

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA



**Wisata ke Montenegro,
Benamkan Diri Dalam Budaya
dan Sejarah yang Kaya**

edisi 55

September 2024

tidak untuk diperjualbelikan

Culture & Discovery

SAUDI ARABIA RUH

7 DAYS - 6 NIGHTS

BOOKING CONTACT :

HILDA

+62 816 1148 745



ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

FOREWORD



Di masa lalu, pemesanan kamar hotel merupakan proses kompleks dan impersonal yang melibatkan panggilan telepon atau menavigasi sistem distribusi global yang rumit. Tapi kini konsumen semakin bergantung pada teknologi dalam merencanakan dan menjalankan perjalanan mereka, seperti penggunaan situs web dan aplikasi untuk pemesanan dan navigasi sehingga kalangan industri wisata harus beradaptasi dengan tren ini untuk tetap kompetitif.

Sebagian besar wisatawan merasa bahwa manfaat kecepatan, efisiensi, dan akses informasi yang lebih mudah lebih besar daripada kekhawatiran privasi apa pun.

Teknologi juga kini membantu dalam meningkatkan keamanan dan keberlanjutan, misalnya dengan sistem pelacakan untuk keamanan wisatawan dan inisiatif hijau yang didukung teknologi untuk mengurangi dampak lingkungan.

Dengan meningkatkan teknologi, industri pariwisata dapat memenuhi kebutuhan pasar modern, meningkatkan efisiensi, dan tetap relevan dalam persaingan global. Selain itu juga membantu perusahaan pariwisata untuk mengotomatisasi proses seperti pemesanan, check-in, dan manajemen inventaris, yang mengurangi biaya operasional dan meningkatkan efisiensi.

Dengan analisis data, perusahaan dapat memahami preferensi pelanggan dan menawarkan layanan yang lebih dipersonalisasi sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kebangkitan kembali aktivitas wisata maupun perjalanan bisnis menuntut kalangan pemerintah dan swasta seperti industri pariwisata untuk beradaptasi pada perubahan perilaku konsumen juga.

Tak heran Komisaris Uni Eropa (UE), Ylva Johansson telah mengumumkan bahwa Uni Eropa akan meluncurkan Sistem Masuk-Keluar (EES). Sistem biometrik baru ini menggunakan sidik jari dan foto digital untuk identifikasi.

Pada dasarnya sistem ini akan mengubah cara pelancong non-Uni Eropa diproses di perbatasan eksternal blok tersebut, dan akan berlaku juga bagi pelancong yang dibebaskan dari visa dan mereka yang memiliki visa kunjungan singkat.

Dalam EXPLORE! by bisniswisata.co.id edisi September 2024 ini pembaca dapat menemukan berbagai upaya agar perjalanan menjadi lebih nyaman dengan hadirnya platform peduli nol karbon, cerita giatnya solo tour ke negara-negara di Eropa Timur dan Tengah hingga tren pertumbuhan daya tarik Indonesia sebagai tujuan wisata naik sebesar 33%.

Di tingkat dunia, UN Tourism berhasil menyelenggarakan Forum Regional perdana tentang Pariwisata Gastronomi untuk Afrika, yang menandai langkah maju yang signifikan bagi benua tersebut dan negara tuan rumah. Forum tersebut juga menyoroti komitmen Zimbabwe untuk memanfaatkan gastronomi sebagai katalis bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan di seluruh negeri dan Afrika.

Begitu pula dengan World Travel & Tourism Council (WTTC) merayakan tonggak sejarah karena 5.000 properti di lebih dari 80 negara kini telah menerapkan program Hotel Sustainability Basics (Basics).

Program ini memberdayakan hotel dari semua ukuran dengan kriteria 12 langkah komprehensif yang bertujuan untuk mengurangi emisi karbon, pengelolaan energi, air, dan limbah, serta memastikan masyarakat lokal mendapatkan manfaat dari operasi hotel.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

DAFTAR ISI

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword	04
UE Akan Meluncurkann Sistem Masuk-Keluar Biometrik yang Telah Lama Dinantikan November Ini	07
WI-FI Dalam Pesawat di Eropa Masih Langka dan Lambat	09
Tekhnologi Hotel Membantu Kembali Industri	11
Enso Connect Umumkan Pembaruan Besar Pada Kotak Masuk Terpadu Bertenaga AI Mereka	15



ASEAN Masuki Metaverse: Mempromosikan Pariwisata Asia Tenggara Melalui Roblox	18
Thailand Luncurkan Platform Perdagangan Karbon untuk MICE dan UKM	20
Wisata ke Montenegro, Benamkan Diri Dalam Budaya dan Sejarah yang Kaya	23
'Ngebolang' di Dua Kota Canik Praha (Ceko) dan Bratislava (Slovakia)	26



Elemental Cognition dan AI Ubah Pemesanan QPerjalanan Keliling Dunia Oneworld dengan Google Cloud	33
WTTC: Lebih dari 5000 hotel menerapkan Hotel Sustainability Basics	36
Agoda: Peningkatan Minat Berwisata ke Indonesia Naik 33%	39
Air Terjun Victoria Menjadi Tuan Rumah Forum Regional Pertama tentang Pariwisata Gastronomi untuk Afrika	41
Meidy Fitranto Sugiri, Pionir Perusahaan AI Lokal yang Mendunia	44



Kunjungi



untuk membaca berita dan artikel lainnya.

REDAKSI

PENASIHAT

Dr. H. Sapta Nirwandar, SE

PEMIMPIN UMUM/ PEMIMPIN REDAKSI

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

WAKIL PEMIMPIN UMUM

Rita Sri Hastuti

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Prasetyohadi Prayitno

KEPALA PERWAKILAN

Bali/Nusra - Dwi Yani

Batam - Lusia Kiroyan

Surabaya - Arif Rahman

Yogyakarta - Anton Bayu Samudra

Banjarmasin - Oplah Risanta

Semarang - Dien Ishartini

CREATIVE DIRECTOR

Justin Sabrinsky

CREATIVE TEAM

Junizar Deanil | Haamim Rizalldhi | 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

Bhuriadi 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



UE Akan Meluncurkan Sistem Masuk-Keluar Biometrik yang Telah Lama Dinantikan November Ini

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Komisaris UE Ylva Johansson telah mengumumkan bahwa Uni Eropa akan meluncurkan Sistem Masuk-Keluar (EES) yang telah lama tertunda pada 10 November 2024.

Sistem biometrik baru ini, yang menggunakan sidik jari dan foto digital untuk identifikasi, pada dasarnya akan mengubah cara pelancong non-UE diproses di perbatasan eksternal blok tersebut, dan akan berlaku juga bagi pelancong yang dibebaskan dari visa dan mereka yang memiliki visa kunjungan singkat.

Penerapan EES yang direncanakan telah menghadapi banyak penundaan dalam beberapa tahun terakhir. Namun, selama kunjungan baru-baru ini ke badan eu-LISA, yang mengawasi proyek infrastruktur TI utama untuk UE.

Johansson mengonfirmasi tanggal peluncuran 10 November. Ia menekankan bahwa keputusan tersebut mengikuti "dialog yang intens" dengan negara-negara anggota UE dan pemangku kepentingan utama lainnya.

"Berbagai langkah secara hukum diperlukan sebelum komisi dapat mengambil keputusan resmi, tetapi saya bangga untuk mengungkapkan hari ini bahwa 10 November adalah hari yang ditargetkan," ungkapnya.

Menurut dia, ketika itu terjadi, maka akan ada perpisahan dengan pemberian cap paspor, dan akan ada lagi pemeriksaan digital untuk semua penumpang dari luar UE—yang membuat perjalanan menjadi lebih mudah dan pemeriksaan perbatasan secara bertahap menjadi lebih cepat.

Di setiap bandara, setiap pelabuhan, dan setiap jalan menuju Eropa, kami akan memiliki kontrol perbatasan digital—semuanya terhubung, semuanya diaktifkan pada saat yang bersamaan, tambahnya.

EES sebenarnya merupakan langkah pertama dalam upaya yang lebih luas untuk mendigitalkan proses perbatasan UE. Tahap berikutnya akan melihat pengenalan Sistem Informasi dan Otorisasi Perjalanan Eropa (ETIAS) untuk pelancong non-UE.

Johansson mengatakan bahwa ETIAS akan segera menyusul, dengan harapan akan mulai berlaku pada paruh pertama tahun 2025.



Foto: Daniel Burka



WI-FI Dalam Pesawat di Eropa Masih Langka dan Lambat

OLEH EVAN MAULANA

Menurut analisis pasar oleh portal perbandingan Verivox, hampir setengah dari 15 maskapai penerbangan paling populer yang lepas landas dari bandara Jerman tidak menawarkan Wi-Fi dalam penerbangan, bahkan dengan biaya.

Namun, penting untuk dicatat bahwa banyak maskapai penerbangan melakukan upaya signifikan untuk menyediakan layanan ini, yang menanamkan optimisme untuk perbaikan di masa mendatang.

Dilansir dari tourism-review.com, hal ini termasuk maskapai penerbangan berbiaya rendah dan rekreasi seperti Ryanair, Easyjet, Pegasus, Sun Express, dan TUIfly.

Tiga maskapai penerbangan lain menawarkan Wi-Fi dalam penerbangan hanya pada penerbangan tertentu: Condor, Austrian Airlines, dan Eurowings.

Maskapai penerbangan yang lebih besar seperti Lufthansa dan British Airways menawarkan akses jaringan lebih sering, tetapi ketersediaannya sangat bergantung pada jenis dan peralatan pesawat.

Harga Wi-Fi di atas awan bervariasi tergantung pada penerbangan jarak pendek atau jarak jauh. Menurut data, kecepatannya dibatasi hingga maksimum 4 Mbit/s, yang seringkali tidak cukup untuk streaming video yang lancar. Aksesnya jauh lebih lambat dan hanya cukup untuk pertukaran pesan teks yang lancar.

Akses internet di pesawat terbang merupakan proses yang rumit. Penumpang terhubung melalui Wi-Fi; data ditransmisikan dari pesawat terbang ke satelit, kemudian dari satelit ke stasiun darat, dan kembali lagi. Proses yang rumit ini, ditambah dengan akses jaringan bersama, seringkali menghasilkan koneksi yang lebih lambat.

Memahami dan mempertimbangkan sumber daya bersama ini penting, karena dapat membantu memastikan pengalaman yang lebih lancar bagi semua orang dan memberdayakan pelancong untuk memanfaatkan layanan sebaik-baiknya.

Mengingat keterbatasan Wi-Fi dalam pesawat, aplikasi yang membutuhkan banyak data seperti streaming musik atau film mungkin tidak berfungsi dengan baik.

Namun, pelancong dapat mengambil langkah-langkah untuk memastikan pengalaman hiburan dalam pesawat yang lancar. Sangat penting untuk mengunduh film dan musik sebelum penerbangan guna menghindari koneksi yang lambat dan biaya Wi-Fi yang tinggi di dalam pesawat.

Sebagian besar penyedia layanan streaming utama menawarkan aplikasi ponsel pintar dan tablet yang memungkinkan pengguna mengunduh pilihan film dan musik, yang kemudian dapat digunakan – terkadang untuk waktu terbatas – tanpa akses internet.

Dengan cara ini, wisatawan dapat yakin bahwa mereka memiliki pilihan hiburan yang siap dinikmati, terlepas dari situasi Wi-Fi di dalam pesawat.



Foto: [benjamin lehman](#)



Teknologi Hotel Membentuk Kembali Industri

OLEH HILDEA SYAFITRI

Di masa lalu, pemesanan kamar hotel merupakan proses kompleks dan impersonal yang melibatkan panggilan telepon atau menavigasi sistem distribusi global yang rumit.

Namun, kedatangan raksasa pemesanan online seperti Expedia dan Booking benar-benar mengubah keadaan. Hotel harus beradaptasi dengan kenyataan baru ini dengan membangun kehadiran digital yang kuat dan menawarkan situs web yang ramah pengguna serta program loyalitas.

Pergeseran ini memperkuat ruang digital sebagai saluran utama untuk reservasi hotel, menjadikan prosesnya lebih nyaman dan dapat diakses oleh semua orang.

AI Meningkatkan Hiperpersonalisasi

Dilansir dari [tourism-review.com](https://www.tourism-review.com), potensi AI untuk mentransformasi industri perhotelan tidak bisa dianggap remeh. Salah satu keuntungan penting AI adalah kemampuannya menyesuaikan konten untuk suara unik suatu merek dan menciptakan segmen audiens yang sangat terfokus untuk kampanye pemasaran.

Hal ini memungkinkan hotel untuk melampaui demografi tradisional dan berinteraksi dengan tamu secara lebih akurat, sehingga memberikan pengalaman yang sesuai dengan preferensi mereka. Masalah Kenyamanan versus Privasi.

Transaksi online sangatlah nyaman, namun para ahli menekankan pentingnya privasi data. Konsumen sudah terbiasa memesan barang secara online meskipun masih ada masalah keamanan.

Namun, sebagian besar wisatawan merasa bahwa manfaat kecepatan, efisiensi, dan akses informasi yang lebih mudah lebih besar daripada kekhawatiran privasi apa pun.

