

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA



**Industri Pariwisata Global
Merangkul Inisiatif 'Perdamaian
dan Pariwisata'**

edisi 60

februari 2025

tidak untuk diperjualbelikan

INVEST IN YOUR BALI PARADISE

ONLY
USD 75,799

Expected Break-Event Point
in 3 Years & 9 Months with
a projected ROI of 31.86%



Discover the perfect blend of luxury and investment with Tabebuia Posada. Our villas offer stunning views, private pools, and fully equipped kitchens, making them ideal for families and groups.

Invest with us and enjoy the benefits of owning a luxury villa in Uluwatu, Bali without the hassle.

Our expert management services guarantee a steady income stream, allowing you to reap the rewards of your investment while minimizing your involvement.



Guaranteed Income

Benefit from our proven track record of maximizing rental income.



Perfect Location

Enjoy the prestige and high demand associated with Bali's up and coming destination.



Hassle-Free Management

Enjoy passive income while we handle all aspects of villa management.



Expert Team

Benefit from our experienced team's local knowledge and industry expertise.

FACILITIES



Private Pool



Kitchen



2-Bedrooms



Coastal

FULL
PLAN
INSIDE



PT. Tabebuia Abhimantra Posada

information@tabebuiaposada.com | +62 878-9489-0282 | @tabebuiaposada | tabebuiaposada.com

ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

FOREWORD



Memasuki Tahun 2025, aktivitas berwisata baik pribadi, keluarga maupun perusahaan serta beragam kegiatan yang diinisiasi oleh kalangan industri pariwisata seakan tidak ada habisnya. Di berbagai kawasan di Asean sendiri dimana kita semua tinggal dalam wilayah ini digelar Asean Tourism Forum 2025 di Johor Bahru, Malaysia. Di kawasan Eropa ada Vakantiebeurs 2025 salah satu pameran perjalanan dan pariwisata terkemuka di Eropa, yang berlangsung dari 9 hingga 12 Januari 2025 di Koninklijke Jaarbeurs, Utrecht, Belanda.

Ada juga FITUR 2025 (Madrid, Spanyol) dari 22-26 Januari 2025 yang merupakan pameran Pariwisata Internasional ke 45 dimana UN Tourism (Pariwisata PBB) dan Brazil menjadi mitra tahun ini menampilkan lebih dari 9.000 perusahaan dari 156 negara.

Berkumpulnya para Pentahelix dari kalangan pemerintahan, swasta, akademisi, pers dari berbagai kawasan ini perspektif mereka menggarisbawahi kapasitas pariwisata untuk mempromosikan persahabatan, harmoni, dan ikatan budaya, bahkan di tengah ketegangan dan konflik geopolitik.

Para pemimpin global dari industri penerbangan dan perjalanan juga berkumpul untuk membahas tren, inovasi, dan strategi utama yang akan membentuk masa depan pariwisata dan konektivitas dengan fokus pada penerbangan berkelanjutan, teknologi mutakhir, perjalanan perusahaan, dan hiburan bandara yang menarik perhatian besar dari para profesional industri di seluruh dunia.

Menurut Komisi Perjalanan Eropa, pelancong muda kini cenderung kembali dan memberikan nilai tambah pada destinasi seiring berjalannya waktu, menemukan destinasi perjalanan baru yang jarang dikunjungi. Mereka juga menggabungkan teknologi seperti aplikasi ke dalam perencanaan perjalanan dan mendapatkan manfaat budaya pribadi dan berkontribusi pada komunitas lokal yang mereka kunjungi.

Menyoroti berbagai aspek perdamaian melalui pariwisata a.l memfasilitasi kedamaian batin hingga menghilangkan hambatan perjalanan. Tak kalah penting juga pembahasan tren dunia yang tengah meroket yaitu pariwisata halal (halal tourism) segmen khusus dari industri perjalanan ini melayani kebutuhan wisatawan Muslim dengan memastikan bahwa setiap aspek perjalanan mereka mematuhi prinsip-prinsip Islam.

Pariwisata halal menekankan kepekaan budaya, menawarkan pengalaman yang memungkinkan wisatawan menjelajahi destinasi baru tanpa mengorbankan keyakinan agama dan budaya mereka.

Pentingnya pariwisata halal bagi wisatawan Muslim adalah yang menawarkan ketenangan pikiran, memastikan bahwa pengalaman perjalanan mereka menyenangkan dan sesuai dengan keyakinan mereka.

Ini menumbuhkan rasa inklusivitas dan rasa hormat, mempromosikan pertukaran dan pemahaman budaya. Selain itu, pertumbuhan pariwisata halal berkontribusi pada pembangunan ekonomi di destinasi yang memprioritaskan melayani pasar ini, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ekonomi lokal.

Di edisi Februari ini Anda akan menemukan bahwa tren pariwisata untuk tahun 2025 adalah tentang personalisasi dan pengalaman yang bermakna. Baik di AS, Timur Tengah hingga ke pariwisata domestik diperkirakan akan meningkat perjalanan solo dan pendalaman budaya semakin populer.

Pariwisata kesehatan dan pilihan ramah lingkungan juga meningkat, mencerminkan keinginan yang semakin besar untuk perjalanan yang bermanfaat bagi wisatawan dan planet ini. Indonesia telah menetapkan target pertumbuhan ekonomi yang ambisius, yakni mencapai 8%, pada periode 2025-2029. Dalam upaya mendukung visi tersebut, sektor pariwisata diharapkan dapat menjadi salah satu pilar utama.

Meski tampaknya realistis, tantangan ini masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara tetangga seperti Vietnam misalnya menetapkan kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional mereka bisa di atas 15%, Filipina 8,6%, dan Thailand 7,24%.

Data terbaru menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia berada di angka 13 juta per tahun dengan pengeluaran rata-rata US\$ 1.200 per wisatawan, menghasilkan devisa sekitar US\$15,6 miliar. Untuk mencapai US\$ 32 miliar pada 2029, diperlukan peningkatan kunjungan hingga 20 juta wisman per tahun dengan pengeluaran rata-rata sebesar US\$ 1.600.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

Pemimpin Umum

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword	04
Tren Pariwisata AS 2025: Apa yang Diinginkan dan Diharapkan Konsumen Memasuki tahun 2025	08
Outlook Pariwisata Indonesia 2025: 25 Tantangan Menuju Target PDB 8%	13
China dan Negara-negara Asean Dorong Industri Pariwisata Asia Maju pada 2025	19
Wisatawan Asia Pasifik yang Penasaran	19



IATA: Jumlah Penumpang Diperkirakan Capai 5,2 Miliar pada tahun 2025	22
Arabian Travel Market 2025 Dubai Akan Memimpin Perbincangan tentang Pertumbuhan Penerbangan	25
30+ Statistik dan Tren Perjalanan Gen Z	28
Industri Pariwisata Global Merangkul Inisiatif 'Perdamaian dan Pariwisata'	31
Panduan Terbaik Anda untuk Destinasi Wisata Halal Terbaik di Dunia Arab Tahun 2025	34



Singapura Memimpin Revolusi Kuliner Halal Global dengan Peluncuran HalalTrip Gastronomy Awards 2025	44
Pariwisata PBB di FITUR 2025: Acara Penting untuk Kerja Sama Seluruh Sektor	46
Travelperk: Panduan Manajemen Perjalanan Perusahaan Tahun 2025	49
Makan dan Ngobrol Yuk, Di Kunena Eatery	53
Dr. Ali Nurdin, MA: "Sabar Itu Keberuntungan"	57



Kunjungi



untuk membaca berita dan artikel lainnya.



REDAKSI

PENASIHAT

Dr. H. Sapta Nirwandar, SE

PEMIMPIN UMUM/ PEMIMPIN REDAKSI

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

WAKIL PEMIMPIN UMUM

Rita Sri Hastuti

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Prasetyohadi Prayitno

KEPALA PERWAKILAN

Bali/Nusra - Dwi Yani

Batam - Lusia Kiroyan

Surabaya - Arif Rahman

Yogyakarta - Anton Bayu Samudra

Banjarmasin - Oplah Risanta

Semarang - Dien Ishartini

CREATIVE DIRECTOR

Justin Sabrinsky

CREATIVE TEAM

Junizar Deanil | Haamim Rizalddhi | Hadi Rahman

IT DIRECTOR

Besar 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

HEALING & TRAVELING

**7 DAYS
6 NIGHTS**

**@ HILDA
HOLISTIC
HOUSE.**

**JAKARTA,
CAPITAL
CITY, THE
LAND OF
ISLAM**

\$1600 USD



SCAN
HERE
FOR
MORE
INFO



bisniswisata.co.id

HISTORY

THE ENTRY OF ISLAM
INTO BATAVIA
(JAKARTA).

