stasiun kedelapan gunung tersebut. Kondisi padat seperti itu meningkatkan risiko jatuhnya batu dan orang terpeleset dan terjatuh.

Banyak pendaki yang tidur siang di pinggir jalan setapak, karena mereka mencapai puncak semalaman tanpa menginap di penginapan.

Mereka yang mengalaminya berisiko tinggi terkena penyakit ketinggian dan hipotermia, karena kenaikan ketinggian yang tiba-tiba dan kurang tidur dapat menurunkan stamina seseorang.

September lalu, dua mahasiswa laki-laki dari Amerika Serikat dan Meksiko berangkat ke pertemuan puncak hanya dengan mengenakan jaket tipis, celana jins, dan sepatu kets. Pada akhirnya, mereka tidak bisa bergerak karena kelelahan dan kedinginan, dan akhirnya meminta pertolongan.

Menurut pusat pertolongan pertama Fujiyoshida, tempat petugas medis ditempatkan, 332 orang dirawat pada musim lalu, dan hampir 60% dari mereka mengalami gejala penyakit ketinggian.

Beberapa diantaranya diketahui mengikuti rencana pendakian yang cukup berat secara fisik di gunung setinggi 3.776 meter tersebut.

Badan tersebut telah menyerukan pembatasan terhadap sejumlah besar pendaki, karena khawatir akan membahayakan atmosfer suci gunung tersebut. Meski di sisi lain, banyaknya pengunjung memperkaya perekonomian masyarakat setempat.

Manajer penginapan pegunungan Mannenyuki di sisi Shizuoka mengatakan dia telah menerima semakin banyak pertanyaan dari Taiwan, Hong Kong, Korea Selatan, dan negara lain.

"Penting juga untuk menyebarkan informasi tentang sifat sakral" gunung tersebut, katanya.

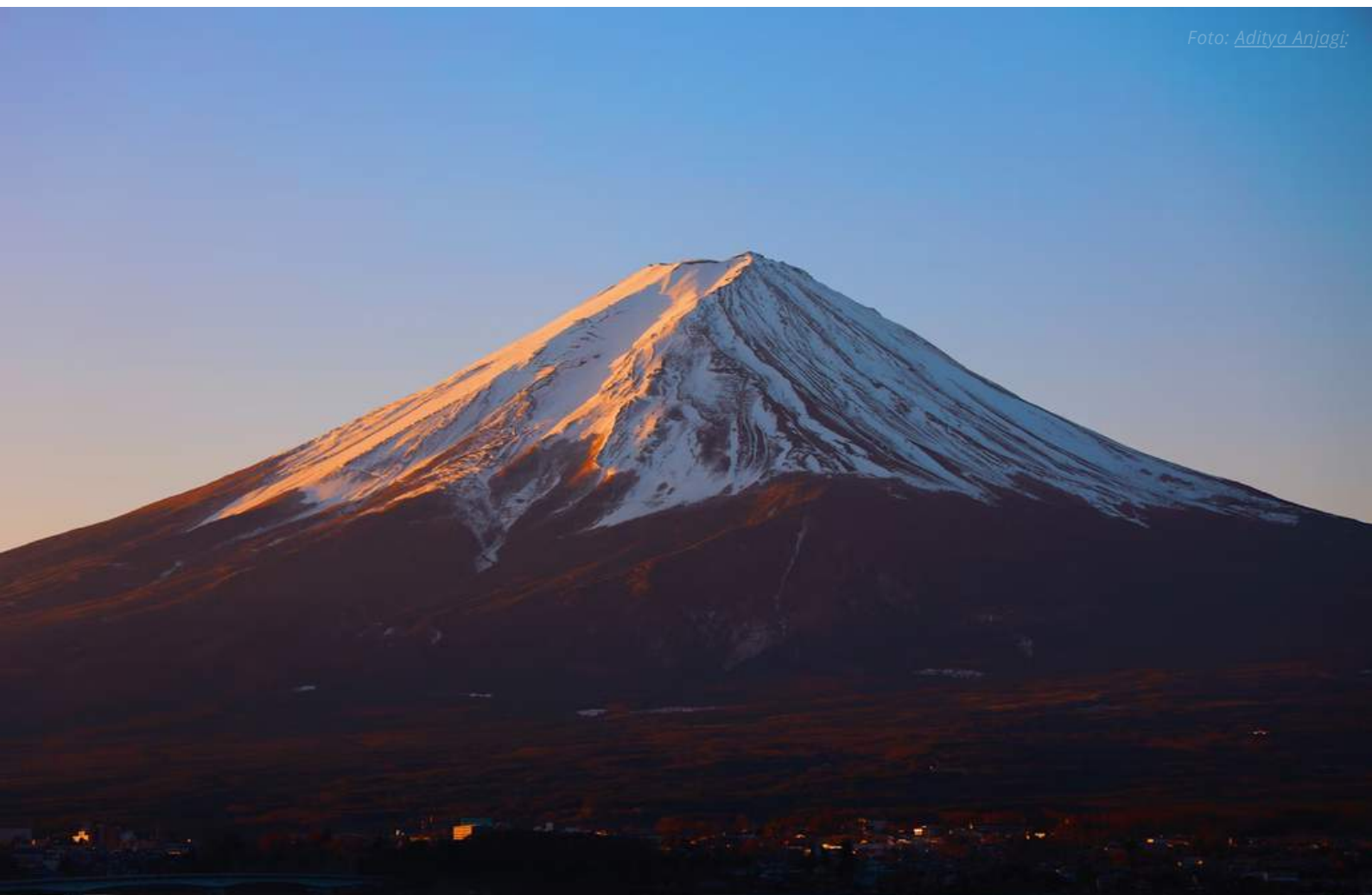
Manajer penjualsn Komitake Baiten di sisi Yamanashi mengungkapkan perasaan campur aduk. "Pembatasan yang tepat memang diperlukan, tapi saya khawatir pelanggan akan berbondong-bondong ke Shizuoka," kata manajer tersebut.