Pemesanan Langsung Sedang Meningkat

Para ahli telah melihat adanya perubahan signifikan terhadap pemesanan langsung melalui situs web dan aplikasi hotel.

Keinginan akan keamanan dan kepercayaan merek mendorong perubahan ini. Tren ini dipicu oleh konsolidasi jaringan hotel seperti Marriott, yang menawarkan portofolio luas yang melayani beragam kebutuhan dan preferensi.

Misalnya, agen perjalanan online seperti Expedia dan Booking dapat disamakan dengan toko kelontong, tempat mereka dapat memperkenalkan produk kepada Anda.

Namun, merek tersebut bekerja keras untuk membuat Anda berpusat pada merek, memercayai merek mereka, dan menggunakan layanan mereka.

Mereka memiliki distribusi yang cukup melalui Marriott, Hilton, dan merek hotel lainnya untuk memenuhi kebutuhan perjalanan semua tamu.

Sentuhan Manusia Tidak Tergantikan

Meskipun penggunaan otomatisasi di industri perhotelan semakin meningkat, para ahli yakin interaksi manusia masih memainkan peran penting.

Para tamu menghargai aspek emosional dari perjalanan, dan hotel melayani acara-acara khusus seperti reuni keluarga, pernikahan, dan konferensi bisnis yang mengutamakan sentuhan pribadi dan koneksi.

Sifat kios swalayan yang bersifat impersonal tidak menggantikan interaksi manusia, sehingga menunjukkan nilai yang tak tergantikan.

Tamu hotel pergi ke sana karena berbagai alasan emosional, seperti menjalankan bisnis, menghadiri reuni keluarga, pernikahan, ulang tahun, jalan-jalan, dan liburan.

Oleh karena itu, ada banyak sentuhan pribadi dan emosi yang terlibat dalam menginap di hotel, dan interaksi antarmanusia tetap penting.

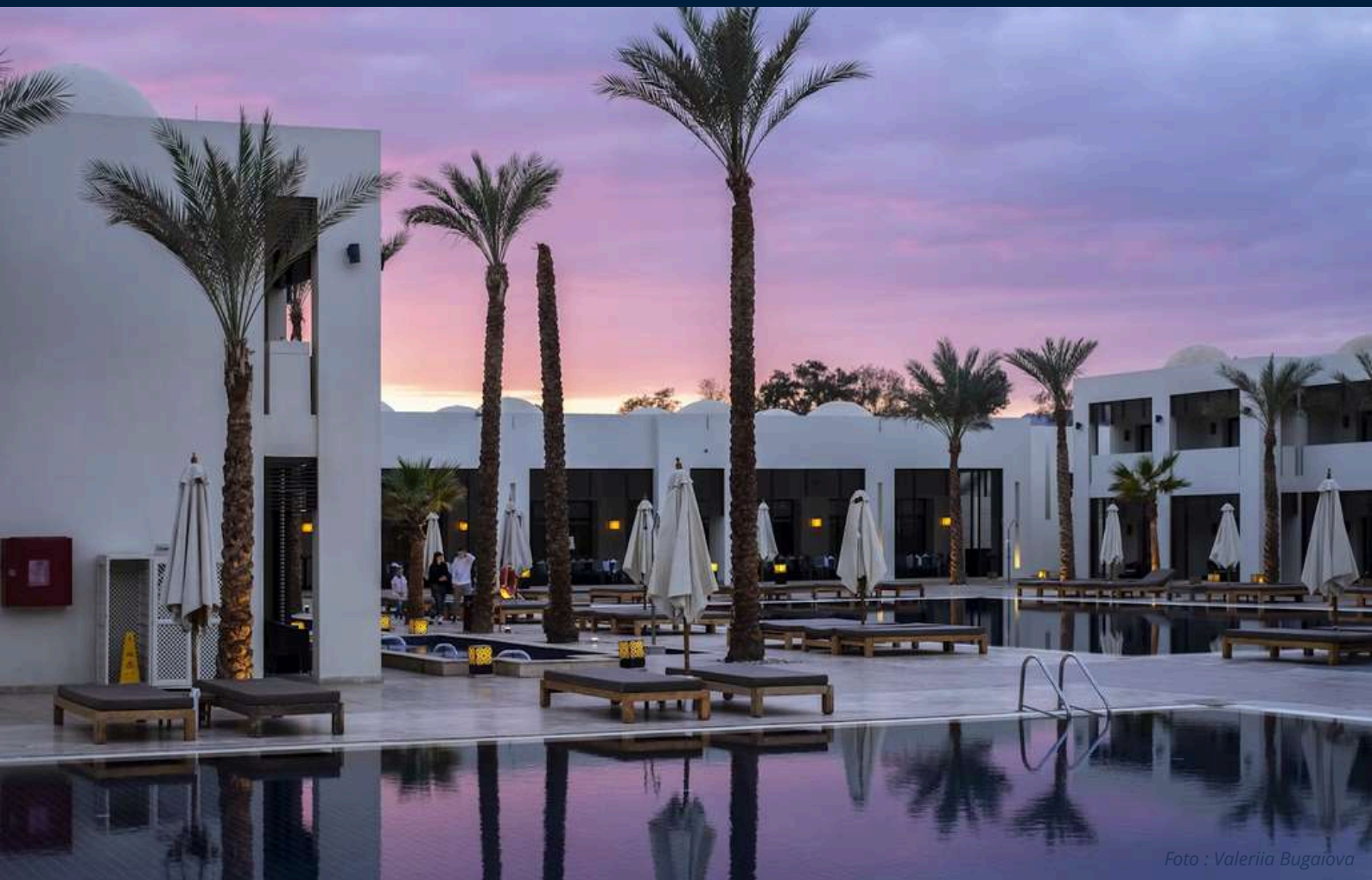


Foto : Valeriia Bugaiova

Keberlanjutan Sejati

Meskipun banyak ahli menekankan pentingnya praktik berkelanjutan, masih banyak wisatawan yang tidak menganggapnya sebagai faktor penting saat memilih akomodasi.

Program loyalitas yang menyoroti donasi amal belum berhasil mendapatkan pengakuan yang signifikan, yang menunjukkan bahwa para tamu memprioritaskan pengalaman hotel yang penting dibandingkan inisiatif lingkungan.

Meski demikian, hotel diharapkan tetap sadar akan praktik berkelanjutan seiring dengan semakin banyaknya wisatawan ramah lingkungan.

Perpaduan yang Tepat antara Teknologi dan Tradisi Hotel

Industri perhotelan berada di ambang transformasi teknologi yang signifikan. Dengan integrasi AI, robotika, dan augmented reality, terdapat potensi besar untuk mempersonalisasi pengalaman tamu dan menyederhanakan operasional.

Namun, hotel-hotel yang sukses menyadari bahwa interaksi manusia sangat penting dalam memberikan pengalaman tamu yang unggul. Keseimbangan antara teknologi hotel mutakhir dan nilai sentuhan manusia yang tak tergantikan akan menjadi hal yang sangat penting agar hotel dapat menonjol.

Seiring berkembangnya teknologi, hotel-hotel yang memanfaatkan kemajuan ini sambil mempertahankan sentuhan kemanusiaan akan berada pada posisi terbaik untuk berkembang di tahun-tahun mendatang.



Foto: Maria Orlova



**JOIN
NOW**

[@islamicfashioninstitute](https://www.instagram.com/islamicfashioninstitute)



Enso Connect Umumkan Pembaruan Besar Pada Kotak Masuk Terpadu Bertenaga AI Mereka

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Enso Connect, platform manajemen tamu, yang membantu persewaan jangka pendek dan hotel butik untuk mendigitalkan dan memonetisasi pengalaman tamu, mengumumkan pembaruan besar pada Kotak Masuk Terpadu bertenaga AI mereka.

Tantangan Komunikasi Tamu Penyewaan Jangka Pendek

Layanan yang luar biasa adalah landasan perhotelan. Profesional industri menginvestasikan banyak waktu dan tenaga emosional untuk berinteraksi dengan tamu, memenuhi kebutuhan, dan menyelesaikan keluhan.

Dilansir dari travekdailynews.com, kotak Masuk Terpadu V2 Enso Connect bertujuan untuk menyederhanakan interaksi penting ini. Dengan memanfaatkan otomatisasi cerdas, AI, dan analisis data, Kotak Masuk Terpadu V2 memberdayakan tim perhotelan untuk mengelola percakapan tamu secara efisien, memberikan dukungan langsung dan layanan yang sangat baik.

Apa yang baru di kotak masuk terpadu V2 Enso Connect?

Pembaruan terbaru kami berfokus pada peningkatan kecepatan, kualitas, dan potensi pendapatan dalam komunikasi Anda. Berdasarkan integrasi multichannel dan otomatisasi cerdas kami yang andal, kami telah menambahkan fitur bertenaga AI untuk membawa interaksi tamu Anda ke tingkat berikutnya.

Pesan AI yang ditingkatkan, Balasan Tersimpan, Basis Pengetahuan, Perintah Cepat, Filter Canggih, dan Komunikasi Multi-Audiens semuanya dirancang untuk membantu manajer properti dan tim mencapai Inbox Zero, menyediakan layanan tamu yang luar biasa, dan membuka potensi pendapatan dalam setiap interaksi.

Peningkatan Utama

EnsoAI: Sekutu Utama Tim Anda: EnsoAI memberdayakan tim Anda untuk merespons secara instan dalam bahasa apa pun, mempertahankan nada dan gaya merek Anda.

Ia belajar dari setiap interaksi, memastikan balasan yang konsisten dan berkualitas tinggi 24/7, 365 hari setahun.

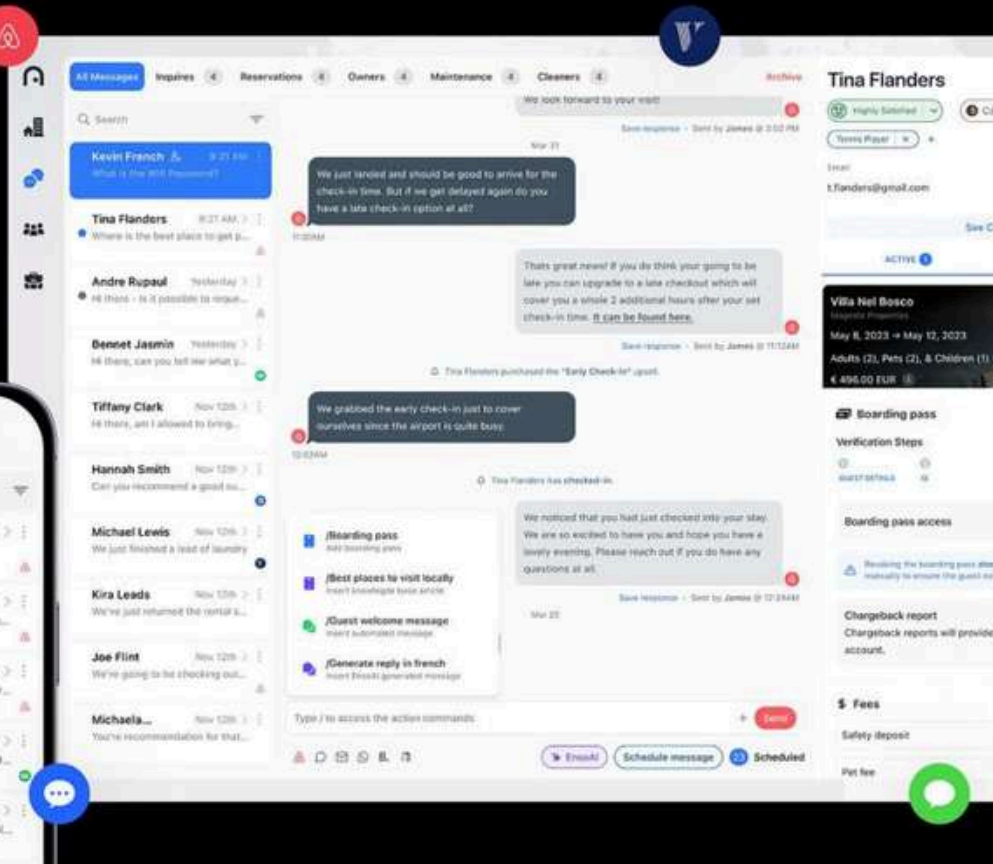
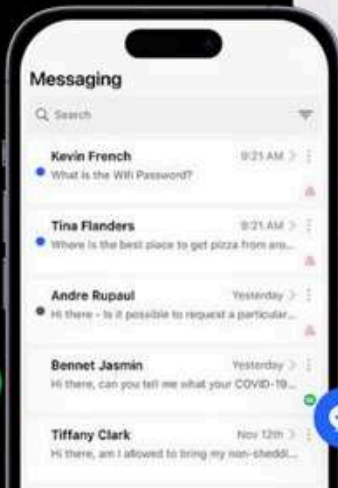
Efisiensi dalam Personalisasi: Ubah setiap pesan menjadi peluang untuk pengalaman tamu yang tak terlupakan dengan pintasan intuitif dan balasan cepat kami.

Wawasan proaktif untuk layanan luar biasa: EnsoAI lebih dari sekadar merespons – ia menganalisis sentimen tamu, menandai potensi masalah, dan membantu mempertahankan peringkat bintang 5 Anda.