MENTAL HEALTH & COACHING

EMOTIONAL,
PSYCHOLOGICAL, AND
SOCIAL WELL-BEING.

TADABBUR ALAM

PRIVATE TIME FOR
REFLECTION AND
PRAYER



Tren Pariwisata AS 2025: Apa yang Diinginkan dan Diharapkan Konsumen Memasuki tahun 2025

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sebagai pelaku bisnis perjalanan dan pariwisata, Anda mungkin bertanya-tanya seperti apa lanskap pariwisata AS pada tahun 2025.

Sebagai pemilik bisnis yang berpengalaman, Anda tahu bahwa industri perjalanan berubah dengan cepat, dan memahami tren yang akan datang dapat membantu memberikan pengalaman yang diinginkan pelanggan Anda.

Dilansir dari [iges.us](https://www.iges.us), dari pariwisata berkelanjutan hingga perjalanan yang berfokus pada kesehatan, cara orang Amerika bepergian akan mengalami beberapa perubahan besar dalam beberapa tahun mendatang.

Dalam laporan ini, Anda akan menemukan bahwa tren pariwisata AS untuk tahun 2025 adalah tentang personalisasi dan pengalaman yang bermakna. Pariwisata domestik diperkirakan akan meningkat, sementara perjalanan solo dan pendalaman budaya semakin populer.

Pariwisata kesehatan dan pilihan ramah lingkungan juga meningkat, mencerminkan keinginan yang semakin besar untuk perjalanan yang bermanfaat bagi wisatawan dan planet ini.

Baik Anda menjalankan toko suvenir taman hiburan atau mengelola hotel, wawasan tentang tren perjalanan untuk tahun 2025 dan seterusnya ini akan memberi Anda awal yang baik dalam menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi pengunjung dan tamu Anda di masa mendatang.

Perjalanan Domestik Melebihi Tingkat Sebelum Pandemi Perjalanan domestik diperkirakan akan melampaui tingkat sebelum pandemi pada tahun 2025, didorong oleh apresiasi baru terhadap pengalaman lokal.

Warga Amerika menemukan kembali keindahan negara mereka sendiri, dengan minat yang semakin besar untuk menjelajahi lanskap yang belum tersentuh dan keajaiban alam.

Pergeseran ini khususnya terlihat di kalangan generasi muda, khususnya remaja, yang semakin tertarik pada program petualangan luar ruangan.

Program-program ini menawarkan aktivitas yang mengasyikkan seperti berselancar, meluncur di lintasan tali, mendaki, dan mengamati satwa liar, yang memenuhi keinginan untuk mendapatkan pengalaman alam yang autentik.

Perjalanan Darat dan Perjalanan Regional

Perjalanan Darat Amerika yang hebat terus bangkit kembali, mewujudkan semangat kebebasan dan fleksibilitas yang selaras dengan para pelancong modern. Pada tahun 2030, perjalanan domestik diproyeksikan akan mewakili 70 persen pengeluaran perjalanan yang mengejutkan di Amerika Serikat.

Saat ini, AS memegang gelar pasar perjalanan domestik terbesar di dunia, meskipun Tiongkok diperkirakan akan mengklaim posisi ini dalam beberapa tahun mendatang. Tren penjelajahan regional juga semakin diminati, karena wisatawan ingin menemukan permata tersembunyi yang lebih dekat dengan rumah.

Untuk mendorong perjalanan domestik, penting untuk mengetahui perubahan yang akan datang. Mulai 7 Mei 2025, Anda memerlukan SIM yang sesuai dengan REAL ID atau ID negara bagian untuk menaiki penerbangan domestik dan mengakses fasilitas federal tertentu.

Perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan standar keamanan dan secara tidak langsung dapat mempromosikan pariwisata domestik dengan memastikan pengalaman perjalanan yang lebih lancar di dalam negeri.

Pergeseran Menuju Perjalanan yang Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab

Saat kita melihat apa yang terjadi pada tahun 2025, tren yang berkembang menuju perjalanan yang berkelanjutan dan bertanggung jawab tidak melambat. Hingga saat ini, 83 persen wisatawan global menganggap perjalanan yang berkelanjutan sangat penting, 49 persen percaya tidak ada cukup pilihan yang tersedia. Pergeseran ini mencerminkan peningkatan kesadaran akan dampak lingkungan dan sosial dari pariwisata.

Akomodasi ramah lingkungan

Kami juga melihat peningkatan jumlah hotel ramah lingkungan di Amerika Serikat. Perusahaan-perusahaan ini tidak hanya mengikuti tren; mereka menanggapi meningkatnya perhatian konsumen terhadap masalah lingkungan. Banyak dari hotel-hotel ini telah memperoleh sertifikasi LEED, yang menunjukkan komitmen mereka terhadap efisiensi energi dan desain ekologis.

Misalnya, beberapa hotel menggunakan sistem pemanas air tenaga surya dan sel fotovoltaik untuk menghasilkan sebagian listrik mereka. Hotel-hotel lain telah menerapkan praktik inovatif seperti sistem pemanas dan pendingin yang hemat energi, lampu LED, dan kontrol termostat berbasis hunian.

Pilihan perjalanan yang netral karbon

Untuk mengatasi jejak karbon dari perjalanan udara, yang menyumbang sekitar 2% dari emisi CO₂ global, beberapa perusahaan perjalanan mengambil langkah berani.

Misalnya, Natural Habitat Adventures telah menjadi perusahaan perjalanan pertama di dunia yang 100% netral karbon sejak 2007. Mereka tidak hanya mengimbangi emisi dari petualangan mereka tetapi juga penerbangan wisatawan mereka ke dan dari destinasi global.



Hingga saat ini, mereka telah mengimbangi 68.093 ton karbon dioksida, setara dengan 14.672 mobil yang tidak berada di jalan selama setahun.

Dukungan untuk masyarakat lokal

Konsumen semakin mengadopsi praktik pariwisata yang bertanggung jawab, menyadari potensi mereka untuk berdampak positif pada ekonomi lokal. Perilaku ini terwujud dalam berbagai cara, seperti memprioritaskan bisnis lokal untuk pembelian dan layanan mereka.

Dengan menggunakan tempat usaha lokal, wisatawan menyuntikkan pendapatan asing ke masyarakat dan membantu menjaga sirkulasi ekonomi lokal.

Selain itu, ada tren yang berkembang untuk terlibat dengan pemandu wisata lokal, karena wisatawan mencari perspektif yang lebih autentik tentang budaya dan sejarah lokal.

Perubahan perilaku konsumen ini mencerminkan kesadaran yang lebih luas akan dampak jangka panjang pariwisata, dengan banyak wisatawan secara sadar memilih tindakan yang berkontribusi untuk melestarikan keindahan alam dan warisan budaya destinasi untuk generasi mendatang.