Menurut pemerintah prefektur Shizuoka, sebagian besar jalur antara stasiun kelima dan kedelapan di sisi Shizuoka berada di tanah milik negara, sehingga sulit untuk diatur melalui peraturan prefektur.

Mulai musim ini, Shizuoka akan mendorong para pendaki untuk mendaftarkan rencana mereka secara online dan meminta mereka untuk tidak mendaki gunung setelah jam 4 sore.

Walikota Fujinomiya Hidetada Sudo mengeluhkan pembatasan yang diterapkan di Prefektur Yamanashi. "Saya mendukung pembatasan tersebut, tetapi Yamanashi tidak melakukan diskusi tanpa mempertimbangkan situasi Shizuoka," katanya.

Foto: [Aditya Anjagi](#)





Pendaki gunung terkenal di dunia Ken Noguchi, 50, mengatakan, Prefektur Yamanashi "membuat keputusan yang baik untuk membatasi pendakian dengan mengenakan biaya, meskipun perekonomiannya sangat bergantung pada pariwisata.

"Biaya masuk ke luar negeri biasanya puluhan ribu bahkan jutaan yen. Pembatasan yang efektif juga memerlukan hukuman [agar efektif], dan pemerintah terkait harus mengambil inisiatif untuk membuat versi final pembatasan melalui proses coba-coba," kata Noguchi.

Pihak berwenang di wilayah Yamanashi di Jepang secara proaktif mengatasi masalah kepadatan penduduk yang disebabkan oleh lonjakan pariwisata.

Salah satu langkah efektifnya adalah dengan menerapkan sistem tiket pendakian Gunung Fuji. Sistem tiket Gunung Fuji, yang diterapkan tahun ini, akan memastikan pengalaman pendakian yang lebih terkendali dan menyenangkan bagi semua orang

Menurut pernyataan administrasi wilayah Yamanashi, hanya 4000 pendaki per hari yang diizinkan mendaki Gunung Fuji melalui Jalur Yoshida, rute paling populer.

Tiket Gunung Fuji untuk pendakian ini berharga sekitar dua belas euro, harga yang murah untuk petualangan yang dikelola dengan baik dan berkesan.

Mulai 20 Mei 2024, tiket musim ini, yang berlangsung dari Juli hingga September, dapat dipesan dengan mudah secara online. Sistem baru ini memungkinkan pengunjung untuk mengamankan tempat mereka terlebih dahulu, memastikan mereka menikmati pengalaman luar biasa ini.