Tetaplah terdepan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan tamu.

enso
CONNECT

Unified Inbox V2



Branding profesional menjadi mudah: Sesuaikan kotak masuk Anda dengan email dan nomor telepon bisnis Anda, sederhanakan alur kerja dengan filter, dan siapkan akun Anda menggunakan templat yang dibuat oleh para ahli. Pamerkan identitas merek Anda dengan mudah.

Dasbor Performa Komprehensif: Dasbor intuitif, didukung oleh EnsoAI, menyoroti tren dan memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti. Terus tingkatkan pengalaman tamu Anda dengan pengambilan keputusan berdasarkan data.

"Saya suka ide untuk membeli kembali waktu Anda, dan Unified Inbox V2 kami telah direncanakan dan dirancang dengan mempertimbangkan konsep ini," kata Francois Gouelo, Co-founder dan CEO Enso Connect.

Ini bukan hanya tentang kecepatan dan kenyamanan; ini tentang mengubah setiap percakapan menjadi peluang untuk mendapatkan pendapatan.

Dengan membiarkan otomatisasi dan AI menangani tugas-tugas berulang, Anda dapat fokus pada apa yang benar-benar penting – memberikan keramahan yang luar biasa," tambahnya.

Berikut ini adalah apa yang dikatakan pengguna Beta pertama kami: "Saya pikir ini unik untuk apa yang ada di pasaran, untuk memiliki kotak masuk terpadu yang mewakili lebih banyak fungsi dalam bisnis. Ini jelas merupakan kotak masuk terpadu dengan makna sebenarnya dari kotak masuk terpadu."





ASEAN Masuki Metaverse: Mempromosikan Pariwisata Asia Tenggara Melalui Roblox

OLEH EVAN MAULANA

ASEAN memasuki metaverse dengan peluncuran "ImaginASEAN," sebuah permainan Roblox imersif yang dirancang untuk mempromosikan pariwisata Asia Tenggara.

Dilansir dari traveldailynews.asia, inisiatif ini, yang dikembangkan bekerja sama dengan Cosmow, studio permainan metaverse terkemuka, menggarisbawahi komitmen ASEAN untuk memanfaatkan inovasi digital guna meningkatkan pariwisata.

Dijadwalkan diluncurkan pada Hari Pariwisata Dunia, 27 September, "ImaginASEAN" menawarkan pengalaman interaktif unik yang memungkinkan pemain di seluruh dunia menjelajahi warisan budaya Asia Tenggara yang kaya dan beragam atraksi.

Permainan ini merupakan langkah penting dalam strategi ASEAN untuk merangkul transformasi digital, memposisikan Asia Tenggara sebagai tujuan wisata yang terpadu dan menarik.

Pemain akan terlibat dengan landmark ikonik, pakaian tradisional, dan elemen budaya di kawasan tersebut dalam lingkungan virtual, yang secara efektif memadukan promosi pariwisata dengan permainan digital.

Fitur utama dari "ImaginASEAN" adalah gim mini interaktifnya, tempat pemain dapat menjelajahi berbagai tempat bersejarah dan budaya negara-negara anggota ASEAN.

Selain itu, pemain dapat menyesuaikan avatar mereka dengan pakaian virtual bertema Asia Tenggara, yang mempromosikan kekayaan keragaman wilayah tersebut.

Gim ini juga mencakup perburuan harta karun, tempat pemain mengungkap pesan tersembunyi tentang warisan budaya ASEAN, dengan kesempatan untuk memenangkan hadiah eksklusif dalam gim dan hadiah dunia nyata.

Pemain terbaik yang berhasil menyelesaikan perburuan harta karun akan diikutsertakan dalam undian untuk berkesempatan memenangkan perjalanan tak terlupakan ke Asia Tenggara, yang disponsori oleh Agoda dan AirAsia.

Hadiahnya termasuk perjalanan ke dua destinasi ASEAN, beserta AgodaCash untuk pemesanan hotel, yang menawarkan pengalaman langsung di wilayah tersebut kepada para pemenang.

Inisiatif inovatif ini tidak hanya merayakan Hari ASEAN, tetapi juga menandai usaha pertama organisasi tersebut ke metaverse, yang memamerkan pendekatan inovatifnya terhadap promosi pariwisata.

Dengan memadukan gim dengan pendidikan budaya, ASEAN bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran dan apresiasi yang lebih besar terhadap berbagai penawaran unik Asia Tenggara, yang mendorong pertukaran budaya dan pertumbuhan ekonomi.

Seiring dengan upaya ASEAN untuk terus mendorong batasan pariwisata digital, "ImaginASEAN" menjadi bukti pendekatan berwawasan ke depan di kawasan ini, yang memastikan bahwa Asia Tenggara tetap menjadi destinasi global utama di era digital.

Syarat dan ketentuan lengkap untuk berpartisipasi dalam "ImaginASEAN" akan diumumkan mendekati tanggal peluncuran, yang akan menjadi panggung bagi babak baru yang menarik dalam strategi pariwisata ASEAN.

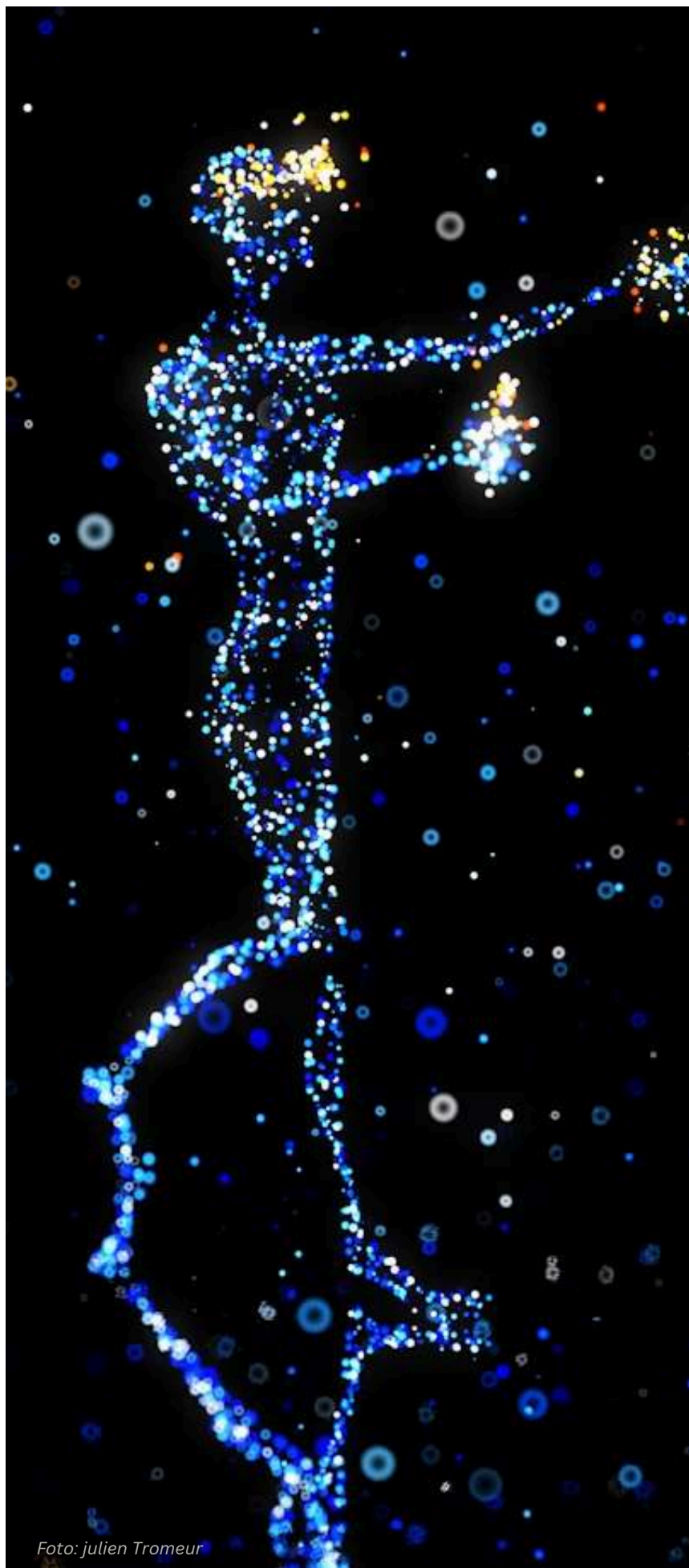


Foto: julien Tromeur



Foto: [Peter Borter](#)

Thailand Luncurkan Platform Perdagangan Karbon untuk MICE dan UKM

OLEH EVAN MAULANA

Menandai acara berkelanjutan di Thailand dengan kompensasi karbon yang menghasilkan manfaat bagi masyarakat lokal akan segera menjadi kemungkinan ketika lima organisasi aliansi Thailand melakukan peluncuran terbatas platform perdagangan karbon pertama Thailand yang dirancang khusus untuk perusahaan yang ingin memperdagangkan karbon dalam jumlah sedang dan kecil.

Dilansir dari [traveldailynews.asia](#), platform ini sekarang sebagian sedang diujicobakan di antara wisatawan individu dan diharapkan untuk diuji coba di antara pengusaha MICE pada akhir tahun ini.

Kelima organisasi tersebut adalah Kamar Dagang dan Dewan Perdagangan Thailand, pemilik platform proyek "Carbon Neutrality 4 All", The Central Group, yang merupakan penyandang dana platform tersebut.

Kementerian Dalam Negeri, yang menyediakan kredit karbon untuk perdagangan di platform tersebut, Biro Konvensi dan Pameran Thailand (TCEB) dan Otoritas Pariwisata Thailand (TAT), yang akan mempromosikan penggunaan platform tersebut di antara jaringan pelaku industri mereka.

Kelima organisasi tersebut menandatangani nota kesepahaman minggu lalu untuk berkolaborasi dalam proyek tersebut selama peluncuran terbatas platform tersebut di Bangkok.

Ini adalah bagian dari upaya bersama mereka untuk mendorong Thailand menuju target nol karbon melalui perdagangan kredit karbon dari usaha kecil dan menengah (UKM), termasuk MICE, sektor pariwisata dan jasa, di negara tersebut.

Platform tersebut dirancang untuk memenuhi kebutuhan para pengusaha yang ingin mendapatkan kredit karbon berkualitas premium dari program pengurangan karbon dioksida dan metana.

Platform tersebut dilengkapi dengan aplikasi CERO untuk penghitungan jejak karbon dan dapat dihubungkan ke sistem kontrol energi di tempat penyelenggaraan dan kecerdasan buatan (AI) CERO di ponsel pengunjung.

Koneksi ini akan membantu mempermudah pengumpulan data untuk penghitungan jejak karbon bagi penyelenggara acara. Peserta acara juga dapat mencoba fitur Aktivitas Hijau saat menghadiri berbagai acara, seperti memantau jejak karbon dari perjalanan dan konsumsi makanan mereka.

Platform ini dikembangkan oleh Vekin (Thailand), badan yang disetujui pemerintah yang mengkhususkan diri dalam rekayasa dekarbonisasi dan tokenisasi karbon.

Kredit karbon yang ditawarkan pada platform ini berasal dari pengelolaan limbah rumah tangga masyarakat setempat di bawah pengawasan Kementerian Dalam Negeri dan sertifikasi Organisasi Pengelolaan Gas Rumah Kaca (TGO) Thailand, sebuah organisasi pemerintah otonom di bawah Kementerian Sumber Daya Alam dan Lingkungan Hidup.

Penyelenggara acara, saat mengimbangi emisi karbon mereka di platform, berkontribusi terhadap pendapatan masyarakat setempat yang melaksanakan proyek pengelolaan limbah rumah tangga sambil mendapatkan poin akumulasi yang dapat digunakan untuk diskon pembelian produk dan layanan di toko ritel yang berpartisipasi.

Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Presiden TCEB, menyatakan bahwa kolaborasi TCEB dalam proyek platform "Carbon Neutrality 4 All" merupakan bagian dari strategi biro tersebut "Partnership for Business Success" dan "Go Sustainability" untuk industri MICE Thailand.

TCEB akan mempromosikan penggunaan platform perdagangan kredit karbon di antara operator MICE Thailand setelah beberapa tahun membangun kapasitas dalam penghitungan penghindaran karbon bagi para pelaku industri MICE Thailand.

Penggunaan platform tersebut dapat menjadi bukti nyata bagaimana industri MICE Thailand dapat mengurangi dampak negatif lingkungan dan menghasilkan dampak ekonomi dan sosial yang positif bagi masyarakat setempat.



Foto: [Haydn Golden](#)

MOROCCO

GUARANTEED DEPARTURES

BOOKING CONTACT :

HILDA

+62 816 1148 745



EVERY FRIDAY
STARTING FROM 2 PARTICIPANTS

01 MARCH - 27 DECEMBER 2024



Foto: Faruk Kaymak

Wisata ke Montenegro, Benamkan Diri Dalam Budaya dan Sejarah yang Kaya

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Terbang melalui Orly, salah satu bandar udara yang melayani penerbangan dari dan ke kota Paris yang terletak 14 km di selatan kota Paris, kami tiba di Tivat, airport di Montenegro yang membuat hati rasanya ploong. Akhirnya perjalanan ke salah satu negara Balkan ini terwujud.