Fokus pada Pariwisata Kesehatan dan Kebugaran

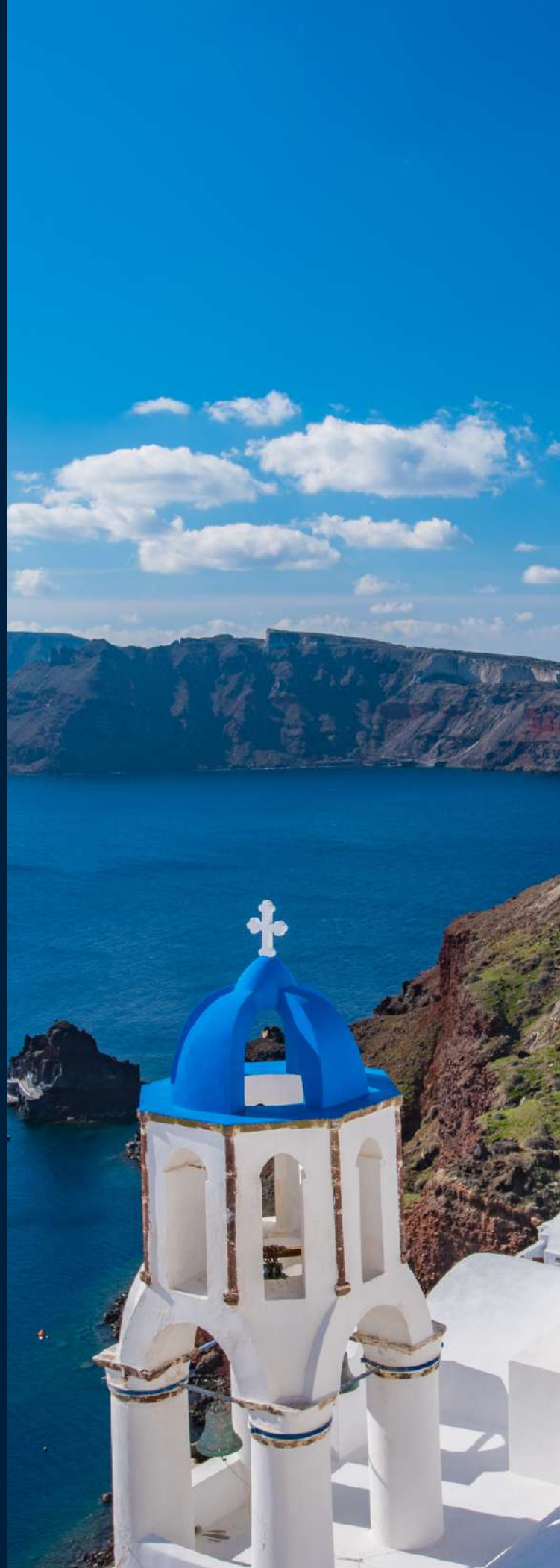
Kami juga mengawasi pasar pariwisata medis yang sedang berkembang pesat di tahun-tahun mendatang. Pada tahun 2025, diperkirakan akan mencapai \$182,00 miliar, dengan sekitar 88 juta orang bepergian lintas batas untuk perawatan kesehatan setiap tahunnya.

Pertumbuhan ini bukan hanya tentang prosedur kosmetik; ini mencakup perawatan kritis seperti onkologi, kardiovaskular, dan neurologi. Peningkatan perjalanan medis sebagian disebabkan oleh biaya perjalanan udara yang lebih rendah, sehingga lebih terjangkau untuk mencari perawatan di luar negeri.

Retret dan spa kesehatan

Retret dan pariwisata kesehatan mencapai \$720 miliar pada tahun 2019. Pariwisata kesehatan dan retret menawarkan konsumen kesempatan untuk meremajakan tubuh dan jiwa Anda.

Liburan ini umumnya mencakup gabungan kelas yoga, makanan bergizi, perawatan spa, dan sesi meditasi, yang semuanya dirancang untuk membantu pesertanya rileks, terhubung kembali dengan diri mereka sendiri, dan melakukan detoksifikasi baik secara fisik maupun mental.





Pengalaman perjalanan yang berfokus pada kesehatan mental

Perjalanan telah muncul sebagai alat yang ampuh untuk meningkatkan kesehatan mental, menawarkan pendekatan multifaset untuk meningkatkan kesejahteraan psikologis di dunia kita yang semakin penuh tekanan.

Dampak positif pada kesehatan mental ini tidak cepat berlalu; penelitian menunjukkan bahwa manfaat psikologis dari perjalanan dapat bertahan hingga lima minggu setelah kembali ke rumah, menawarkan peningkatan suasana hati dan kondisi mental secara keseluruhan dalam jangka panjang.

Karena kesadaran akan masalah kesehatan mental terus tumbuh, perjalanan semakin diakui bukan hanya sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai investasi berharga dalam kesejahteraan psikologis seseorang.

Penekanan pada Pengalaman Budaya yang Otentik

Anda akan menemukan bahwa pengalaman budaya yang autentik menjadi semakin populer dalam pariwisata AS. Pada tahun 2025, Anda dapat mengharapkan lebih banyak kesempatan untuk terlibat dengan komunitas dan tradisi lokal.

Sekitar 40% dari semua pariwisata di seluruh dunia sekarang berfokus pada perjalanan budaya dan sejarah. Tren ini memungkinkan Anda untuk menyelami jantung destinasi, terhubung dengan penduduk setempat, dan menyaksikan adat istiadat yang telah berusia berabad-abad secara langsung.

**Wisata kuliner dan petualangan kuliner*

Wisata kuliner semakin diminati sebagai cara untuk menjelajahi budaya dan cita rasa lokal. Anda akan berkesempatan untuk mencicipi hidangan autentik dan bahkan mempelajari cara menyiapkannya menggunakan metode tradisional.

Misalnya, Secret Food Tours kini menjangkau 17 kota di AS, menawarkan berbagai hal mulai dari kuliner khas Meksiko di San Diego hingga hidangan khas Selatan klasik di Charleston.

Wisata warisan dan sejarah

Situs bersejarah dan wisata warisan akan memainkan peran penting dalam pariwisata AS. Anda dapat menyelami sejarah Amerika melalui pengalaman seperti mengunjungi medan perang Perang Saudara atau menjelajahi National Mall di Washington, DC.

Generasi milenial menunjukkan minat khusus pada wisata warisan, dengan 73% menyatakan keinginan untuk mengunjungi tempat-tempat budaya dan bersejarah. Pengalaman ini menawarkan Anda kesempatan untuk terhubung dengan masa lalu dan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang budaya dan identitas Amerika.

Dampak Perubahan Iklim pada Pariwisata

Perubahan iklim mengubah lanskap pariwisata, memaksa Anda untuk memikirkan kembali rencana perjalanan Anda. Sektor pariwisata berkontribusi signifikan terhadap emisi gas rumah kaca, yang mencakup sekitar 10% dari emisi global.

Dampak ini diperkirakan akan meningkat, dengan emisi pariwisata diperkirakan meningkat sebesar 25% antara tahun 2016 dan 2030.

Adaptasi destinasi populer

Meningkatnya suhu mengubah pola perjalanan. Anda mungkin akan memilih destinasi yang lebih sejuk atau bepergian selama musim semi dan gugur, bukan musim panas.

Pariwisata pesisir, yang mencakup lebih dari 60% liburan di Eropa dan 80% pendapatan pariwisata AS, menghadapi tantangan yang signifikan. Permukaan laut naik 3,2 milimeter setiap tahun, mengancam objek wisata dan infrastruktur pesisir.

Meningkatnya pariwisata 'kesempatan terakhir'

Tren baru yang disebut "pariwisata kesempatan terakhir" (LCT) telah muncul. Tren ini melibatkan kunjungan ke destinasi yang terancam punah sebelum menghilang. Misalnya, 70% wisatawan yang disurvei di Great Barrier Reef termotivasi untuk melihatnya "sebelum menghilang".

Namun, tren ini menciptakan paradoks: meningkatnya pariwisata ke situs-situs yang rapuh ini berkontribusi terhadap kehancurannya.

Inisiatif pariwisata berkelanjutan

Untuk mengatasi tantangan ini, industri pariwisata beralih ke praktik yang berkelanjutan. Ini termasuk membatasi jumlah pengunjung, melarang transportasi yang mencemari lingkungan, dan mempromosikan penggunaan energi terbarukan.

Tujuannya adalah untuk menyeimbangkan pertumbuhan ekonomi dengan pelestarian lingkungan dan budaya, memastikan pariwisata tetap menjadi kekuatan positif bagi manusia dan planet ini. Seperti yang dicatat oleh SmartFlyer:

"Pada akhirnya, perjalanan berkelanjutan adalah tentang banyak hal yang tidak dapat dilihat oleh tamu, tetapi wisatawan dapat yakin bahwa masa tinggal mereka tidak berkontribusi lebih lanjut terhadap penggunaan plastik sekali pakai atau pemborosan makanan dengan memesan dari merek yang memiliki praktik dan kebijakan inovatif."





Outlook Pariwisata Indonesia 2025: 25 Tantangan Menuju Target PDB 8%

OLEH TAUFAN RAHMADI

Indonesia telah menetapkan target pertumbuhan ekonomi yang ambisius, yakni mencapai 8%, pada periode 2025-2029. Dalam upaya mendukung visi tersebut, sektor pariwisata diharapkan dapat menjadi salah satu pilar utama.