Setidaknya 1000 tiket per hari akan dipesan untuk pemesanan harian, sehingga mereka dapat merencanakan pendakian sesuai jadwal mereka.

Puncak Gunung Fuji setinggi 3.776 meter dan tertutup salju hampir sepanjang tahun. Di musim panas, lebih dari 220.000 pendaki mendaki lereng curam dan berbatu setiap tahunnya.

Banyak orang melakukan pendakian pada malam hari untuk menyaksikan matahari terbit dari puncak. Kawasan sekitar Gunung Fuji juga terpengaruh oleh popularitas simbol nasional Jepang dan masuknya wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut untuk mengambil foto puncaknya.

Di tempat yang trendi untuk mengambil foto, di mana Gunung Fuji tampak menjulang di belakang supermarket, pihak berwenang berencana mengambil tindakan untuk melindungi penduduknya.

Nantinya akan dipasang layar privasi besar berwarna hitam untuk menutupi pemandangan gunung. Penduduk mengeluh bahwa wisatawan masuk tanpa izin ke properti mereka untuk mencari kesempatan berfoto yang sempurna, tanpa berpikir panjang berlari ke jalan, dan membuang sampah sembarangan.



Banyak Rute Feri di Eropa Lebih Murah Daripada Penerbangan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Menurut analisis Omio, platform pemesanan transportasi perjalanan seperti kereta api, bus, penerbangan, dan feri, banyak feri yang beroperasi di rute populer di Eropa dilengkapi dengan fasilitas seperti yang terdapat di kapal pesiar kecil.

Studi ini mengevaluasi kenyamanan, hiburan, dan fitur layanan feri di 50 rute populer, dan menentukan peringkat koneksi feri terbaik bagi keluarga yang mencari pilihan liburan yang nyaman dan terjangkau yang dapat diakses dengan feri mobil.

Beberapa feri mirip dengan kapal pesiar kecil

Dilansir dari [tourism-review.com](https://www.tourism-review.com), banyak destinasi pantai populer yang dapat dicapai tidak hanya dengan pesawat tetapi juga dengan kapal feri. Rute feri klasik mencakup koneksi antara pantai Jerman, Norwegia, dan Swedia.

Namun, Sardinia, Korsika, Sisilia, dan bahkan Mallorca juga dapat dicapai dengan mudah dengan kapal feri. Saat ini, banyak penyedia feri telah berinvestasi secara signifikan dalam meningkatkan kenyamanan kapal mereka.

Beberapa penyedia juga menyediakan penyeberangan semalam dengan akomodasi di kabin dan kamar mandi pribadi untuk menghemat waktu. Artinya wisatawan tiba di tempat tujuan dengan perasaan lebih santai.

Feri paling ramah keluarga membawa wisatawan ke Sisilia.

Pilihan terbaik bagi keluarga yang mencari perjalanan feri yang nyaman dan lengkap adalah feri "GNV La Superba", yang beroperasi antara Genoa di Italia utara dan Palermo di Sisilia beberapa kali seminggu selama musim ramai.

Kapal ini memiliki semua fitur yang ditinjau untuk kenyamanan, termasuk kabin pribadi dengan pemandangan laut, WiFi gratis, hiburan live, restoran à la carte, dek perbelanjaan, area bermain untuk anak-anak, dan paket kesehatan yang sudah termasuk dalam harga tiket.

Feri ini dapat menampung sekitar 3.000 penumpang dan 1.000 kendaraan dan merupakan salah satu dari empat rute feri paling murah di Eropa, dengan biaya sekitar 0,26 euro per kilometer untuk keluarga beranggotakan empat orang (tanpa mobil).

Feri mobil nyaman lainnya beroperasi antara Livorno (Tuscany) dan Bastia di Corsica dan antara Genoa (Liguria) dan Porto Torres dan Olbia di Sardinia, menawarkan kenyamanan dan kemudahan serupa untuk keluarga.

Penumpang dapat memilih dari kabin pribadi, hiburan live, perawatan kesehatan, berbelanja, dan bersantap di restoran kelas satu dengan layanan meja. Keluarga yang lebih suka bepergian dengan mobil dapat memanfaatkan pilihan ini untuk menjelajahi pulau indah Corsica dan Sardinia.