Bagi orangtua kita dulu mungkin nama negara ini sebelumnya yaitu Yugoslavia masih familiar di telinga. Negara kecil yang bertransformasi namanya menjadi Montenegro atau artinya Gunung Hitam letaknya di Eropa Tenggara. Menjejakkan kaki di airport Tivat, saya sudah bersama Tina Hartono, teman semasa di SMAN 6 yang kini berdomisili di Den Haag, Belanda, 25 tahun terakhir.

Tina punya waktu luang menemui saya di Perancis dan memulai petualangan ini bersama karena kami sudah sama-sama ingin berkunjung ke Montenegro dimana penduduknya juga ada yang beragama Islam.

Luas wilayahnya 13.812 km dengan jumlah penduduk pada tahun 2021 tercatat 637.738 orang. Letaknya yang berbatas dengan Bosnia dan Herzegovina di barat laut, Serbia di timur laut, Kosovo di timur, Albania, di tenggara, Kroasia di barat daya, dan Laut Adriatik di selatan dengan garis pantai sepanjang 293,5 km. Keluar dari airport Tivat yang bangunannya sederhana mirip hangar besar saja, kami naik taksi ke Kotor selama 20 menit tapi tarifnya 20 Euro.

Kota Kotor adalah kota wisata, sebuah kota pesisir di Montenegro yang terpencil dari Teluk Kotor yang menakjubkan. Tempat tebing-tebing yang dramatis dan air yang berkilauan menciptakan latar belakang yang indah. Populasi Kotor mencapai 13.510 jiwa dan merupakan pusat administrasi dari Munisipalitas Kotor.

Pelabuhan lama Mediterania Kotor dikelilingi oleh gunung-gunung dan juga benteng-benteng yang dibangun selama periode Venesia.

Maksud Periode Venesia adalah pada akhir abad ke-14 hingga akhir abad ke-18, sebagian besar Montenegro selatan diperintah oleh Republik Venesia dan dimasukkan ke dalam Albania Venesia.

Nama Montenegro itu sendiri pertama kali digunakan untuk menyebut negara itu pada akhir abad ke-15, setelah jatuh di bawah kekuasaan Kesultanan Utsmaniya, Turki. Montenegro dulunya memang nama kerajaan. Saat mendekati kota Kotor, dari atas ketinggian 375 meter di atas permukaan laut tampak teluk yang cantik dan bangunan – bangunan kuno di bibir bukit.

Sudah terbayang berjalan-jalan melalui kota tua yang bersejarah, berjalan di sela-sela rumah, cafe dan tembok kota yang terkenal, dan membenamkan diri dalam budaya dan sejarah yang kaya.

Tiga hari dua malam kami melihat obyek wisata andalan seperti St. Tryphon's Cathedral, Our Lady of the Rocks, Benteng Kotor, berspeed boat dari satu pulau ke pulau lainnya, menikmati keindahan pantai yang begitu jernih sampai obyek wisata museum Kucing juga ada.

Kota wisata ini memang banyak dihuni oleh kucing-kucing liar maupun peliharaan yang bermanja-manja dengan turis yang datang. Keberadaan kucing-kucing itu dan tubuhnya rata-rata bersih, sebersih dan indahya kota Kotor ini.

Tak heran kapal-kapal pesiar mewah banyak mampir ke Kotor dan bisa parkir tepat di pinggir jalan-jalan raya yang berbatas dengan pantai. Rupanya kucing dan kebersihan kota menjadi salah satu daya tarik wisata bagi wisatawan untuk berkunjung.

Ibukota Montenegro adalah Podgorica, kota terbesar yang mencakup 10,4% wilayah Montenegro seluas 13.812 kilometer persegi (5.333 sq mi), Cetinje adalah bekas ibu kota Kerajaan Montenegro (Montenegrin : prijestonica) dan merupakan lokasi beberapa institusi nasional, termasuk kediaman resmi Presiden Montenegro.

Di hari ketiga kedatangan, kami naik bus menuju Podgorica, kota terbesar dan menjadi ibukota Montenegro.

Kota ini agaknya memang tidak terlalu membutuhkan pariwisata. Justru Kotor yang menjadi kota pesisir adalah kota wisatanya, oleh karena itu turis berdatangan lebih dulu ke Kotor.

Podgorica adalah pusat administrasi, ekonomi, dan pendidikan negara. Identitasnya dibentuk oleh perpaduan pengaruh yang kaya—Illyrian, Ottoman (Ustmaniyah), Slavia, dan yang terbaru, Eropa modern.



Perpaduan ini terlihat di mana-mana, dari Menara Jam era Ottoman hingga Jembatan Milenium modern yang membentang di atas Sungai Morača. Kota ini berdiri sebagai kota metropolitan yang ramai, dengan arsitektur kontemporer, taman yang luas, dan lingkungan budaya yang berkembang pesat.

Tampak jelas Podgorica tidak hanya bertahan; tetapi juga kota yang berkembang, merangkul masa lalunya sambil dengan berani menghadapi masa depan.

Kami berdua menghabiskan waktu dengan berjalan-jalan, bukan sekedar menikmati aktivitas kota tapi di kawasan kota lama kita bisa merasakan lapisan sejarah di bawah kaki karena setiap langkah kita adalah menapaki lorong waktu.

Lokasi strategis Podgorica di pertemuan sungai Ribnica dan Morača menjadikannya daerah yang didambakan sepanjang sejarah.

Temuan arkeologis menunjukkan bahwa daerah tersebut telah dihuni sejak era Illyrian, dengan pemerintahan Romawi yang memperkenalkan pembangunan perkotaan yang signifikan.

Sisa-sisa Doclea Romawi, hanya beberapa kilometer dari pusat kota saat ini, menawarkan sekilas masa lalunya yang kuno, memperlihatkan kota yang pernah berkembang pesat dengan kuil, forum, dan teater.



Bersama Tina Hartono (kanan) menikmati keindahan kota wisata Kotor, Montenegro

Foto: Daniel Tonks



Sebagai Muslim Traveller, kami tertarik mengamati pengaruh Ottoman karena pada abad ke-15, Podgorica jatuh di bawah kekuasaan Ottoman, periode yang berlangsung lebih dari 400 tahun.

Era ini mengubah lanskap kota dengan pembangunan masjid, jembatan, dan pasar yang ramai yang masih berdiri di jantung kota hingga saat ini. Warisan Ottoman terlihat jelas di kota tua Turki, di mana jalan-jalan sempit dan berliku menceritakan kisah-kisah masa lalu.

Podgorica menawarkan jalinan kota unik yang dijalin dengan beragam budaya, kehidupan kafe yang santai, dan kehidupan malam yang semarak. Kami tetap menilai Podgorica tetap wajib dikunjungi bagi mereka yang berani menjelajah ke tempat-tempat yang tidak biasa.

Setelah seharian sempat citytour di Podgorica, bersama Tina Hartono, kami mengakhiri kunjungan ke Montenegro dengan melanjutkan perjalanan ke negara-negara Balkan lainnya seperti Belgrade, Budapest, Bratislava (Slovakia) dan berakhir di Prague.

Jam menunjukkan pukul 22.40 ketika bus menuju Budapest meninggalkan Podgorica. Inshaa Allah jam 7.40 pagi tiba di tujuan dengan selamat. Goodnight Tina, sleep well sohibku dan besok kita mulai lagi petualangan baru.

Foto: Tahamie Furooqul

Foto: [Martin Katler](#)

'Ngebolang' di Dua Kota Cantik Praha (Ceko) dan Bratislava (Slovakia)

OLEH WIDHA CHAIDIR



Belum juga tiba di tujuan, namun rasa excited alias semangat sudah menjangar ke seluruh tubuh. Ngebolang bersama Tina Hartono dan meneruskan perjalanan dari Podgorica, Montenegro menuju ke Belgrade, ibukota Serbia, menjadi pengalaman perjalanan menyenangkan tahun lalu di bulan yang sama Agustus.

Malam itu kami naik bis umum menembus kegelapan malam dan enaknya dibawa tidur hingga tiba keesokan harinya pukul 7.40 pagi waktu setempat. Perjalanan dengan Flexibus aman-aman saja sih, bisnya berAC, ada wifi dan toilet juga terminalnya luas dengan deretan bis warna hijau dan merah hati yang mendominasi. Bersyukur transportasi bis dan terminal bis kita tidak kalah dengan Belgrade ini.

Belgrade adalah ibu kota dan kota terbesar di Serbia. Kota ini terletak di pertemuan Sungai Sava dan Donau dan juga merupakan tempat bertemunya Daratan Pannonia dengan Balkan.

Nama kota ini secara harfiah berarti "kota putih". Wilayah perkotaan Beograd memiliki penduduk sebanyak 1,34 juta jiwa, sementara lebih dari 1,65 juta orang tinggal di dalam batas administratifnya.

Dulu, wilayah Beograd dihuni oleh orang-orang Slavia pada tahun 520-an dan kepemilikannya diperebutkan oleh Kekaisaran Romawi Timur, Kekaisaran Bulgaria dan Kerajaan Hungaria sebelum akhirnya menjadi ibu kota Raja Serbia Stefan Dragutin (1282–1316).

Pada tahun 1521, Beograd ditaklukan oleh Kesultanan Utsmaniyah dan menjadi ibu kota Sanjak Smederevo. Kota ini diperebutkan oleh Utsmaniyah dan Habsburg dan peperangan sering kali menghancurkan kota ini dan Beograd kembali menjadi ibu kota Serbia pada tahun 1841.

Salah satu kota yang banyak dikunjungi wisatawan asing memang Beograd. Selain karena kota tersebut adalah ibu kota Serbia, kota ini juga memiliki beberapa destinasi wisata yang akan sayang sekali jika dilewatkan.

Kalau tidak memiliki waktu banyak pilih obyek wisata di dalam kota saja dan berjalan kaki menuju jalan Knez Mihailova atau memiliki nama lain Jalan Pangeran Mihailova. Cuci mata di sini merupakan kegiatan wisata yang cocok bagi turis yang ingin menikmati kota Beograd. Jalan ini juga menjadi salah satu marka tanah tua di kota ini.

Di sekeliling jalanan, terdapat beberapa bangunan yang telah dibangun pada akhir tahun 1870-an. Kunjungan kali ini membutuhkan stamina yang kuat apalagi usia saya dan teman seperjalanan, Tina Hartono sudah melebihi 60 tahun dimana kita banyak mengandalkan langkah kaki, namun banyak cafe di sepanjang jalan mulai dari resto/ cafe Eropa, China, Asia dan Thailand.

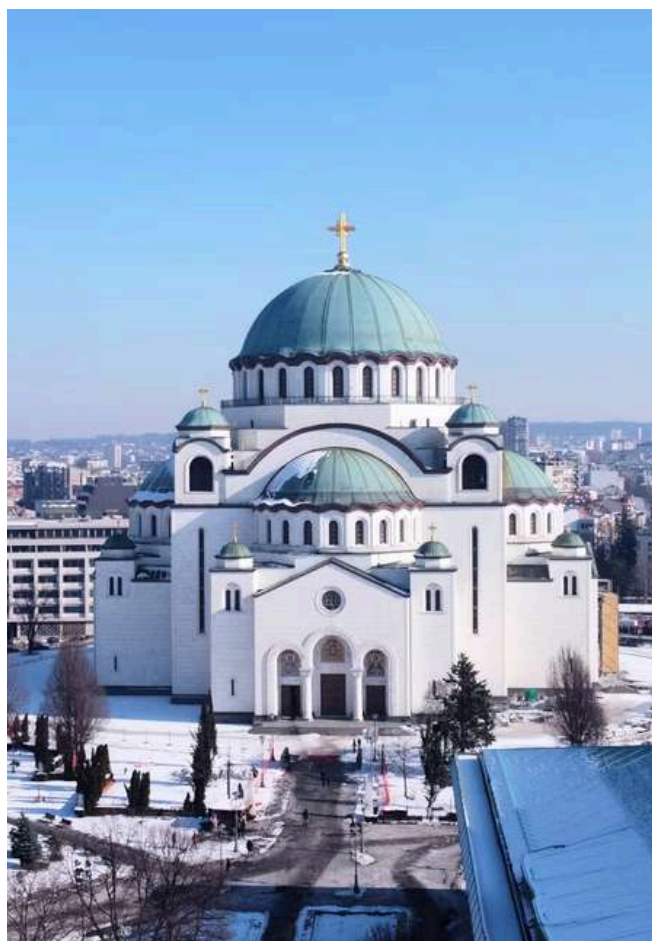
Kunjungan kami ke negara-negara Balkan ini rata-rata 3 hari dua malam jadi harus memilah-milah mau berkunjung ke tempat bersejarah, tempat beribadah, hingga wisata alam yang pastinya memberikan momen berlibur.