Dilansir dari CNBC Indonesia.com, namun, pertanyaannya adalah, sejauh mana target dan langkah yang dirumuskan saat ini cukup untuk memastikan pariwisata menjadi kontributor signifikan bagi pertumbuhan ekonomi nasional?

Tantangan Target PDB dan Devisa Pariwisata

Dalam draft dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) yang rencananya akan diperpreskan pada 2025, target kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) sektor pariwisata terhadap PDB nasional bertahap akan meningkat, dari 4,6% di 2025 hingga mencapai 5% di 2029. Di sisi lain, target devisa dari sektor ini juga ditetapkan sebesar US\$ 32 miliar pada 2029.

Meski tampaknya realistis, tantangan ini masih jauh lebih rendah dibandingkan dengan negara-negara tetangga Indonesia seperti Vietnam misalnya menetapkan kontribusi pariwisata terhadap PDB Nasional mereka bisa di atas 15%, Filipina 8,6%, dan Thailand 7,24%.

Data terbaru menunjukkan jumlah wisatawan mancanegara (wisman) di Indonesia berada di angka 13 juta per tahun dengan pengeluaran rata-rata US\$ 1.200 per wisatawan, menghasilkan devisa sekitar US\$15,6 miliar.

Untuk mencapai US\$ 32 miliar pada 2029, diperlukan peningkatan kunjungan hingga 20 juta wisman per tahun dengan pengeluaran rata-rata sebesar US\$ 1.600. Apakah target ini sudah bisa menjadikan sektor pariwisata sebagai kontributor utama pertumbuhan ekonomi nasional?

Angka US\$ 32 miliar devisa pariwisata di tahun 2029 menunjukkan bahwa sektor ini harus bergerak jauh lebih agresif dibandingkan performanya saat ini.

Namun, jika dibandingkan dengan kebutuhan devisa dari sektor pariwisata untuk mendukung pertumbuhan ekonomi 8%, yakni sekitar Rp 3.741 triliun (atau sekitar USD 250 miliar) selama lima tahun, kontribusi pariwisata berdasarkan target yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata di atas tampaknya masih relatif kecil.

Kondisi ini mengindikasikan bahwa target devisa sebesar USD 32 miliar pada 2029 belum cukup untuk menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor penyumbang utama pertumbuhan ekonomi.

Untuk menjadi sektor strategis, pariwisata harus bertransformasi secara signifikan, baik dalam hal volume wisatawan maupun kualitas pengeluaran mereka, Beyond Quality Tourism.

Sebagai catatan akhir tahun 2024 dalam menghadapi kompleksitas tantangan pariwisata global di tahun 2025, maka paling tidak ada 25 tantangan kerja pariwisata Indonesia 2025 yang diharapkan mampu menavigasi masa depan Industri Pariwisata.

Meskipun pemulihan sektor ini mulai terlihat pasca-pandemi COVID-19, kompleksitas masalah yang ada membutuhkan perhatian serius, kebijakan strategis, dan kolaborasi lintas sektor.

Artikel yang tayang 23 Desember 2024 di CNBC Indonesia ini mencoba mengulas 25 tantangan utama pariwisata Indonesia pada 2025 secara ringkas berdasarkan catatan Pra – Rakornas Pariwisata Kempar 2024 dan berbagai literatur dari UN – Tourism, World Economic Forum, Bappenas dan BPS.





25 Tantangan Utama Pariwisata Indonesia tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pemulihan Pascapandemi COVID-19

Pada 2024, Indonesia mencatat 10 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman), jauh di bawah angka pra-pandemi sebesar 16 juta. Di sisi lain, perjalanan wisata domestik mendominasi dengan 825 juta perjalanan ditahun 2023. Diversifikasi produk wisata menjadi kunci pemulihan, khususnya dalam meningkatkan daya saing global sambil tetap fokus memperkuat pasar domestik.

2. Ketimpangan Distribusi Wisatawan

Bali mendominasi dengan 45% kunjungan internasional, sementara Maluku dan Papua hanya menerima kurang dari 3% wisatawan. Ketimpangan ini memperparah potensi risiko overtourism di Bali sekaligus menghambat pengembangan destinasi alternatif. Pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur dan promosi di kawasan lain Indonesia seperti Sumatra, Kalimantan, Sulawesi, Maluku, dan Papua.

3. Transformasi ke Pariwisata Berkelanjutan

Baru 30% destinasi wisata yang menerapkan prinsip keberlanjutan. Masalah limbah plastik dan emisi karbon tetap menjadi isu kritis di banyak destinasi unggulan di Indonesia yang berada di Jawa, Bali, dan Nusa Tenggara. Kebijakan insentif bagi pengelolaan limbah dan energi hijau perlu diprioritaskan.

4. Peningkatan Kualitas SDM Pariwisata

Sebanyak 60% pekerja pariwisata belum terlatih sesuai standar internasional. Kurangnya kemampuan bahasa asing, seperti Mandarin dan Inggris, menjadi kendala dalam melayani pasar global. Investasi dalam pelatihan dan sertifikasi menjadi langkah strategis yang mendesak.

5. Digitalisasi Destinasi Wisata

Digitalisasi baru mencakup 40% UMKM pariwisata, sementara Bali telah mencapai 75%. Pelaku usaha di daerah perlu didukung dengan pelatihan teknologi untuk meningkatkan efisiensi operasional dan akses pasar internasional.

6. Kurangnya Konektivitas Antarwilayah

Hanya 35% wilayah pariwisata prioritas memiliki akses transportasi memadai. Wilayah timur Indonesia, seperti Sulawesi, Papua dan Maluku misalnya masih membutuhkan peningkatan konektivitas untuk memperkuat pengembangan destinasi baru.

7. Kurangnya Diversifikasi Produk Wisata

Sebanyak 70% wisman hanya mengunjungi Bali. Wisata berbasis kuliner, kesehatan, dan event belum digarap maksimal. Inovasi produk seperti ekowisata dan wisata sejarah, wisata religi harus diperkuat untuk menarik pasar yang lebih luas.

8. Kesadaran terhadap Wisata Digital Nomad

Permintaan destinasi ramah digital nomad meningkat, tetapi infrastruktur di luar Bali masih sangat minim. Pemerintah perlu mengembangkan kebijakan visa khusus dan fasilitas penunjang untuk menggaet pasar ini.

9. Tantangan Risiko Overtourism di Bali

Sebagai kantung utama wisatawan, Bali menghadapi tekanan infrastruktur dan resiko kerusakan lingkungan. Strategi pembatasan kuota wisatawan dan promosi destinasi alternatif harus segera diterapkan.

10. Pengelolaan Sampah di Destinasi Wisata

Sebanyak 65% destinasi utama di Indonesia belum memiliki sistem pengelolaan sampah yang efektif. Program edukasi wisatawan dan peningkatan fasilitas pengelolaan limbah menjadi prioritas untuk mendukung pariwisata berkelanjutan.

11. Aksesibilitas Wisata untuk Semua

Hanya 25% destinasi yang ramah bagi wisatawan berkebutuhan khusus. Indonesia perlu belajar dari Thailand dan Malaysia untuk memperluas aksesibilitas di seluruh destinasi.

12. Regulasi dan Legalitas UMKM Pariwisata

Sebanyak 40% UMKM pariwisata beroperasi tanpa izin resmi. Simplifikasi birokrasi dan sertifikasi usaha perlu dilakukan untuk meningkatkan daya saing UMKM.





13. Perlindungan Warisan Budaya dan Alam

Warisan Dunia UNESCO, seperti Candi Borobudur, membutuhkan keberlanjutan terhadap program perlindungan dari ancaman kerusakan akibat overtourism dan urbanisasi. Strategi konservasi berbasis komunitas dan pembatasan kapasitas pengunjung menjadi solusi jangka panjang.

14. Peningkatan Kunjungan Wisatawan Muslim

Wisatawan Muslim dari berbagai originesi wisman belum dikelola secara optimal, meski Indonesia menduduki peringkat pertama GMTI 2023.

Oleh karena itu pengembangan destinasi yang menjadi favorit wisatawan muslim yang berada di Jawa, Sumatra, Sulawesi dan Nusa Tenggara perlu ditingkatkan untuk memperluas pasar wisatawan Muslim global.