Perang harga: feri mengalahkan penerbangan



Perjalanan feri bisa menjadi pilihan yang lebih hemat biaya dibandingkan penerbangan, menurut analisis harga terbaru terhadap 14 rute terpilih. Dalam 12 dari 14 kasus, harga kapal feri jauh lebih murah dibandingkan penerbangan, terkadang hingga 86 persen.

Hal ini terutama berlaku untuk rute Skandinavia yang populer dari Frederikshavn, Denmark, ke Gothenburg, Swedia (dibandingkan dengan Aalborg-Gothenburg dengan pesawat). Layanan feri dari Dover, Inggris, ke Calais, Prancis, bahkan lebih murah dibandingkan kereta Eurostar yang terkenal, sekitar 6 persen.

Rata-rata, perbedaan harga antara penerbangan dan feri mencapai signifikan sebesar 49 persen, yang menunjukkan bahwa perjalanan feri dapat menghasilkan penghematan yang besar.

Rute feri termurah dan termahal

Berdasarkan jarak perjalanan dan harga tiket, harga per kilometer yang sebanding dapat ditentukan untuk membantu menemukan rute feri termurah.

Salah satu rute yang paling terjangkau adalah koneksi feri mobil antara Kiel di Jerman dan Klaipėda di Lituania, dengan biaya sekitar 0,10 euro per kilometer bagi satu keluarga. Jarak kedua kota ini kurang lebih 1.200 kilometer.

Pilihan murah lainnya adalah perjalanan dari Stockholm di Swedia ke Turku di Finlandia, dengan biaya sekitar 0,14 euro per kilometer. Sambungan lain yang biayanya kurang dari 0,30 euro per kilometer termasuk Kopenhagen-Oslo (0,23 euro/km), Genoa-Palermo (0,26 euro/km), Stockholm-Helsinki (0,29 euro/km), dan Karlskrona di Swedia ke Gdynia di Polandia (0,29 euro/km).

Namun, feri penumpang cenderung lebih mahal. Misalnya, perjalanan wisata antara Trapani di Sisilia dan pulau Favignana menghabiskan biaya sekitar 91 euro (5,94 euro/km) bagi sebuah keluarga.

Feri mobil termahal dalam penelitian ini adalah rute feri yang menghubungkan kota pesisir Italia Piombino dengan Portoferraio di pulau liburan Elba. Sebuah keluarga membayar setidaknya 114 euro atau 4,22 euro/km untuk penyeberangan, dan biaya tiket mobil bervariasi tergantung pada jenis kendaraan.

Foto: *Alvian Hasby*





Foto: [Chad Greiter](#)

Inovasi Modern: Trip.com Menyoroti Tren Museum Terkini untuk Hari Museum Internasional

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Museum mempunyai kekuatan untuk membekukan waktu. Menjelajah melalui penghormatan terhadap masa lalu ini, pengunjung dibawa melintasi sejarah, mulai dari membayangkan kehidupan nenek moyang prasejarah kita dan mengagumi kreativitas seniman kontemporer, hingga mengantisipasi inovasi masa depan.

Meskipun museum seperti Museum Louvre, Museum Istana, dan Museum Seni Modern terus menarik minat wisatawan global, pada Hari Museum Internasional yang jatuh pada tanggal 18 Mei.

Trip.com – penyedia layanan perjalanan terpadu terkemuka – memperkenalkan beberapa museum tren utama yang sedang dibentuk museum di seluruh dunia.

Tren museum yang sedang meningkat: Instalasi inovatif dan penggunaan teknologi

Semakin banyak museum yang menggunakan instalasi dan teknologi inovatif dalam pamerannya untuk meningkatkan pengalaman pengunjung, dan memadukan masa lalu dan masa depan dengan cara yang dinamis.

Instalasi monumental yang dirancang sebagai bagian dari pameran Penjaga Waktu di Museum Guimet di Paris, disponsori oleh Trip.com, memberikan iterasi baru terhadap budaya dan mitologi Tiongkok dengan menyatukan seni dan teknologi.