Di setiap kota yang kami datang selalu ikut "Free Walking City Tour" yang ada aplikasinya online. Ini seperti group tour keliling kota berjalan kaki selama 2-3 jam dipimpin oleh seorang tour leader dan di akhir tour kita bisa kasih tips seikhlasnya, sekitar €5-€10. Biasanya yang kita kunjungi adalah monumen-monumen bersejarah, museum, kastil, katedral dan tempat menarik di sekitar pusat kota.

Tapi begitu tiba pilihannya mengunjungi Benteng Beograd yang berlokasi di jantung kota sehingga lebih mudah untuk mencapainya. Berhubung dalam sejarahnya Benteng ini pernah menjadi perebutan oleh beberapa negara di Eropa Tengah, seperti Monarki Habsburg dan Kesultanan Utsmaniyah.



Jalan Knez Mihailova, Beograd



Gereja Santo Sava

Tak heran maka rasa penasaran akan pengaruh kesultanan Islam itu tinggi. Apalagi struktur dasar pada tembok dibangun pada awal abad ke-15. Namun beberapa sisi temboknya berasal dari zaman Romawi.

Obyek lainnya adalah Gereja Santo Sava sebuah gereja bergaya Neo-Bizantium yang terletak di kota Beograd, Serbia. Seperti bangunan di Turki, gereja ini merupakan gereja terbesar di Eropa Selatan dan salah satu rumah ibadah Ortodoks terbesar di dunia yang banyak menarik wisatawan. Gereja bergaya Neo-Bizantium ini dibangun untuk menghormati tokoh yang bernama Santo Sava yang disesuaikan dengan nama gereja.

Dari Serbia, kegiatan ngebolang berdua ini akhirnya mengantar kami ke Budapest, ibu kota dan kota terbesar di Hungaria, serta merupakan kota terbesar kesepuluh di Uni Eropa berdasarkan jumlah penduduk. Banyak juga keunggulan lainnya di sini yaitu biaya wisata yang relatif terjangkau dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya di Eropa.

Budapest menawarkan pengalaman wisata berkualitas tinggi dengan biaya yang relatif lebih rendah, baik untuk akomodasi, makanan, maupun atraksi wisata. Dengan semua keunggulan ini, kota ini menjadi pilihan yang menarik bagi wisatawan yang ingin menikmati kombinasi antara keindahan alam, sejarah, budaya, dan relaksasi.

Bagi kalangan arsitek mungkin bisa menikmati arsitektur yang mempesona karena Budapest terkenal dengan bangunan bersejarahnya, seperti Gedung Parlemen Hungaria yang megah, Kastil Buda, dan Basilika Santo Stefanus.

Gaya arsitektur yang bervariasi, mulai dari Barok hingga Art Nouveau, memberikan pesona tersendiri bagi pengunjung. Jangan lupa di sini banyak pemandian air panas dan Budapest dikenal sebagai "Kota Spa" karena memiliki banyak pemandian air panas alami.

Pemandian Széchenyi dan Gellért adalah yang paling terkenal, menawarkan pengalaman relaksasi unik dalam suasana yang mewah dan historis.

Apa sempat ke Széchenyi Thermal Bath yang lokasinya di Taman Kota Budapest ya? dari aplikasi dan situs resmi harga tiket masuknya per orang setara tiket Rp 461.548,38 nyaris Rp 500 ribu/per orang untuk masuk kolam. Buat yang ngebolang dengan transportasi umum seperti kami ini berendam di kolam air hangat memang tawaran yang menggiurkan sih.

Sungai Donau membelah Budapest menjadi dua bagian, Buda dan Pest. Pemandangan di sepanjang sungai, terutama di malam hari dengan jembatan-jembatan yang diterangi, sangat menakjubkan. Berjalan di sepanjang sungai atau mengikuti tour perahu adalah kegiatan yang populer. Nongkrong di bar-bar unik yang disebut "ruin pubs" juga banyak dilakukan wisatawan.

Budapest memiliki sejarah yang kaya dan beragam, dengan banyak museum, galeri seni, dan situs bersejarah yang menarik. Museum Nasional Hungaria dan Galeri Seni Budapest adalah beberapa tempat yang patut dikunjungi.

Kesan saya Budapest memiliki sistem transportasi umum yang baik dan efisien, membuatnya mudah diakses dan dijelajahi. Selain itu, kota ini juga terletak di tengah-tengah Eropa, menjadikannya titik awal yang baik untuk menjelajahi negara-negara Eropa lainnya.

Tak heran kalau perjalanan kami setelah Budapest adalah menuju ke Bratislava (Slovakia) dan akan berakhir di Prague atau Praha.

Tina akan kembali ke Den Haag, Belanda dan saya sendiri akan melanjutkan ke Krakow, Polandia. Jujur, Bratislava yang saya tunggu-tunggu sepanjang perjalanan ini karena bukan destinasi populer bagi warga Indonesia.

Bratislava berada di barat daya Slovakia di kaki pegunungan Little Carpathians, berada di kedua tepi Sungai Danube dan tepi kiri Sungai Morava. Kota ini berbatasan dengan Austria dan Hungaria, menjadi satu-satunya ibu kota nasional yang berbatasan dengan dua negara berdaulat.

Kami tinggal tiga malam di Bratislava. Di sebuah apartment Airbnb yang lokasinya dekat pusat kota. Maklum banyak yang ingin dilihat dan pastinya kota tua atau Bratislava Old Town.

Di sini kita bisa mengeksplor beberapa tempat menarik seperti Bratislava Castle dan Blue Church yang lebih berpenampilan seperti bangunan kastil negeri dongeng yang berwarna biru.

Untuk mencapai kastil di atas bukit perjuangannya adalah jalan kaki terus dengan naik – naik tangga dan jalanan meliuk-liuk khas kota tua sampai akhirnya dapat pemandangan indah dari atas ketinggian, melihat gedung-gedung kuno dan pemandangan kota yang dibelah oleh sungai dan ikon gereja.

Dari atas ketinggian bisa menikmati pemandangan indah jembatan dan landmark Bratislava, sungai Danube, melihat lalu lalang kapal turis. Dari ketinggian kastil saya suka banget lihat ke bawah dengan suasana kota tua di Bratislava ini. Rasanya Tenang dan menghanyutkan.



Foto: DorcasBates

Széchenyi Thermal Bath



Patung perunggu Čumil

Sambil menikmati suasana bisa duduk istirahat sambil menyantap camilan. Tempat yang cocok sih untuk berkontemplasi dengan pertanyaan siapa saya ? dimana saya? Mau ke mana saya? ini pertanyaan diri untuk spiritual hidup kita ya sebagai muslim atau muslimah.

Bratislava kota yang cukup tenang, cantik dan asyik sekali untuk dikunjungi, karena banyak pemandangan indah yang bisa kita temukan di sini. Slovakia merupakan satu-satunya negara Uni Eropa yang tidak memiliki masjid karena dilarang membangun masjid.

Dengan penduduk sebanyak 5,43 juta jiwa, mayoritas penduduk di Slovakia beragama Kristen, sementara komunitas Muslim terestimasi sekitar 6.000 orang, setiap bulan suci Ramadhan dan hari Raya Idul Fitri konon KBRI menyelenggarakan sholat bersama untuk semua muslim yang ada dan berasal dari berbagai bangsa.

Oh iya, buat yang tidak nyaman berjalan kaki karena kesehatan yang terganggu bisa keliling-keliling naik bis wisata berwarna merah menyala. Rasakan keindahan Kastil Bratislava sembari memandang ibu kota Slovakia yang menawan dengan berkendara tak perlu jalan kaki.

Nikmati berwisata di sepanjang Sungai Danube sambil mendengarkan penjelasan audio tentang monumen-monumen yang dilewati, lalu jelajahi kota tua Bratislava yang bersejarah juga bisa dengan bus wisata ya biayanya sekitar Rp 300 ribu lah/per orang, masih terjangkau ya....

Dikalangan diaspora Indonesia di Eropa, setiap kali ada yang akan berwisata ke Slovakia maka disarankan untuk melongok 'pria' terpopuler di negeri ini yaitu Čumil patung perunggu berukuran sekitar 50 cm, menggambarkan seorang pria yang mengintip dari sebuah lubang pembuangan di jalan.

Čumil telah menjadi simbol Bratislava, ibu kota Slowakia, yang pesonanya menarik wisatawan dari seluruh dunia. Saking terkenalnya, Čumil sering tampil di berbagai iklan, program televisi, bahkan juga di film layar lebar. Jadi ingat patung anjing setia Hachiko di Jepang yang banyak di cari wisatawan untuk berfoto bersama.

Patung perunggu ini merupakan hasil karya pematung Slovakia, Viktor Hulik, yang diresmikan pada tahun 1997. Salah satu alasan mengapa Čumil menjadi begitu populer dengan banyak nama dan nama Čumil berasal dari Bahasa Slovakia yang dalam terjemahan lepasnya berarti si Pengintip. Meskipun secara resmi patung itu dinamakan Man at Work (pria yang sedang bekerja).

Kami menyempatkan pula tour sehari ke Vienna (Wina) Austria karena perjalanannya hanya menempuh waktu sekitar 50 menit naik Flixbus. Kemarin dari kastil sudah melihat sungai Danau yang memisahkan Bratislava itu dengan Vienna (Austria).

City tour seharian di sana naik bis hop on hop off dansorenya kembali ke Bratislava. Besoknya kami meneruskan perjalanan ke Praha (Republik Ceko).



Foto: Paxton Tomko

Foto: Vicky T

Bangunan-bangunan Kota Praha

Sebelumnya Slovakia menjadi bagian dari Czechoslovakia. Karena Czechoslovakia kemudian bergabung dengan Blok Timur yang dipimpin oleh Uni Soviet pasca Perang Dunia II, Slovakia pun ikut beraliran komunis.

Revolusi Velvet kemudian mengakhiri era komunis di Czechoslovakia pada tahun 1989. Czechoslovakia pun dibubarkan, sebagai gantinya negara Slovakia resmi berdiri pada 1 Januari 1993 Cekoslovakia kembali menjadi negara liberal demokrasi. Sementara itu, nama negaranya pun berubah menjadi Republik Ceko atau Czechia.

Tahun 2004, negara yang berada di Eropa Tengah ini bergabung dengan Uni Eropa. Kini, ibukota dan kota terbesar di Republik Ceko adalah Praha, menjadi destinasi wisata utama di Eropa Tengah yang 10 tahun terakhir perkembangan pariwisatanya terus meningkat.

Praha sebagai ibu kota Republik Ceko dijuluki 'Kota Seratus Menara' dan memiliki luas 486 km persegi. Praha terkenal dengan Old Town Square, jantung dari inti bersejarah di Praha yang identik dengan bangunan unik berwarna-warni, gereja Gotik, dan Astronomical Clock yang fenomenal dari abad pertengahan dan ramai dikunjungi wisatawan.

Saat tiba di Praha, tampak bangunan kota yang jauh lebih padat dengan suasana kota yang lebih ceria dengan warna gedung dan atapnya yang berwarna-warni.

Tempat wisata di Praha yang terkenal yakni Charles Bridge, yang dibangun pada tahun 1402. Kendati sudah berusia sangat tua, jembatan tersebut masih cukup aman untuk dilewati para pejalan kaki.

Praha juga jadi tujuan bagi turis yang tertarik dengan nuansa romantis khas abad pertengahan.

Sejumlah spot di Praha kerap didatangi pasangan kekasih yang dimabuk asmara. Pasangan biasa berjalan di tepi Sungai Vltava atau menikmati keindahan alam dari cable-car ke atas Petrin Gardens, yang bisa menjadi pengalaman tak terlupakan.

Hal yang membuat Praha patut direkomendasikan sebagai tujuan liburan adalah karena kota ini terbilang murah untuk akomodasi dan makanannya. Rata-rata biaya yang mesti dikeluarkan untuk penginapan, makan, minum, dan aktivitas lain hanya sekitar US\$41 atau setara Rp656 ribu.

Jangan lupa, Praha adalah kota seni dan banyaknya karya seni berumur ratusan tahun itu tersebar di Galeri Nasional. Bukan hanya satu museum, Galeri Nasional ini punya banyak tempat bersejarah yang tersebar di sekitar Praha yang merupakan tempat penting untuk dikunjungi bagi para pecinta seni.

Tiket masuk gratis untuk semua koleksi permanen. Karya-karya Master Lama disimpan di Biara St Agnes, Istana Šternberk, dan Istana Schwarzenberg. Seni abad ke-19 dapat ditemukan di Istana Salm. Seni modern dan kontemporer di Istana Veletržní.

Hal-hal yang menarik lainnya koleksi internasional di Istana Veletržní memamerkan karya-karya Picasso, Rodin, Miró, dan Klimt, di antara banyak lainnya. Jika hanya punya waktu untuk mengunjungi pilihlah salah satu bangunan Galeri Nasional itu karena wisatawan tidak pernah menyesal melihat kekayaan barang-barang seni yang ada.

Setelah puas ngebolang sambil reuni dengan Tina Hartono teman sekelas waktu di SMAN VI Bulungan, Jakarta Selatan, kami berpisah di Praha.

Selama ini baik Tina maupun saya sendiri memang tinggal di dua benua yang berbeda. Tina tinggal di Den Haag, Belanda dan saya sudah hampir 3 dekade tinggal di kota Melbourne, Australia.