15. Keamanan dan Kenyamanan Wisatawan

Indonesia berada di peringkat ke-50 dalam indeks keamanan wisata dunia. Penegakan hukum dan pelatihan personel kepolisian pariwisata menjadi langkah krusial untuk menghadirkan rasa aman di destinasi wisata dan mengurangi resiko wisatawan nakal yang mengganggu ketertiban.

16. Mitigasi Pariwisata, Penanganan Bencana Alam di Destinasi Wisata

Sebanyak 40% destinasi utama berada di zona rawan bencana. Protokol mitigasi bencana berbasis destinasi perlu disusun untuk melindungi wisatawan dan masyarakat lokal.

17. Adaptasi terhadap Perubahan Iklim

Kenaikan permukaan laut mengancam destinasi pesisir seperti Kepulauan Seribu. Pariwisata berbasis teknologi hijau harus menjadi prioritas untuk menghadapi dampak perubahan iklim.

18. Dana Abadi Pariwisata

Alokasi anggaran pariwisata Indonesia hanya 3% dari APBN, jauh di bawah Thailand (7%). Dana Abadi Pariwisata (Indonesia Tourism Fund) adalah hal yang penting untuk segera direalisasikan.

19. Kesenjangan Pariwisata Antardaerah

Bali, Jakarta, dan Yogyakarta menyumbang 75% kunjungan internasional. Pemerataan pembangunan destinasi di luar Jawa dan Bali perlu untuk terus ditingkatkan.

20. Transformasi Digital Pelaku UMKM

Baru 40% UMKM memanfaatkan platform digital, sementara 80% wisatawan internasional mengandalkan teknologi untuk keputusan perjalanan. Pelatihan transformasi digital perlu diprioritaskan.

21. Kolaborasi Antarlembaga

Kurangnya integrasi data antar-kementerian menghambat efektivitas kebijakan. Sistem satu data pariwisata nasional menjadi solusi untuk mensinergikan strategi lintas sektor dalam mengimplementasikan program-program yang telah disusun bersama.

22. Edukasi Wisata Ramah Lingkungan

Sebanyak 70% wisatawan lokal belum memahami prinsip eco-tourism. Kampanye edukasi berbasis destinasi harus diperluas.

23. Perluasan Pasar Wisatawan Mancanegara

Jangkauan promosi pariwisata internasional tidak hanya fokus pada target wisman selama ini saja, seperti China, Australia ataupun Malaysia.

Indonesia perlu lebih agresif melakukan penetrasi ke market wisman Eropa dan Amerika misalnya yang baru hanya menyumbang 18% total kunjungan, dan juga promosi ke negara-negara Asia Timur, Timur Tengah ataupun Afrika.

24. Pengembangan Wisata MICE

Indonesia berada di peringkat ke-12 untuk wisata MICE di Asia. Peningkatan fasilitas dan promosi event internasional dapat mendongkrak posisi ini.

25. Program Insentif Pariwisata yang kompetitif

Privatisasi dan personalisasi destinasi menjadi tren baru. Indonesia perlu beradaptasi dengan kebutuhan wisatawan untuk mempertahankan daya saing global.

Program insentif pariwisata yang kompetitif seperti tiket, akomodasi, dan transportasi yang murah perlu terus untuk dilaksanakan.

Dengan menghadapi dan mengatasi tantangan-tantangan ini, Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi pariwisata global yang kompetitif, inklusif, dan berkelanjutan. Strategi yang terintegrasi dan fokus pada transformasi adalah kunci untuk meraih potensi maksimal sektor pariwisata pada 2025.

Kerja Keras Menuju Target

Kesimpulannya, target kontribusi PDB 5% dan devisa USD 32 miliar di tahun 2029, berpotensi tidak cukup untuk mendorong sektor pariwisata menjadi salah satu motor utama pertumbuhan ekonomi 8% seperti yang dicanangkan oleh Presiden Prabowo Subianto.

Maka, Kementerian Pariwisata dan pihak terkait perlu menyusun strategi yang lebih agresif lagi, dan berorientasi pada peningkatan waktu kunjungan dan spending wisatawan di destinasi wisata.

Jika tidak, sektor pariwisata akan terus berada di posisi yang belum cukup signifikan dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional yang berkelanjutan.

Penulis adalah: Pengamat pariwisata dan anggota Tim KEK Pariwisata Kemenparekraf dibawah Menparekraf Sandiaga Uno sejak tahun 2022.





China dan Negara-negara Asean Dorong Industri Pariwisata Asia Maju pada 2025

OLEH EVAN MAULANA

Industri pariwisata Asia memasuki fase transformatif pada 2025, dengan negara-negara seperti China, Singapura, Indonesia, Thailand, Laos, Vietnam, Kamboja, dan Sri Lanka memimpin perubahan tersebut.

Dilansir dari travelandtourworld.com, dengan inisiatif strategis yang menonjolkan warisan budaya, ekowisata, dan praktik berkelanjutan, negara-negara ini membentuk masa depan perjalanan dan pariwisata global.

China: Gerbang Menuju Asia

China tetap menjadi pemain dominan dalam kancah pariwisata Asia, memanfaatkan warisan budayanya yang kaya dan kemajuan modern. Inisiatif pada tahun 2025 berfokus pada:

- **Pariwisata Budaya:** Kota-kota seperti Beijing dan Xi'an menawarkan pengalaman yang mendalam, termasuk situs bersejarah yang telah dipugar dan museum interaktif.
- **Konektivitas Kereta Cepat:** Jaringan kereta peluru yang terus berkembang menghubungkan destinasi wisata utama, menawarkan pengalaman perjalanan yang lancar.
- **Ekowisata:** Provinsi seperti Yunnan dan Sichuan memprioritaskan penginapan ramah lingkungan dan wisata konservasi.

Inisiatif Sabuk dan Jalan Tiongkok juga mempromosikan pariwisata lintas batas dengan membina kemitraan dengan negara-negara tetangga, meningkatkan peluang pariwisata regional.

Singapura: Model Pariwisata Berkelanjutan

Pendekatan Singapura terhadap pariwisata pada tahun 2025 menekankan inovasi dan keberlanjutan:

- **Pariwisata Perkotaan Hijau:** Situs ikonik seperti Gardens by the Bay memadukan praktik ramah lingkungan.
- **Pengalaman Berbasis Teknologi:** Aplikasi perjalanan bertenaga AI dan tur realitas virtual meningkatkan keterlibatan pengunjung.
- **Wisata Kuliner:** Festival dan jalur kuliner merayakan kuliner multikultural Singapura, menarik penggemar kuliner global.

Komitmen negara-kota ini terhadap keberlanjutan menjadi contoh bagi kawasan tersebut, memadukan kemewahan dengan kesadaran ekologi.

Indonesia: Wisata Alam dan Petualangan

Indonesia memanfaatkan keindahan alamnya, menarik wisatawan yang sadar ekologi dan suka berpetualang. Strategi utamanya meliputi:

- **Wisata Bahari:** Bali dan Raja Ampat mempromosikan penyelaman berkelanjutan dan konservasi terumbu karang.
 - **Pendakian Gunung Berapi:** Destinasi seperti Gunung Bromo dan Taman Nasional Komodo menarik para pencari sensasi.
 - **Penyelaman Budaya:** Festival di Yogyakarta dan Ubud memamerkan tradisi seni Indonesia.
- Investasi pemerintah dalam pemasaran digital menyoroti destinasi yang kurang dikenal, mendiversifikasi arus masuk wisatawan.

Thailand: Pusat Budaya dan Kesehatan

Strategi pariwisata Thailand pada tahun 2025 berfokus pada kekayaan budaya dan industri kesehatannya:

- **Pelestarian Warisan:** Kuil yang dipugar dan jalan-jalan warisan di kota-kota seperti Ayutthaya menarik para penggemar sejarah.
- **Wisata Medis dan Kesehatan:** Bangkok dan Chiang Mai menawarkan tempat istirahat kesehatan premium dan layanan medis.
- **Pariwisata Festival:** Acara seperti Songkran dan Loy Krathong menyediakan pengalaman budaya yang mendalam.

Kampanye "Amazing Thailand" di Thailand mempromosikan pariwisata berkelanjutan, memastikan pertumbuhannya sejalan dengan tujuan lingkungan.