Dari April 2024 hingga Februari 2025, karya seniman Tiongkok Jiang Qiong Er mengambil alih beberapa ruang simbolis museum, termasuk fasad dan koleksi seni Asia kuno, menciptakan perjalanan menawan dan refleksi visioner tepat waktu.

Pameran ini berlangsung selama Tahun Pariwisata Budaya Tiongkok-Prancis. Selain itu, seiring dengan berdatangnya wisatawan global ke Paris untuk menghadiri Olimpiade Musim Panas mendatang, pameran ini akan menawarkan pengalaman unik bagi mereka untuk menyelami lebih dalam resonansi dan konvergensi berbagai budaya.

Fasad bangunan museum merupakan interpretasi ulang kontemporer terhadap gua Tiongkok Mogao, Yungang, dan Longmen melalui instalasi Origin. Dua belas makhluk mitos yang dikonsep dengan bantuan kecerdasan buatan berjaga di jendela dan di atas pintu masuk utama.

Masing-masing dari mereka merayakan Tahun Naga, dan mewakili nilai-nilai inti filosofis dan humanistik seperti perdamaian, inklusi, dan kepedulian terhadap alam.

Sebuah jaring raksasa digantung di atas atap museum dalam instalasi Suaranya – Keberanian, di mana kisah-kisah yang dikumpulkan dari 60 perempuan diaspora Tiongkok disulam menggunakan "naskah perempuan" baru yang terinspirasi oleh nv shu.

Nv shu, naskah rahasia perempuan yang kini sudah punah dan dikembangkan oleh perempuan petani di Hunan, Tiongkok lebih dari 3.000 tahun yang lalu. Kata-kata puitis para wanita ini menceritakan pengalaman hidup, aspirasi, penderitaan, dan keberanian mereka.

Foto: [Sean Ang](#)





Foto: Zalfa Imani

Perkembangan digital semakin membantu museum di seluruh dunia untuk menjangkau khalayak yang lebih luas. Museum kuno menjalani kehidupan baru dengan pengalaman virtual dan augmented reality, akses digital, dan prosedur pemesanan yang disederhanakan.

Sebagai salah satu atraksi utama bagi wisatawan internasional ke Tiongkok, Museum Situs Mausoleum Kaisar Qinshihuang di Xi'an menawarkan film VR untuk melengkapi pengalaman pengunjung.

Duduk di kursi berputar 360° dengan headset VR, pengunjung dapat menyaksikan para pejuang terakota hidup kembali dan mengerahkan kekuatan mereka di medan perang untuk mendirikan dinasti terpusat pertama di Tiongkok kuno.

Dari Keajaiban Kuno hingga Museum baru-baru ini berkolaborasi dengan Trip.com untuk meluncurkan platform layanan luar negeri terintegrasi, yang memungkinkan pengunjung mengakses museum digital mini untuk mempelajari koleksi terkenal bahkan sebelum perjalanan dan menawarkan opsi pemesanan dan pembayaran online yang lebih nyaman untuk wisatawan masuk.

Trip.com memanfaatkan jaringan pengguna global dan kapasitas produk unggulannya untuk membuka jalan baru bagi mitra museum untuk berinteraksi dan menyambut para pencari pengetahuan di mana pun dan di mana pun, sehingga membuka peluang baru seiring dengan lompatan museum-museum ini ke masa depan.

Sebuah museum untuk masa depan: Melihat ke masa lalu untuk masa depan yang berkelanjutan

Menanggapi tantangan lingkungan mendesak yang dihadapi oleh planet dan masyarakat kita, museum menggunakan pameran yang imersif, tampilan interaktif, dan instalasi canggih untuk melibatkan pengunjung dalam percakapan yang menggugah pikiran tentang hubungan kita dengan alam.

Dari tanggal 27 Januari hingga 23 Juni, Museum Nasional Singapura mengadakan pameran khusus "Plastik: Membuat Kembali Dunia Kita" untuk memetakan peningkatan pesat material di abad ke-20, dampaknya terhadap lingkungan, dan solusi mutakhir untuk cara yang lebih berkelanjutan menggunakan plastik.