Setelah menghabiskan waktu selama 4 malam di airbnb yang hanya berjarak 5 menit dari kota tua Praha, Tina pagi ini menuju bandara untuk kembali ke Den Haag dan saya melanjutkan perjalanan dengan Flixbus ke Krakow, Polandia selama 8 jam seorang diri. Bismillah...



Sumber foto: <https://www.nm.cz/en/rents/rent-our-building/historical-building-of-the-national-museum>

Museum Nasional Praha



Elemental Cognition dan AI Ubah Pemesanan Perjalanan Keliling Dunia Oneworld dengan Google Cloud

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Kemitraan aliansi oneworld® dengan Elemental Cognition dan penggunaan kemampuan AI canggihnya di Platform AI EC, yang didukung oleh Google Cloud, telah merevolusi proses pemesanan tiket 'Round the World' oneworld yang populer

Dilansir dari traveldaily.com, agen perjalanan AI yang inovatif ini dirancang untuk menyederhanakan proses pemesanan rencana perjalanan penerbangan yang rumit, menangani aturan produk yang kompleks, dan ketersediaan penerbangan yang berfluktuasi.

Dengan bantuan teknologi AI canggih yang intuitif, alat pemesanan baru ini memandu wisatawan dalam menyusun rencana perjalanan rumit yang sering kali melibatkan banyak maskapai penerbangan, sehingga meningkatkan pengalaman perjalanan global.

Didukung oleh Google Cloud, EC AI Platform menyediakan keandalan, keakuratan, dan transparansi yang diperlukan bagi oneworld untuk menyederhanakan perjalanan pemesanan, yang secara signifikan meningkatkan pengalaman pelanggan.

Hanya dalam enam bulan, oneworld menggunakan platform Elemental Cognition untuk berhasil mengembangkan dan menerapkan agen tiket AI multi-moda ini, yang beroperasi secara global dalam waktu nyata.

Tarif 'Round the World' mencakup semua maskapai oneworld, ratusan tujuan, dan jutaan kombinasi penerbangan. Mesin pemesanan maskapai tradisional berjuang dengan perjalanan pemesanan yang rumit ini, yang dapat melibatkan hingga 16 tahap.

Namun, agen perjalanan AI oneworld yang cerdas, dengan andal mengatasi kompleksitas ini, yang secara signifikan meningkatkan proses pemesanan.

Roger Blackburn, oneworld VP, Eropa, berkata, "Elemental Cognition dan Google Cloud telah memungkinkan kami untuk membuat alat yang cerdas dan intuitif yang telah mengubah pengalaman pemesanan oneworld keliling dunia,"

Sejak diperkenalkan, kami telah menyaksikan peningkatan konversi lima kali lipat. Aplikasi canggih ini meningkatkan dan menyederhanakan pemesanan, sehingga pelanggan dapat lebih menikmati merencanakan liburan impian mereka, terlepas dari kerumitan persyaratan penerbangan mereka."

Matt Demmler, Chief Commercial Officer Elemental Cognition, menambahkan, "Pelanggan mengandalkan Elemental Cognition untuk memecahkan masalah rumit dengan AI saat presisi menjadi yang terpenting."

Oneworld adalah mitra ideal karena mereka perlu membantu pelanggan membangun rencana perjalanan rumit yang 100% akurat dan optimal berdasarkan perubahan preferensi dan kendala bisnis.

Didorong oleh tujuan untuk membuat perjalanan pelanggan di seluruh jaringan globalnya semulus mungkin, oneworld terus merangkul teknologi digital.



Foto: [Cash Macanaya](#)

Platform pemesanan, yang didukung oleh Elemental Cognition dan dibangun di infrastruktur Google Cloud, menggunakan arsitektur AI neurosimbolis untuk memecahkan masalah rumit dengan presisi matematis, memberikan pengalaman yang mengubah permainan.

Platform ini menangkap semua aturan tarif global maskapai oneworld, menciptakan agen AI tangguh yang mampu merencanakan rencana perjalanan keliling dunia yang dapat dipesan.

Blackburn lebih lanjut mencatat, "Elemental Cognition membuat kami terkesan dengan kemampuan mereka untuk menguraikan kompleksitas kami. Mereka mencerna jadwal penerbangan global selama setahun dan aturan kami, yang direkam dalam berbagai format."

Hal itu untuk membangun solusi khusus yang dapat digunakan pelanggan kami dalam bahasa alami. Pendekatan untuk memecahkan masalah ini belum pernah terjadi sebelumnya, tambahnya.

Berdasarkan keberhasilan aplikasi tiket berbasis AI, oneworld bertujuan untuk memberikan nilai yang lebih besar kepada maskapai anggotanya, meningkatkan pendapatan dan kepuasan penumpang.

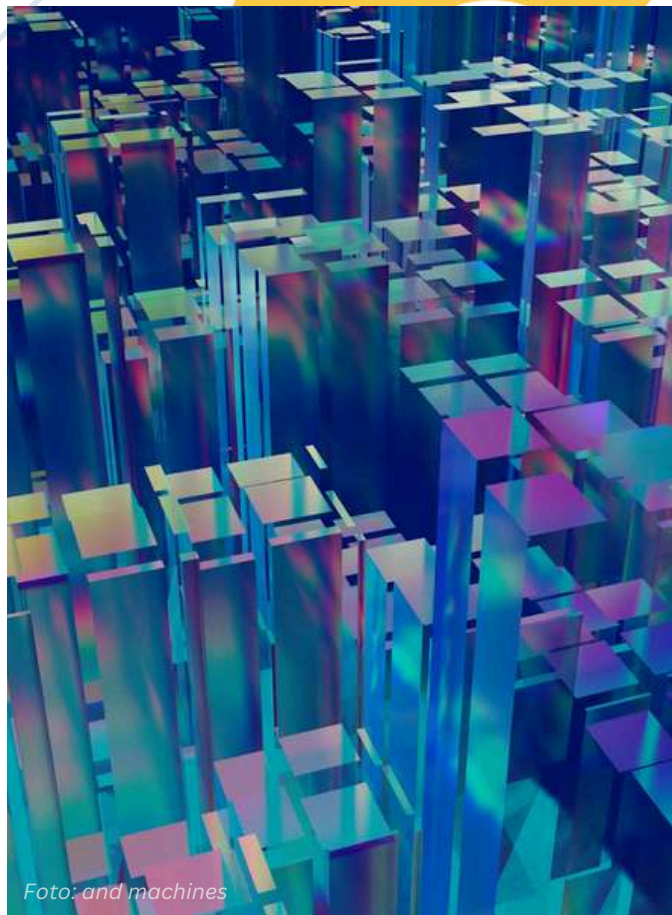


Foto: [and machines](#)

Kemitraan dengan Elemental Cognition dan Google Cloud yang memungkinkan penerapan AI dipandang penting untuk memenuhi berbagai kebutuhan industri perjalanan yang lebih luas dan menyediakan layanan terkait perjalanan tambahan.

Kisah kolaborasi sukses antara Elemental Cognition, teknologi yang didukung Google Cloud, dan oneworld dipublikasikan awal minggu ini di situs Google Cloud.

Carrie Tharp, Wakil Presiden, Solusi & Industri Global, Google Cloud, mengatakan: "Kolaborasi ini menunjukkan kekuatan AI dan teknologi cloud untuk memecahkan tantangan dunia nyata dan meningkatkan pengalaman pelanggan dalam industri perjalanan."

"Infrastruktur Google Cloud yang andal dan dapat diskalakan menyediakan fondasi bagi kapabilitas AI canggih Elemental Cognition, yang memungkinkan oneworld menghilangkan stres dari perencanaan perjalanan yang rumit."

Sejak awal berdirinya, oneworld telah menjadi pelopor dalam industri penerbangan, yang secara konsisten meningkatkan standar dalam layanan pelanggan dan konektivitas.

Bersama-sama, maskapai oneworld mengoperasikan lebih dari 4,5 juta penerbangan, mengangkut lebih dari 500 juta penumpang setiap tahunnya, dan dengan 212 juta anggota program loyalitas.

Dengan oneworld merayakan ulang tahunnya yang ke-25 tahun ini, fokus utama aliansi ini adalah peningkatan semua aspek pengalaman perjalanan tamu, termasuk kapabilitas digital yang lebih dalam dan lebih personal.

Foto: and machines



Foto: Google DeepMind



WTTC: Lebih dari 5000 hotel menerapkan Hotel Sustainability Basics

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

World Travel & Tourism Council (WTTC) merayakan tonggak sejarah karena lebih dari 5.000 properti di lebih dari 80 negara kini telah menerapkan program Hotel Sustainability Basics (Basics).

Dilansir dari traveldailynews.asia, hotel-hotel di destinasi utama di seluruh Eropa, Afrika, Amerika, dan Asia-Pasifik telah menerapkan Basics, dan program ini terus menerima dukungan global dengan kemitraan baru di pusat-pusat pariwisata seperti Jepang, Filipina, dan India.

Dirancang untuk memandu para pelaku bisnis perhotelan dalam langkah awal mereka menuju peningkatan keberlanjutan, Basics adalah program verifikasi independen, yang diawasi oleh penilai terkenal Green Key dan SGS, yang memastikan standar dan kredibilitas yang ketat.

Program ini memberdayakan hotel dari semua ukuran dengan kriteria 12 langkah komprehensif yang bertujuan untuk mengurangi emisi karbon, pengelolaan energi, air, dan limbah, serta memastikan masyarakat lokal mendapatkan manfaat dari operasi hotel.



Merek hotel terkemuka, termasuk Jin Jiang, salah satu grup hotel terbesar di dunia, raksasa Eropa Louvre Hotels Group, Choice Hotels, Radisson Hotel Group, dan Accor telah mengadopsi Basics.

Dewan Pariwisata Jepang telah bermitra dengan WTTC melalui Prakarsa Pariwisata Berkelanjutan Jepang (JSTi) untuk mendukung peluncuran Basics di seluruh negeri. Program percontohan menyiapkan panggung sebelum memperluas inisiatif tersebut ke semua penyedia akomodasi Jepang.

Di Filipina, Tajara Hospitality Group dan Greenview telah bermitra dengan badan pariwisata global tersebut dalam peluncuran Basics di pasar melalui acara perhotelan berkelanjutan tahunan mereka PhilHost.

Basics juga akan diperluas di seluruh India dengan dukungan dari Anggota WTTC The Indian Hotels Company Limited, Radisson India, WTTC India Initiative, Hotel Association of India, dan agen perjalanan online terkemuka di negara tersebut MakeMyTrip.

Travel + Leisure kini menjadi pendukung resmi, membantu memanfaatkan Hotel Sustainability Basics di portofolionya yang terdiri dari 245+ lokasi.

Untuk memenuhi permintaan internasional, Basics kini juga tersedia dalam berbagai bahasa, yang menawarkan sumber daya lengkap dalam bahasa Inggris, Prancis, Spanyol, dan Jepang.



Julia Simpson, Presiden & CEO WTTC, menyatakan Hotel Sustainability Basics dari WTTC merupakan bukti kuat atas upaya kolektif dalam mempromosikan praktik berkelanjutan di industri perhotelan.

"Melampaui 5.000 properti terverifikasi lebih dari sekadar tonggak sejarah; ini menunjukkan kesiapan Travel & Tourism untuk merangkul keberlanjutan secara global," tambahnya.

Inisiatif ini menyatukan hotel, mitra industri, dan standar keberlanjutan untuk menciptakan masa depan yang tangguh, bertanggung jawab, dan ramah lingkungan.

Perusahaan manajemen hotel independen dan penyedia akomodasi unik juga telah mengambil langkah pertama mereka dalam keberlanjutan dengan mematuhi kriteria Basics.

Aleph Hospitality, perusahaan manajemen hotel independen terbesar di Timur Tengah dan Afrika, Sanctuary Retreats by Abercrombie and Kent, pondok safari mewah Afrika, dan masih banyak lagi, kini memasuki tahun kedua verifikasi.

Hotel Sustainability Basics juga telah mendapatkan dukungan dari berbagai destinasi di seluruh dunia, termasuk Karibia, Mauritius, Kolombia, UEA, Azerbaijan, Meksiko, dan Ekuador.

Tonggak sejarah ini menandakan langkah maju yang penting bagi Travel & Tourism. Badan pariwisata global ini tetap berkomitmen untuk memimpin sektor ini menuju masa depan yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab.



Agoda: Peningkatan Minat Berwisata ke Indonesia Naik 33%

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Tren pertumbuhan daya tarik Indonesia sebagai tujuan wisata naik. Peningkatan minat berwisata ke Indonesia sebesar 33%, ungkap Gede Gunawan, Senior Country Director Agoda untuk Indonesia.

Platform perjalanan digital Agoda mengungkapkan data ketertarikan perjalanan (travel interest) itu merupakan pencarian akomodasi yang dilakukan di platform Agoda antara Januari dan Juni 2024 dibandingkan periode yang sama tahun 2023. Travel Motivation Survey ini dilakukan di platform Agoda pada bulan Juli 2024, dengan sekitar 3.000 responden.

Bali yang sangat populer tercatat sebagai tiga destinasi terfavorit bagi wisatawan asal India dan Belanda, serta menjadi destinasi utama bagi wisatawan Australia dan Selandia Baru.