Laos dan Vietnam: Bintang Baru

Laos dan Vietnam muncul sebagai pemain penting dalam lanskap pariwisata Asia:

- Laos: Sorotan meliputi wisata ekologi Sungai Mekong dan pengalaman budaya di Luang Prabang.
- Vietnam: Populer karena perpaduan keindahan alam dan situs bersejarahnya, seperti Teluk Ha Long dan Hoi An, Vietnam berfokus pada pariwisata berkelanjutan dan keterlibatan masyarakat lokal.

Kedua negara memprioritaskan pembangunan infrastruktur untuk meningkatkan aksesibilitas sambil melestarikan warisan budaya dan alam mereka.

- Kamboja: Fokus pada Warisan dan Pariwisata Komunitas

Angkor Wat Kamboja tetap menjadi landasan industri pariwisatanya, tetapi tahun 2025 menghadirkan strategi yang beragam:

- Pariwisata Berbasis Komunitas: Proyek-proyek di daerah pedesaan mempromosikan kerajinan lokal dan pengalaman budaya yang autentik.
- Konservasi Warisan Budaya: Kemitraan dengan UNESCO memastikan pelestarian situs bersejarah.
- Ekowisata: Taman nasional dan pelayaran sungai menawarkan pilihan perjalanan yang ramah lingkungan.
- Sri Lanka: Tangguh dan Bersemangat
Upaya pemulihan pariwisata Sri Lanka pada tahun 2025 berfokus pada:
 - Safari Margasatwa: Taman seperti Yala dan Udawalawe menarik para pencinta alam.
 - Wisata Teh: Perkebunan teh di daerah perbukitan menyediakan pengalaman yang indah dan mendidik.
 - Acara Budaya: Festival yang merayakan tradisi Buddha dan seni lokal meningkatkan pariwisata budaya.

Kolaborasi Regional dan Keunggulan ASEAN

Kerja sama regional memainkan peran penting dalam meningkatkan pariwisata Asia. Strategi terpadu ASEAN, seperti perjanjian perjalanan bebas visa dan kampanye pemasaran bersama, memfasilitasi pengalaman lintas batas yang lancar. Upaya kolaboratif menekankan pembangunan berkelanjutan dan pariwisata berbasis masyarakat, yang memastikan pertumbuhan jangka panjang.

Kesimpulan: Jalan ke Depan untuk Pariwisata Asia

Pada tahun 2025, industri pariwisata Asia menjadi bukti inovasi, ketahanan, dan kebanggaan budaya. Melalui inisiatif strategis, kolaborasi regional, dan komitmen terhadap keberlanjutan, negara-negara seperti Tiongkok, Singapura, Indonesia, dan negara-negara tetangganya menetapkan tolok ukur untuk pariwisata global.

Wisatawan dapat menantikan pengalaman tak terlupakan yang berakar pada tradisi dan dibentuk oleh kemajuan modern, karena Asia memperkuat posisinya sebagai tujuan global teratas.





IATA: Jumlah Penumpang Diperkirakan Capai 5,2 Miliar pada tahun 2025

Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) memperkirakan maskapai penerbangan akan menghasilkan laba global sebesar \$36,6 miliar pada tahun 2025.

Ini akan sulit diperoleh karena maskapai penerbangan memanfaatkan harga minyak yang lebih rendah sambil menjaga faktor muatan di atas 83%, mengendalikan biaya dengan ketat, berinvestasi dalam dekarbonisasi, dan mengelola pengembalian ke tingkat pertumbuhan yang lebih normal setelah pemulihan pandemi yang luar biasa.

"Semua upaya ini akan membantu mengurangi beberapa hambatan pada profitabilitas yang berada di luar kendali maskapai penerbangan, yaitu tantangan rantai pasokan yang terus-menerus, kekurangan infrastruktur, regulasi yang memberatkan, dan beban pajak yang meningkat," kata Willie Walsh, Direktur Jenderal IATA dalam rilisnya.

IATA juga mengumumkan prospek keuangannya untuk industri penerbangan global pada tahun 2025, yang menunjukkan sedikit penguatan profitabilitas di tengah tantangan biaya dan rantai pasokan yang sedang berlangsung.

Sorotan meliputi:

Laba bersih diharapkan mencapai \$36,6 miliar pada tahun 2025 untuk margin laba bersih 3,6%. Itu merupakan sedikit peningkatan dari laba bersih yang diharapkan sebesar \$31,5 miliar pada tahun 2024 (margin laba bersih 3,3%).

Laba bersih rata-rata per penumpang diharapkan sebesar \$7,0 (di bawah \$7,9 tertinggi pada tahun 2023 tetapi merupakan peningkatan dari \$6,4 pada tahun 2024).

*Laba operasi pada tahun 2025 diharapkan sebesar \$67,5 miliar untuk margin operasi bersih sebesar 6,7% (meningkat dari 6,4% yang diharapkan pada tahun 2024).

*Pengembalian atas modal yang diinvestasikan (ROIC) untuk industri global diperkirakan mencapai 6,8% pada tahun 2025.

Meskipun ini merupakan peningkatan dari ROIC tahun 2024 sebesar 6,6%, pengembalian untuk industri di tingkat global tetap di bawah biaya modal rata-rata tertimbang.

ROIC adalah yang terkuat untuk maskapai penerbangan di Eropa, Timur Tengah, dan Amerika Latin, di mana ROIC melampaui biaya modal.

Pendapatan industri secara keseluruhan diperkirakan mencapai \$1,007 triliun. Itu merupakan peningkatan sebesar 4,4% dari tahun 2024 dan akan menjadi pertama kalinya pendapatan industri melampaui angka \$1 triliun. Beban diperkirakan tumbuh sebesar 4,0% menjadi \$940 miliar.

Jumlah penumpang diperkirakan mencapai 5,2 miliar pada tahun 2025, kenaikan sebesar 6,7% dibandingkan dengan tahun 2024 dan pertama kalinya jumlah penumpang melampaui angka lima miliar. Volume kargo diperkirakan mencapai 72,5 juta ton, meningkat 5,8% dari tahun 2024.

Pada tahun 2025, pendapatan industri akan melampaui \$1 triliun untuk pertama kalinya. Penting juga untuk melihatnya dalam perspektif. Satu triliun dolar itu banyak—hampir 1% dari ekonomi global," kata Walsh.

Hal Itu menjadikan maskapai penerbangan sebagai industri yang penting secara strategis. Namun ingat bahwa maskapai penerbangan menanggung biaya \$940 miliar, belum termasuk bunga dan pajak.

Mereka mempertahankan margin laba bersih hanya 3,6%. Dengan kata lain, selisih antara laba dan rugi, bahkan di tahun baik yang kami harapkan pada tahun 2025, hanya \$7 per penumpang. (HSS)

Dengan margin yang tipis, maskapai penerbangan harus terus memperhatikan setiap biaya dan menuntut efisiensi yang sama di seluruh rantai pasokan—terutama dari pemasok infrastruktur monopoli kami yang terlalu sering mengecewakan kami dalam hal kinerja dan efisiensi, kata Walsh.

Asia Pasifik adalah pasar terbesar dalam hal Revenue Passenger Kilometers (RPK) dengan Tiongkok menyumbang lebih dari 40% lalu lintas di kawasan tersebut.

Pada tahun 2024, RPK tumbuh sebesar 18,6%, sebagian didorong oleh stimulus pasar dari pelonggaran persyaratan visa untuk masuk ke beberapa negara termasuk Tiongkok, Vietnam, Malaysia, dan Thailand.

Operator Tiongkok melaporkan kerugian bersih pada paruh pertama tahun 2024 sebagai akibat dari masalah rantai pasokan, kelebihan pasokan di pasar domestik, dan pembatasan 100 frekuensi mingguan dari Tiongkok ke AS (sepertiga lebih rendah dari sebelum pandemi).

Asia-Pasifik juga mengalami penurunan imbal hasil paling tajam pada tahun 2024. Berkat permintaan yang kuat dan peningkatan faktor beban, sedikit peningkatan profitabilitas kemungkinan terjadi pada tahun 2025.





TASTY TURKISH

Authentic Cuisine

AVAILABLE ON :



NUSA DUA : Food Park Silicon, Jl. Siligita No.3, Benoa
ULUWATU : Jl. Raya Uluwatu Pecatu No.50x, Pecatu

tastyturkishbali@gmail.com | +62 896-8899-0629 | @tastyturkishbali



Arabian Travel Market 2025 Dubai Akan Memimpin Perbincangan tentang Pertumbuhan Penerbangan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Arabian Travel Market (ATM) edisi ke-32 akan diselenggarakan di Dubai mulai 28 April hingga 1 Mei 2025, di Dubai World Trade Center (DWTC) yang terkenal.