Instalasi film yang imersif mengontraskan pembentukan minyak dalam jangka panjang dengan cepatnya timbulan sampah plastik, sedangkan ruang interaktif menciptakan kembali sebuah rumah yang penuh dengan benda-benda untuk menggambarkan betapa luasnya penggunaan plastik dalam kehidupan kita sehari-hari.

Sementara itu, "Story of the Forest", salah satu pameran permanen museum, membawa pengunjung dalam tur melintasi lanskap virtual dan visual sejarah Singapura melalui tampilan 3D menakjubkan yang dibuat oleh kolektif seni digital ternama Jepang, TeamLab.

Terinspirasi oleh Koleksi Gambar Sejarah Alam William Farquhar yang berharga di museum, pameran ini mengajak pengunjung untuk berinteraksi dengan animasi satwa liar di Semenanjung Malaya pada abad kesembilan belas dari dekat.

Dengan penawaran tour dan tiket yang berkembang pesat di seluruh dunia, Trip.com berdedikasi untuk menghubungkan wisatawan dengan pameran menawan, program menarik, dan peluang untuk menemukan warisan budaya dunia.

Baik menjelajahi peradaban kuno, mengagumi mahakarya, atau mendengarkan suara-suara baru, Trip.com secara aktif bekerja sama dengan mitra museum di seluruh dunia untuk memperluas jangkauan mereka dan menjaga kenangan tetap hidup untuk generasi mendatang.

Trip.com adalah penyedia layanan perjalanan terpadu internasional, tersedia dalam 24 bahasa di 39 negara dan wilayah dalam 35 mata uang lokal. (PRNewswire)



Foto: Bahman Adlou



PERINMA Piknik Bersama Nikmati Indahnya Swedia Dengan Kolaborasi Acara The Untamed Mind

OLEH GRISKA GUNARA KEATING

Setelah pengalaman camping sensasional di Belgia tahun lalu dan tahun sebelumnya di Belanda, ditahun 2024 ini Perhimpunan Eropa untuk Indonesia Maju (PERINMA) kembali melaksanakan agenda tahunan piknik bersama mengunjungi negara Eropa bagian utara yaitu Swedia.

Tepatnya di kota kecil di Swedia Barat yang kaya akan sejarah yaitu Skara. Acara berlangsung dari tanggal kedatangan 9 sampai 12 Mei 2024 lalu yang telah disiapkan sedemikian padatnya. Adalah kebanggan tersendiri bagi Tatum Maya, selaku tuan rumah sudah berkenan membuka pintu persahabatan dan menerima kedatangan teman-teman anggota PERINMA dari berbagai negara pada acara piknik tahunan PERINMA ini.

Tatum Maya adalah seorang perupa kelahiran Kota Sumbawa Besar, NTB yang berdomisili di Skara, Swedia. Kota Skara, tempat Tatum tinggal adalah salah satu kota tertua bersejarah di Swedia, yang seribu tahun lalu dijadikan sebagai pusat perdagangan dan tempat Agama Kristen diakui di Swedia pada awal abad 11.

Rangkaian acara yang diadakan selama tiga hari memberikan pengalaman yang berbeda bagi anggotanya meski terdapat kesamaan antara tamasya di Swedia, Belgia dan juga Belanda. Persamaannya itu adalah bahwa lokasi tamasya bukan berada di kota besar, melainkan di kota kecil atau desa!

Bahkan sebenarnya mungkin juga bisa dikatakan seperti di ujung dunia. Dimana jika ingin mencapai lokasi tersebut, perjalanan dilakukan menggunakan transportasi umum dan membutuhkan perjuangan berat. Entah berapa lama waktu yang dibutuhkan atau berapa kali harus berganti alat transportasi untuk menuju lokasi yang akan dikunjungi.

Tamasya di Swedia ini mempunyai sebuah keistimewaan, yaitu Swedia adalah negara di mana semuanya serba mahal! Mungkin saja ada kawan-kawan yang bertanya, mengapa PERINMA tidak pergi ke tempat yang mudah dicapai, murah dan dekat saja sih?



Foto: Rumman Amin

Jawabannya tidak lain adalah hanya karena satu hal, yaitu bahwa ada sahabat atau anggota PERINMA yang aktif dan bersemangat bekerja untuk PERINMA! Dan anggota yang aktif juga banyak tersebar di negara Eropa lainnya. Dengan mengunjungi sahabat tersebut juga adalah sebagai suatu bentuk penghargaan dan support!