Sebagian besar pencarian ke Indonesia berasal dari Singapura, disusul Malaysia, Korea Selatan, Australia, dan India yang melingkupi lima besar. Ketertarikan wisatawan Eropa juga meningkat, dengan kenaikan sebesar 23% dalam pencarian ke Indonesia pada semester pertama 2024 dibandingkan tahun lalu. Sebagian besar pencarian dari Eropa berasal dari Prancis, Inggris, Jerman, Belanda, dan Spanyol.

Indonesia juga menjadi destinasi yang semakin populer di kalangan wisatawan asal India dan Asia Utara seperti Korea Selatan, Jepang, dan Taiwan. Pertumbuhan minat dari Asia Utara telah meningkat pada enam bulan pertama tahun ini, dengan pencarian akomodasi dari Hong Kong naik 57%, dari Korea Selatan naik 54%, Jepang naik 50%, dan Taiwan naik 38%, dibandingkan semester pertama 2023.

Gede Gunawan, mengatakan meningkatnya jumlah pencarian terhadap Indonesia menunjukkan pesona negara ini dan keberhasilan strategi pemasaran destinasi dari pemerintah.

Agoda mendukung target tersebut dengan memanfaatkan teknologi kelas dunia untuk memberikan pengalaman perjalanan yang mudah dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan sekaligus meningkatkan daya tarik Indonesia bagi wisatawan mancanegara”.

“Kami berkomitmen untuk bekerja sama dengan pemerintah dan mitra akomodasi untuk mendorong pertumbuhan pariwisata dan terus membangun posisi Indonesia sebagai destinasi wisata terbaik,” ujar Gede Gunawan pada acara “Agoda Media Gathering: Outlook Pariwisata Indonesia” di Jakarta.

Pihaknya telah secara aktif bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan menjadi mitra resmi ‘Wonderful Indonesia’. Tak hanya menjadi destinasi wisata yang semakin populer, data Agoda juga menunjukkan peningkatan jumlah pencarian wisata yang berasal dari dalam negeri, dengan kenaikan 20% untuk pencarian wisata domestik dan 13% lebih banyak pencarian untuk wisata ke luar negeri.

Peningkatan pencarian perjalanan secara menyeluruh (across-the-board) telah mendorong kinerja Indonesia yang kuat di berbagai peringkat pencarian di Agoda. Pada paruh pertama tahun 2024, Indonesia menjadi salah satu dari lima negara asal teratas Agoda, berdasarkan jumlah pencarian akomodasi.



Foto: helvey

Pencarian penerbangan dari Indonesia juga meningkat, menjadikannya negara asal terbesar kedua pada bulan Juni. Dari semua pencarian yang dilakukan di Agoda, wisatawan Indonesia paling sering menggunakan perangkat mobile.

Tren ini mencerminkan pergeseran berkelanjutan di Indonesia menuju perencanaan perjalanan yang mengutamakan perangkat mobile.

Survei yang dilakukan di platformnya juga mengungkapkan bahwa perjalanan petualangan merupakan motivasi terbesar bagi wisatawan Indonesia. Sebanyak 42% responden menjadikan hal ini sebagai alasan untuk bepergian. Diikuti perjalanan untuk kebugaran (wellness) sebanyak 35%, lalu berkumpul bersama keluarga dan teman (33%) yang masuk tiga besar.



Foto: Chris Boland

Air Terjun Victoria Menjadi Tuan Rumah Forum Regional Pertama tentang Pariwisata Gastronomi untuk Afrika

OLEH EVAN MAULANA

UN Tourism berhasil menyelenggarakan Forum Regional perdana tentang Pariwisata Gastronomi untuk Afrika, yang menandai langkah maju yang signifikan bagi benua tersebut dan negara tuan rumah. Forum tersebut juga menyoroti komitmen Zimbabwe untuk memanfaatkan gastronomi sebagai katalis bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan di seluruh negeri dan Afrika.

Di bawah naungan Ibu Negara Republik Zimbabwe, Yang Mulia Dr. Auxillia C. Mnangagwa bekerja sama dengan Basque Culinary Center, forum tersebut mempertemukan sekitar 200 delegasi dari 33 negara, termasuk 11 Menteri dan Wakil Menteri, Uni Afrika, Komunitas Pembangunan Afrika Selatan (SADC), dan Organisasi Pangan dan Pertanian Perserikatan Bangsa-Bangsa (FAO). qq

Saat membuka acara penting tersebut, Sekretaris Jenderal Pariwisata PBB Zurab Pololikashvili mengatakan:

"Sudah sepantasnya kita bertemu di salah satu kawasan gastronomi paling menarik di dunia – Afrika! Kita meninggalkan Air Terjun Victoria dengan peta jalan yang akan memungkinkan kita membangun Agenda untuk Pariwisata Gastronomi di Afrika, untuk memastikan bahwa kita bekerja keras agar pariwisata gastronomi bermanfaat bagi manusia dan planet ini."

Memanfaatkan kekuatan gastronomi

Diskusi di forum tersebut menekankan kekuatan transformatif pariwisata gastronomi dalam meningkatkan komunitas dan ekonomi lokal di seluruh Afrika.

Peserta mengeksplorasi peran gastronomi dalam mengangkat kehadiran Afrika di panggung pariwisata global, serta strategi untuk mengintegrasikan gastronomi ke dalam kebijakan pariwisata nasional.

Ada fokus yang kuat untuk memamerkan warisan kuliner Afrika yang kaya kepada dunia, dengan menekankan pentingnya kolaborasi antara koki, pembuat kebijakan, dan pemangku kepentingan lainnya.

Peserta membahas perlunya pendanaan yang efektif dan pentingnya menggabungkan tradisi, inovasi, dan kualitas untuk menciptakan pengalaman wisata kuliner yang unik.

Forum tersebut juga menyoroti pentingnya mengubah pola pikir untuk menghargai gastronomi lokal dan menanamkan kebanggaan pada tradisi kuliner Afrika yang beragam.

Ini termasuk bekerja sama dengan diaspora Afrika dalam mempromosikan kuliner Afrika secara global, serta meningkatkan pendidikan dan pelatihan kejuruan.

Mempromosikan inovasi dalam gastronomi

Acara tersebut juga menampilkan UN Tourism Regional Gastronomy Pitch Challenge – mendorong inovasi di Afrika, di mana lima pengusaha menyajikan solusi inovatif untuk meningkatkan rantai nilai gastronomi dan pariwisata.

Gracia Bvute dari Zimbabwe memenangkan kompetisi dengan proyeknya Pabvute Gourmet. Pada kesempatan tersebut, UN Tourism dan Kementerian Industri Pariwisata dan Perhotelan Zimbabwe memberikan penghargaan kepada pemenang Kontes Foto Pemuda "Perjalanan melalui Gastronomi Zimbabwe".



Foto: [Louis Hansel](#)

Pemenangnya adalah Nokutenda Tombindo, pemenang juara 1 dengan foto berjudul "MAGURU (TRIPE)" dan David Sadindi, pemenang juara 2 dengan foto berjudul "Makan keluarga (sadza nemufushwa)".

Selain itu, empat Duta Besar Pariwisata PBB Afrika yang baru untuk Pariwisata yang Bertanggung Jawab atas upaya mereka dalam mempromosikan kuliner nasional dan mengadvokasi praktik kuliner yang berkelanjutan.

Mereka adalah Chef Yohanis Gebreyesus dari Ethiopia, Chef Adenike Adefila dari Nigeria, Chef Mounir El Arem dari Tunisia, dan Chef Carl Joshua Ncube dari Zimbabwe.

Zimbabwe akan menjadi tuan rumah Academy for Culinary Arts. Selain itu, penandatanganan Nota Kesepahaman menandai pembentukan Akademi Pariwisata Internasional Zimbabwe untuk Seni Kuliner, dalam kemitraan dengan UN Tourism.

Inisiatif ini menggarisbawahi komitmen yang kuat terhadap pengembangan keterampilan dan pendidikan, yang diperkuat oleh pengumuman 100 beasiswa daring UN Tourism Academy yang ditujukan untuk mengembangkan bakat kuliner di seluruh benua.

Edisi kedua Forum Regional tentang Pariwisata Gastronomi untuk Afrika akan diadakan di Tanzania.



Sumber foto:
<https://web.facebook.com/carljoshuancubefans>

Chef Carl Joshua Ncube



Meidy Fitranto Sugiri, Pionir Perusahaan AI Lokal yang Mendunia

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Suatu sore saat tiba di kantor Nodeflux di kawasan Kemang Timur, tidak ada kesan atau tanda-tanda kesibukan sebuah kantor. Namun begitu, pintu utama didorong, tampaklah kantor kekinian khas anak muda, dan dari jauh tampak halaman belakang dengan kolam renang memanjang di kelilingi rumput hijau yang asri.

Tapi tak ada satupun staff di dalamnya kecuali seorang office boy dan satu satpam di halaman depan. Terdengar bunyi pesan masuk di handphone menanyakan apakah sore ini saya jadi berkunjung ke kantor Nodeflux kah?. Saya langsung tersenyum dan geli juga karena yang punya kantor bertanya di saat tamunya pas masuk ke ruang dalam kantornya.

Januari 2016, Meidy Fitranto bersama Faris Rahman mendirikan startup teknologi berfokus pada kecerdasan buatan, artificial intelligence (AI) bernama Nodeflux. Kini di tahun 2024, perusahaannya bukan lagi rintisan tapi sudah menjelma jadi perusahaan nomor satu di mana Big Data & IOT adalah lahan usaha unggulannya.

Menyadari tamunya sudah tiba, dari ruang rapat berding kaca tampak Meidy Fitranto langsung berdiri dan menghampiri dua tamunya. Memakai T-Shirt hijau hunter, celana jeans dan sepatu sneakers putih-abu, senyumnya masih terus mengembang menghadapi senior jurnalis seumuran ibundanya.

Sampai kami kembali masuk ke tempat ruang rapat mini tempat Meidy duduk dengan laptop, obrolan pembukaannya masih terbatas alias sedikit bicara meski senyumnya terus mengembang. Meidy langsung menayangkan di layar ruangan profil usahanya dengan sedikitnya 154 klien dan lebih dari 50 pemerintah kabupaten maupun pemerintah kota di seluruh Indonesia, dari Sabang hingga Merauke.

Bersama timnya, Meidy sudah mengolah lebih dari 200 juta pengenalan wajah atau face data implementation, mengeluarkan 10 jurnal internasional dan mendapat 5 penghargaan dari dalam dan luar negeri. Meidy telah menciptakan Platform Data Terpadu yang melibatkan Big Data, IOT, Pembelajaran Mesin, Visualisasi Data, Komputasi Terdistribusi, dan beberapa materi rahasia lainnya.

"Dari masa kuliah dosen-dosennya asyik-asyik dan ada beberapa yang mendorong saya untuk memberikan manfaat bagi bangsa dan negara jadi jasa pengolahan data inilah yang kami pilih," kata Meidy mengawali ceritanya.

Mengapa data? dia sangat yakin bahwa data dapat merevolusi industri masa depan kita. Dan itu harus menjadi sesuatu yang menyenangkan dan ramah bagi semua orang untuk digunakan, tambahnya. Tak heran Nodeflux kini bisa menjadi pionir perusahaan AI lokal yang mendunia dan membanggakan nama Indonesia.