Acara terkemuka ini akan mempertemukan para pemimpin global dari industri penerbangan dan perjalanan untuk membahas tren, inovasi, dan strategi utama yang akan membentuk masa depan pariwisata dan konektivitas.

Dilansir dari travelandtourworld.com, dengan fokus pada penerbangan berkelanjutan, teknologi mutakhir, perjalanan perusahaan, dan hiburan bandara, konferensi ini diharapkan akan menarik perhatian besar dari para profesional industri di seluruh dunia.

Pembahasan tentang Penerbangan Berkelanjutan Salah satu bidang fokus utama di ATM 2025 adalah munculnya bahan bakar penerbangan berkelanjutan (SAF), sebuah topik yang mendapatkan perhatian besar dalam industri penerbangan.

Menurut Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA), produksi SAF telah berlipat ganda pada tahun 2024, mencapai 1 juta ton, dengan proyeksi yang menunjukkan peningkatan menjadi 2,1 juta ton pada tahun 2025.

Hal ini menandai perkembangan yang signifikan bagi industri penerbangan, karena maskapai penerbangan berupaya mengurangi jejak karbon mereka.

Emirates dan Etihad telah memimpin dalam memanfaatkan SAF pada beberapa rute internasional, termasuk ke Bandara Changi Singapura, Amsterdam, London Heathrow, Paris, Lyon, Oslo, dan Jepang.

Langkah ini diharapkan menjadi pengubah permainan dalam perang melawan perubahan iklim sekaligus meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan sektor penerbangan.

Peran Teknologi dalam Penerbangan

Aspek penting lain dari ATM 2025 adalah eksplorasi teknologi baru dan perannya dalam mengubah industri penerbangan.

Kecerdasan buatan (AI) akan menjadi topik utama, dengan diskusi yang difokuskan pada bagaimana AI dapat membantu merampingkan operasi, meningkatkan pengalaman pelanggan, dan memastikan efisiensi operasional.

Penerapan AI berkisar dari mengoptimalkan rute penerbangan dan pemeliharaan prediktif hingga meningkatkan perjalanan penumpang dan membantu pengendalian lalu lintas udara.

Contoh penting dari kemajuan yang didorong oleh AI meliputi sistem kontrol lalu lintas udara berbantuan AI di Bandara Heathrow London, sistem manajemen bagasi bertenaga AI milik Japan Airlines, dan teknologi smart stand berbasis AI milik Bandara Gatwick, yang membantu waktu penyelesaian pesawat.

Seiring dengan terus diadopsinya AI dan teknologi lainnya oleh industri, inovasi ini akan mendorong masa depan perjalanan udara, mengurangi biaya, dan meningkatkan pengalaman penumpang secara keseluruhan.

Pertumbuhan Sektor Penerbangan

Pada tahun 2025, sektor penerbangan diperkirakan akan mengalami pertumbuhan yang signifikan, dengan pendapatan industri melampaui angka \$1 triliun untuk pertama kalinya. IATA memperkirakan bahwa jumlah pelancong akan mencapai 5,2 miliar, meningkat 6,7% dari tahun sebelumnya.

Selain itu, jumlah penerbangan diperkirakan akan mencapai 40 juta, yang menyoroti pemulihan yang kuat dan perluasan perjalanan udara global yang sedang berlangsung. Perjalanan korporat juga akan mengalami kebangkitan, dengan bisnis mengantisipasi peningkatan permintaan perjalanan.

Menurut laporan Flight Centre Corporate, 40% bisnis berencana untuk meningkatkan anggaran perjalanan mereka dari Juli hingga Juni 2025, dengan 42% perusahaan memperkirakan pengeluaran yang lebih tinggi daripada tahun 2024.

Kebangkitan perjalanan korporat ini diharapkan memiliki dampak signifikan pada industri perhotelan, yang perlu beradaptasi dengan perubahan permintaan dan tren.





Hiburan Bandara: Era Baru bagi Pelancong

Salah satu tren paling menarik yang muncul di bandara, khususnya di Timur Tengah, adalah konsep "gate escape", di mana bandara berevolusi menjadi pusat hiburan, relaksasi, dan kemewahan. Pelancong Gen Z dan milenial, yang mengutamakan kenyamanan dan waktu luang selama perjalanan mereka, mendorong tren ini. Bagi para pelancong ini, bandara tidak lagi hanya menjadi tempat untuk mengejar penerbangan, tetapi juga menjadi tujuan wisata tersendiri.

Riset prediksi perjalanan tahunan Booking.com mengungkapkan bahwa 43% pelancong Gen Z dan milenial kini memilih destinasi berdasarkan fasilitas bandara mereka, seperti tempat tidur kapsul (37% Gen Z dan 35% milenial), spa (31% Gen Z dan 29% milenial), dan restoran berbintang Michelin (22% Gen Z dan 24% milenial).

Pameran dan Kemitraan ATM 2025

Arabian Travel Market 2025 akan menampilkan beberapa peserta pameran baru dan lama dari sektor penerbangan, termasuk pemain besar seperti Emirates, flydubai, flynas, flyadeal, Air Charter Service, dan Mayfair Jets. Pada tahun 2024, sektor penerbangan mewakili 4,5% peserta pameran, menempati 10% ruang pameran. Dengan pertumbuhan signifikan yang diharapkan pada tahun 2025, kehadiran industri penerbangan di ATM akan terus berkembang.

Acara ini juga akan menampilkan beberapa sesi penting, termasuk "Connecting the Future of Travel: Aviation, Cruise & Rail" di Global Stage. Sesi ini akan membahas bagaimana kemajuan di sektor-sektor ini meningkatkan konektivitas baik secara regional maupun internasional, dengan fokus khusus pada pembangunan berkelanjutan dan proyek transformatif yang membentuk kembali jaringan pariwisata global.

Masa Depan Penerbangan dan Konektivitas

Melalui diskusi dan kolaborasi yang terfokus, ATM 2025 akan berfungsi sebagai platform penting untuk menata kembali masa depan penerbangan dan konektivitas global.

Pakar industri, pemimpin pemikiran, dan inovator akan berkumpul untuk berbagi ide dan membahas bagaimana teknologi dan keberlanjutan dapat mendefinisikan ulang perjalanan udara untuk tahun-tahun mendatang.

Dengan membahas tren terbaru dalam penerbangan, praktik berkelanjutan, dan kemajuan teknologi, ATM akan membantu membentuk masa depan industri penerbangan, menjadikan perjalanan lebih efisien, ramah lingkungan, dan menyenangkan bagi generasi mendatang.



30+ Statistik dan Tren Perjalanan Gen Z

Setiap generasi memiliki pendekatan yang berbeda terhadap pengalaman perjalanan—terutama generasi muda. Dibandingkan dengan generasi sebelumnya, pelancong muda lebih mengutamakan pengalaman unik dan memiliki pandangan yang berbeda terhadap perjalanan secara keseluruhan.

Dilansir dari *travelperk.com*, mengikuti perubahan ini adalah kunci untuk membantu merek perjalanan dan agen perjalanan memenuhi kebutuhan pelancong yang terus berkembang.

Untuk membantu Anda tetap menjadi yang terdepan, kami telah mengumpulkan lebih dari 30 statistik utama yang berkaitan dengan cara Gen Z bepergian—tetapi pertama-tama, mari kita lihat siapa sebenarnya yang termasuk dalam Generasi Z.

Apa itu Generasi Z?

Generasi Z—disingkat Gen Z—merujuk pada generasi yang lahir antara tahun 1999 dan 2012. Kelompok usia yang sangat adaptif ini memiliki beragam usia, dengan yang tertua berusia 28 tahun ini dan yang termuda berusia 13 tahun.

Orang dewasa Gen Z adalah penduduk asli digital pertama dan umumnya dikenal sebagai generasi yang paham teknologi yang tumbuh dengan ponsel pintar di tangan mereka.

Kehadiran daring yang konstan serta pertumbuhan platform media sosial dan kesadaran global yang meningkat semuanya berkontribusi pada pergeseran nilai konsumen, ekspektasi, dan tren perjalanan.