Sejalan dengan salah satu pilar utama PERINMA yaitu "Dari kita, oleh kita dan untuk kita", maka di acara tamasya ini, di samping kembali menjadi ajang mempererat hubungan satu dengan yang lain dan kesempatan bertamasya ke tempat baru maka peserta juga bisa mengikuti workshop pengembangan diri "The Untamed Mind"

Tentu saja disetiap tahun agendanya, PERINMA ingin berkumpul bersama anggotanya untuk bertamasya, bersenang-senang dan mengunjungi tempat baru. Tetapi kunjungan ke Swedia ini juga masih mempunyai tujuan lain yaitu mendukung program pengembangan kapasitas diri untuk wanita secara berkelanjutan bertajuk "Journey to Sense".

Program yang mulai diluncurkan di Swedia tanggal 16 Mei 2024 rencananya akan berlanjut ke berbagai negara lain seperti Inggris, Belgia, Abu Dhabi dan yang terdekat selanjutnya ke Indonesia.

PERINMA sangat bangga bisa ikut menjadi bagian dari program tersebut yang secara khusus ikut mensponsori program pengembangan kapasitas diri "The Untamed Mind" dan memberi subsidi untuk acara tamasya di Swedia kali ini.

"The Untamed Mind" adalah program yang dirancang khusus untuk anggota PERINMA yang ikut tamasya ke Swedia. Isi dari program itu sendiri adalah mengajak anggotanya untuk bersama melakukan kegiatan refleksi diri pada kegiatan meditasi bersama yang berhubungan erat dan dalam untuk masing-masing individu.

Harapannya dapat memberikan input realisasi positif kembali terhadap diri sendiri yang sustain kedepannya dan juga sharing session tentang pengalaman menjadi Diaspora Indonesia yang tersebar di negara Eropa.

Acara tiga hari ini terasa cepat berlalu. Lepas kangen di airport Gothenburg, Jalan-jalan di Stockholm, selanjutnya mengikuti workshop dan eksplor kota Kinnekulle dan akhirnya berpisah lagi kembali ke negara masing-masing.



Lebih dari 15,000 Pemimpin Pariwisata Global Akan Berkumpul di Uzakrota Travel Forum 2024 di Istanbul

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Uzakrota Global 2024 akan diadakan di WOW Convention Center di Istanbul pada tanggal 15 November 2024 didukung oleh Turkish Airlines, Tourism Malaysia, Amadeus, Paximum, Tourmania, dan Tour to America.

Diakui sebagai salah satu dari sepuluh acara pariwisata paling berpengaruh secara global oleh perusahaan perjalanan terkemuka pada tahun 2018, 2019, 2020, 2021, dan 2023.

Uzakrota Travel Summit sekali lagi akan mengumpulkan para pemain kunci dari industri perjalanan termasuk agen perjalanan terkemuka, perusahaan teknologi pariwisata, maskapai penerbangan, dan hotel.

Acara ini akan menampilkan area networking foyer dimana sekitar 250 perusahaan dari berbagai sub-sektor pariwisata akan memamerkan layanan mereka dan berbagi wawasan secara langsung.

Lebih dari 150 pembicara akan tampil dalam 47 sesi di 6 platform, membahas topik-topik seperti "Peristiwa dan Pengalaman Global:

Apa yang Akan Terjadi Selanjutnya?",

"Apakah Program Liburan Maskapai Penerbangan Merupakan Operator Tur Baru?",

"Perjalanan Bertenaga AI dengan ChatGPT,"

"Bagaimana Tantangan Ketenagakerjaan Mendorong Kita Menuju Teknologi".

"Pengaruh Ulasan Online pada Bisnis Perhotelan: Menavigasi Reputasi di Era Digital".

Selain itu, Uzakrota akan menjadi tuan rumah pertemuan puncak pariwisata B2B di beberapa lokasi: Novotel Kuala Lumpur pada 19 September, Radisson Hotel Baku pada 4 Oktober, Rooftop on Bree di Cape Town pada 17-18 Oktober, dan Narcissus Hotel di Riyadh pada 12 Desember 2024.

ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