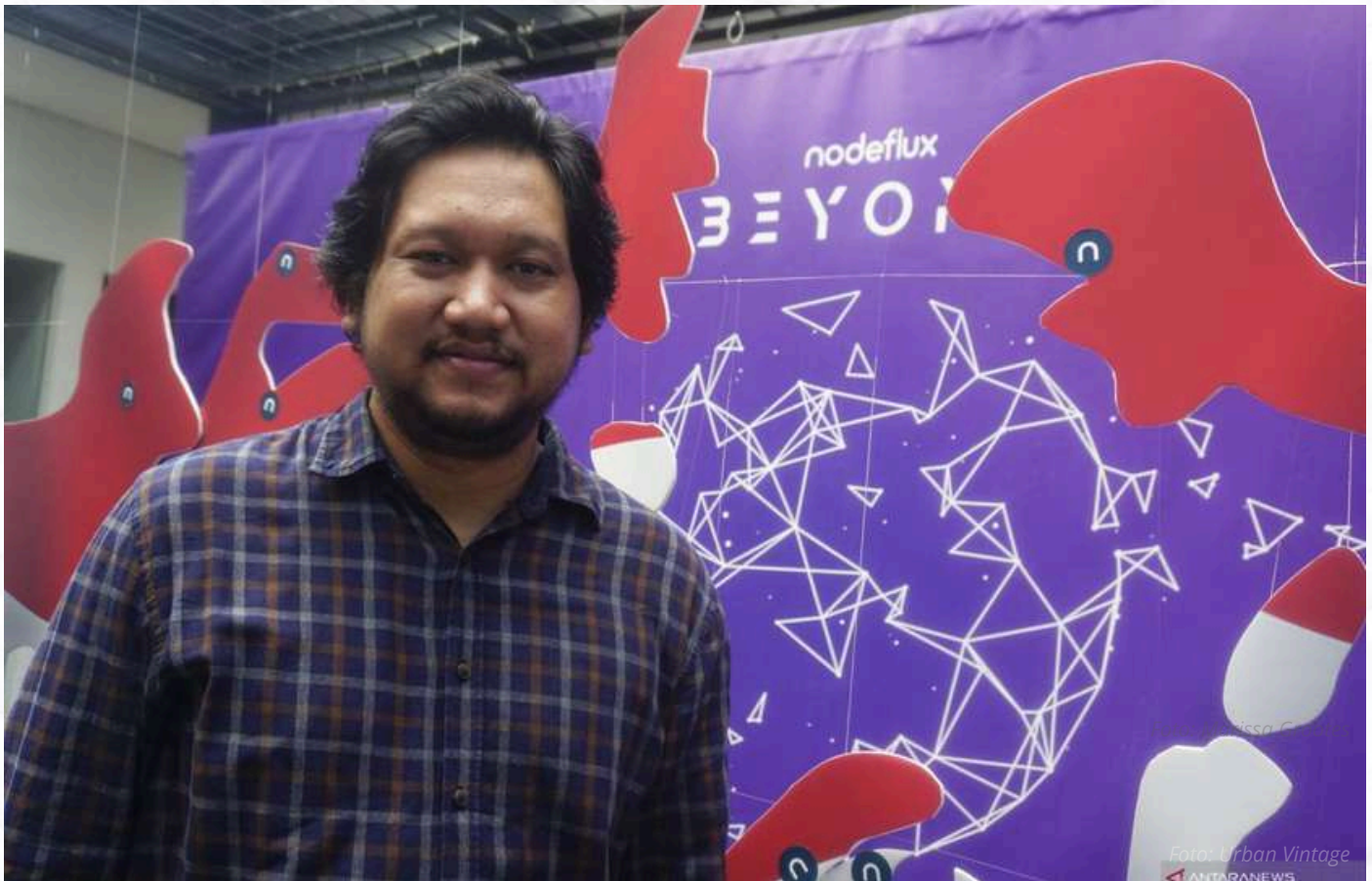
Nodeflux ini Vision AI company. Kecerdasan Artifisial yang berbasis Computer Vision (kemampuan komputer untuk melakukan pencitraan). Jadi seperti membuat mesin mampu melihat dan melakukan interpretasi visual layaknya manusia. Misal ada gambar, mesin bisa mengetahui ada objek apa saja di dalamnya, bagaimana pergerakannya, dan lain sebagainya.

"Contoh umumnya untuk pengenalan wajah, pemantauan lalu lintas, pemantauan ketinggian air, yang semuanya dilakukan melalui visual seperti CCTV," jelas Meidy.

Untuk mempermudah lawan bicara memahami bisnis intinya, Meidy dengan suara lembutnya memberikan contoh saat pihak Imigrasi di Indonesia melayani permintaan paspor, misalnya. Maka Nodeflux bisa melihat 'dibalik' foto dokumen si pemohon itu siapa dia sesungguhnya.

"Kami bisa melihat, membongkar pemalsuan wajah dengan kecanggihan teknologi bahwa si pemohon ternyata buronan internasional yang dicari," katanya kalem sementara saya langsung excited ingat film-film James Bond atau film detektif buatan negaranya Paman Sam itu.





Meidy cuma senyum-senyum malu melihat dua wanita paruh baya ini terpana dengan penjelasan-penjelasan visual di layar. Ditemani minuman jeruk panas dan camilan rebusan, obrolan kami mengalir dan menjadi semakin menarik karena belum genap usia dua tahun, Nodeflux sudah banyak mengukir prestasi.

Pemantauan dilakukannya untuk pengamanan SEA GAMES 2018 lalu di Indonesia bukan cuma pengenalan wajah tetapi juga kendaraan masuk terutama di Venue Utama di kawasan Kompleks Olah Raga Senayan, Jakarta, mulai dari acara pembukaan hingga penutupan yang spektakuler.

Seiring perusahaan membangun milestones melalui pencapaian, pengakuan, dan dampak value-added. Fokus inti Nodeflux adalah mengembangkan deep learning computer vision untuk memberikan solusi Intelligent Video Analytics terhadap masalah kompleks yang dihadapi oleh industri multi sektor dan masyarakat modern.

Dia mengubahnya menjadi kecerdasan yang dapat ditindaklanjuti. Fleksibilitas yang ditawarkan oleh Nodeflux Cloud mampu membantu organisasi merampingkan operasi, meningkatkan pemantauan, dan pengalaman pelanggan.

Nodeflux People Counting adalah Vision Artificial Intelligence Analytics Software yang memungkinkan untuk mengetahui jumlah orang di area tertentu dengan banyak wilayah yang diminati.

"Untuk dunia pariwisata misalnya kegiatan Meeting, Incentive, Confrence & Exhibition (MICE) tingkat global dihadiri VIP layaknya Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) maka Nodeflux juga berperan dalam hal pengamanan serta sektor lainnya. Bahkan termasuk pula layanan seperti peternakan ayam sekalipun! MashaAllah.

Hal ini karena kecanggihannya dapat dilakukan untuk menangkap lalu lintas orang, seperti di pintu depan, gerbang, lift, lobi. Dengan memanfaatkan Nodeflux People Counting, perusahaan dapat dengan mudah mengumpulkan jumlah data pengunjung dan menganalisis jam sibuk di setiap area masing-masing.

Di Peternakan ayam modern berisi ribuan ekor maka pemilik juga bisa memantau suhu badan ayam, takaran ketersediaan pakan ternaknya sampai pengamanan dari pencurian baik yang dilakukan oleh 'orang dalam' maupun pihak luar.

Nah soal Nodeflux Facial Recognition seperti yang dipakai untuk imigrasi, kepolisian dll adalah Vision Artificial Intelligence Analytics Software yang menyediakan pencarian dan pengenalan yang akurat. Dengan menggunakan Algoritma Deep Learning untuk meningkatkan akurasi inferensi wajah yang secara otomatis mendeteksi fitur wajah dan mengenalinya.

Selanjutnya mampu mengklasifikasikannya menjadi orang yang dikenal dan tidak dikenal. Analitik ini dapat diintegrasikan dengan database eksternal atau juga bisa dengan membuat database baru.

PIONIR SEJAK BANGKU KULIAH

Berbisnis dan membangun usaha pionir bukan hal yang baru bagi Meidy. Sejak di bangku kuliah di Institut Teknologi Bandung (ITB) dia sudah menjual Sushi Boom yang sudah dipatenkan merk bersama teman-temannya. Sushi hidangan khas Jepang dari nasi dan makanan seperti ikan, rumput laut disukai masyarakat Indonesia juga.

Anak ke dua dari tiga bersaudara ini rupanya tidak hanya pandai belajar, tapi hidangan sushi kaki lima yang saat itu menjadi usaha pionir di Bandung mendatangkan hasil yang menguntungkan bagi anak kost ini.

Kuliah yang dijalannya juga tepat waktu sehingga setelah wisuda usahanya ini dijual lengkap pada pemilik tempat kostnya sendiri sehingga usahanya diteruskan pihak pembeli. Dari usaha sushi, Meidy sempat kerja kantoran di sebuah grup perusahaan besar, namun tak lama kemudian beralih dengan berwirausaha lagi.

Kali ini pilihannya adalah membuat sepatu-sepatu wanita untuk penjualan melalui online Zalora maupun memasok untuk Berrybenka, salah satu fashion brand Indonesia yang menjual berbagai macam atribut fashion mulai dari baju, sepatu, tas, hingga aksesoris.

"Lagi enak-enaknya produksi eh masuk deh barang-barang China dengan harga separuh lebih murah. Akhirnya terpaksa alih usaha lagi dan kebetulan terus mengikuti perkembangan Kecerdasan Buatan atau Artificial Intelligence (AI)," kata suami dari Dita dan ayah dari dua anak, Keevar dan Keesha.

Jualan sepatu lalu sekarang jualan AI, memang bersebrangan jauh, tapi menurut Meidy pada dasarnya dia pingin menjadi pengusaha jadi peluang yang ada langsung di jalannya.

"Sebenarnya selain jualan sepatu, dulu sempat juga jualan software dan juga pernah buka bisnis kuliner sushi pada saat kuliah. Jadi memang nggak terlalu spesifik harus dibidang apa.-



Foto: Urban Vintage



-Terus coba mencari apa yang kira-kira sedang ada peluangnya dan bisa saya pelajari dan saya kerjakan," ungkapnya.

Pria bongor ini memang suka kulineran, jalan-jalan dan juga hobi main bola. Bagi Meidy perbedaan yang signifikan antara berjualan sushi, produksi sepatu ataupun produk AI, masing-masing ada tantangannya sendiri.

"Kalau sushi itu pastinya menu yang enak dan positioning yang pas, selain itu juga operasional, bagaimana kita harus menciptakan lingkungan dapur yang bersih, terutama karena ikan itu termasuk sensitif mendatangkan lalat,"

Selain itu juga bagaimana kita manage inventory masuk dan keluarnya dengan baik agar mampu terjaga kesegarannya. Kalau sepatu itu juga yang pasti design dan build nya harus cocok dengan target market, pada waktu itu cukup menantang juga menjaga antara biaya operasi, harga jual di market, tambahannya.

"Kalau di AI ini tantangannya adalah dunia nya bergerak begitu cepat, jadi harus cukup aware dan cepat mengikuti perkembangan, tantangan-tantangan nya pun lebih banyak ke arah engineering dan people management".

BERMANFAAT BAGI NEGARA DAN BANGSA.

Pernyataannya untuk selalu bermanfaat bagi bangsa dan negara bukan kalimat klise tapi betul-betul menghadapi tantangan dengan bekerja cerdas dengan semangat tinggi serta menggali kreativitas.

Tantangannya sekarang di AI, investor asing dari Rusia dan China bersiap masuk Indonesia sehingga posisinya sebagai pionir juga terancam. Namun kecintaan Meidy di bidang AI tidak membuatnya gentar menghadapi persaingan.

"Awalnya saya buat platform pengolahan data yang sifatnya umum, tetapi di dunia ini sedang ada trend AI dan kemampuan teknologi, algoritma dan data nya saya lihat sudah semakin siap untuk diolah. Jadi kita coba fokuskan di AI Computer Vision, sampai sekarang,"

Dia bersyukur pas masih kuliah beberapa fondasinya untuk mendalami AI sudah dipahaminya karena dasar utama Machine Learning itu adalah statistik. beberapa kali juga Meidy bertemu mata kuliah yang beririsan, dari teori probabilitas, statistik industri, analisis multivariate, dan juga sistem pendukung keputusan.

"Selain itu juga belajar pemrograman yang digunakan untuk membuat aplikasinya. Jadi sebenarnya sudah lumayan terbentuk ide-ide dasarnya," ujarnya bersemangat.

Putra dari alm Bambang Sugiri yang seorang pilot perusahaan penerbangan komersial dan Dharmawati, ibu yang berlatar belakang sarjana pendidikan dan social entrepreneur ini mengatakan semua pencapaian dan prestasi yang diraihinya semata-mata ingin membahagiakan keluarga dan memberikan manfaat untuk negara. "Ingin menjadi diri sendiri dan hidup dengan benar," tegasnya

Pendidikan yang telah ditanamkan ayahnya sejak kecil adalah untuk tidak membuang waktu dengan percuma. Oleh karena itu Meidy memanfaatkan waktu luang dengan kegiatan positif yang bermanfaat bagi masyarakat dengan aktif dalam kegiatan sosial di Masjid dan Yayasan Pendidikan.

Pendidikan awal dari rumah, melalui contoh kebiasaan-kebiasaan dan kegiatan ayah ibunya membuat Meidy tumbuh menjadi sosok yang mampu menghubungkan dasar-dasar ilmu dan kreativitasnya di AI sehingga kini sebagai founder & CEO dari Nodeflux juga mampu bekerjasama dengan mitra-mitra kerjanya untuk menghasilkan produk-produk layanan terbaru.



Dibantu 30 an staff yang ada, Nodeflux punya konsep kerja ala generasi Gen Z. Bisa work from home (WFH) seperti era COVID-19, bisa menginap di kantor, bisa fun dengan musik, berolahraga, main basket, menikmati kopi ala Cafe di udara terbuka.

Pastinya serba kekinian dan tersedia sofa bean bag, bantal besar warna-warni yang mencerahkan mata. Demikian pula era musholanya juga disediakan agar bisa beribadah dengan nyaman di kantor

"Dulu waktu bisnis lagi bagus-bagusnya di tahun 2019 eh nggak lama kemudian pandemi global sehingga jumlah karyawan yang sudah mencapai 130 orang terpaksa tinggal 30 an orang," ujarnya prihatin.

Di akhir obrolan, Meidy sempat juga menjawab pertanyaan apakah memiliki ketertarikannya untuk membuat kantor di IKN yang digadang-gadang kota futuristik?

"Belum ada keinginan ke IKN, karena pasar kita saat ini masih banyak di Jakarta, tapi tidak menutup kemungkinan, sepertinya perlu melihat perkembangannya nanti seperti apa," tutupnya saat azan magrib berkumandang



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](#)

ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