Konsumen Gen Z secara aktif mendefinisikan ulang apa artinya bepergian. Merangkul kebutuhan unik mereka sangat penting untuk memahami masa depan industri pariwisata dan perjalanan.

Menurut Komisi Perjalanan Eropa, pelancong muda cenderung kembali dan memberikan nilai tambah pada destinasi seiring berjalannya waktu dan menemukan destinasi perjalanan baru yang jarang dikunjungi

Mereka juga menggabungkan teknologi seperti aplikasi ke dalam perencanaan perjalanan serta mendapatkan manfaat budaya pribadi dan berkontribusi pada komunitas lokal yang mereka kunjungi

Generasi Z merupakan demografi pendatang utama yang perlu dipertimbangkan oleh penyedia layanan perjalanan dari semua jenis—mari kita bahas statistik yang menentukan persona perjalanan mereka.

Generasi Z merupakan pertimbangan besar bagi perusahaan perjalanan karena mereka menjadi segmen pasar utama. Mari kita lihat bagaimana mereka merencanakan, memesan, dan mengelola rencana perjalanan mereka.

Gen Z adalah pelancong yang sering bepergian, melakukan rata-rata tiga perjalanan liburan setiap tahun. 63% konsumen Gen Z telah melakukan pembelian perjalanan dalam 12 bulan terakhir. Karyawan milenial dan Gen Z merupakan pelancong bisnis terbesar, dengan 53% dari masing-masing kelompok berencana untuk bepergian untuk bisnis.

65% Gen Z diperkirakan akan menghabiskan lebih banyak uang untuk wisata rekreasi pada tahun 2024 dibandingkan tahun lalu. 88% konsumen Gen Z mengikuti setidaknya satu influencer wisata di TikTok. 45% Gen Z memercayai rekomendasi wisata yang dibuat oleh influencer. Pelancong Gen Z lebih menyukai saluran daring langsung untuk pemesanan tiket pesawat.

76% Gen Z lebih tertarik untuk berwisata daripada sebelumnya. Membenamkan diri dalam budaya lokal merupakan motivator wisata utama bagi setengah dari pelancong Gen Z. Hampir 60% konsumen Gen Z menggunakan program loyalitas saat mereka berwisata. 31% konsumen Gen Z merencanakan destinasi pantai/danau untuk liburan mereka berikutnya.

45% pelancong Gen Z bermaksud membeli pakaian, sepatu, atau koper pada bulan berikutnya untuk liburan mereka berikutnya. Hampir 75% pelancong Gen Z berencana melakukan perjalanan solo pada tahun 2024. Gen Z minum lebih sedikit alkohol daripada Generasi Milenial; mereka lebih suka bertamasya dan menikmati pengalaman budaya daripada berpesta dan minum banyak saat berlibur.

Seperlima konsumen Gen Z menggunakan kecerdasan buatan untuk rekomendasi perjalanan yang dipersonalisasi. Lebih dari sepertiga pelancong Gen Z berencana untuk memperpanjang perjalanan bisnis pada tahun 2024 untuk menikmati waktu luang sebelum atau setelah kewajiban kerja mereka.

75% pelancong Gen Z tertarik untuk merasakan pengalaman menginap di bar hotel lokal yang unik selama perjalanan mereka pada tahun 2024. 38% pelancong Gen Z menggunakan agen perjalanan tradisional alih-alih opsi pemesanan daring. Gen Z menghabiskan rata-rata \$11.766 untuk perjalanan; melampaui semua generasi lainnya. (HSS)



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](#)



Industri Pariwisata Global Merangkul Inisiatif ‘Perdamaian dan Pariwisata’

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Seiring dengan langkah industri pariwisata global menuju tahun 2025, penekanan baru pada hubungan simbiosis antara perdamaian dan pariwisata ditetapkan untuk mendefinisikan ulang paradigma industri.

Dilansir dari *newsinamerica.com*, pergeseran ini didorong oleh inisiatif dan diskusi yang menyoroti potensi pariwisata sebagai katalisator perdamaian, pemahaman budaya, dan pembangunan berkelanjutan.

Pemimpin industri mengadvokasi perdamaian melalui pariwisata

Pada akhir tahun 2024, seorang editor dan penerbit portal berita daring memulai dialog di antara para visioner perjalanan dan pariwisata global, dengan fokus pada peran pariwisata dalam membina perdamaian.

Lebih dari 20 pemimpin, termasuk menteri, profesional media, pemimpin lintas agama, dan akademisi dari berbagai wilayah seperti Karibia, Asia Tenggara, Afrika, dan Timur Tengah, menyumbangkan wawasan mereka.

Perspektif mereka menggarisbawahi kapasitas pariwisata untuk mempromosikan persahabatan, harmoni, dan ikatan budaya, bahkan di tengah ketegangan dan konflik geopolitik.

Kontributor menyoroti berbagai aspek perdamaian melalui pariwisata, mulai dari memfasilitasi kedamaian batin hingga menghilangkan hambatan perjalanan, mempromosikan dialog lintas agama, dan mendukung pembangunan masyarakat.

Contoh penting termasuk Rwanda, Irlandia, dan negara-negara Mekong, di mana pariwisata telah memberikan kontribusi signifikan terhadap rekonstruksi pascakonflik.

Namun, konflik yang sedang berlangsung, seperti yang terjadi di Tanah Suci, menghadirkan tantangan yang harus diatasi oleh industri untuk sepenuhnya memanfaatkan potensi pariwisata sebagai alat pembangunan perdamaian.

Komitmen UNWTO untuk 'Pariwisata dan Perdamaian' Organisasi Pariwisata Dunia, UN Tourism telah lama mengakui peran pariwisata dalam mempromosikan perdamaian dan pemahaman di antara negara-negara.

Pada tahun 2024, UNWTO menekankan hubungan ini dengan memilih "Pariwisata dan Perdamaian" sebagai tema Hari Pariwisata Dunia, yang diselenggarakan oleh Georgia.

Tema ini menggarisbawahi kemampuan unik pariwisata untuk menjembatani kesenjangan budaya dan menumbuhkan rasa saling menghormati.

Sekretaris Jenderal UNWTO Zurab Pololikashvili menyatakan, "Pariwisata menyatukan orang-orang. Pariwisata memiliki kemampuan unik untuk mempromosikan perdamaian antara dan di antara orang-orang di mana saja.

Sentimen ini mencerminkan komitmen organisasi untuk memanfaatkan pariwisata sebagai kekuatan untuk kebaikan, terutama di masa-masa tantangan global.

Inisiatif dan Deklarasi Global

Komitmen industri terhadap perdamaian dan keberlanjutan lebih lanjut ditunjukkan pada Konferensi Perubahan Iklim PBB 2024 (COP29) di Azerbaijan.

Lebih dari 50 pemerintah menandatangani deklarasi PBB yang bertujuan untuk menjadikan pariwisata global lebih ramah iklim, mengakui dampak signifikan sektor ini terhadap lingkungan dan potensinya untuk mendorong perubahan positif.

Deklarasi ini merupakan bukti upaya kolektif untuk menyelaraskan praktik pariwisata dengan tujuan perdamaian dan keberlanjutan yang lebih luas.

Jalan ke Depan: Mengubah pola pikir industri

Konvergensi berbagai diskusi dan inisiatif ini menandakan periode transformatif bagi industri pariwisata.

Dengan merangkul prinsip-prinsip perdamaian dan pemahaman budaya, sektor ini siap untuk mendefinisikan ulang perannya dalam lanskap global. Pergeseran paradigma ini mendorong para pemangku kepentingan industri untuk bergerak melampaui metrik keberhasilan tradisional, seperti keuntungan ekonomi, dan mempertimbangkan dampak sosial dan budaya pariwisata yang lebih luas.



Seiring industri mengadopsi fokus baru ini, beberapa strategi utama diantisipasi akan muncul:

Mempromosikan Perjalanan yang Bertanggung Jawab: Mendorong para pelancong untuk terlibat dengan destinasi dengan cara yang menghormati budaya lokal dan berkontribusi positif bagi masyarakat.

Memfasilitasi Pertukaran Lintas Budaya: Menciptakan peluang untuk interaksi yang bermakna antara wisatawan dan masyarakat tuan rumah untuk menumbuhkan saling pengertian.

Mendukung Pemulihan Pascakonflik: Memanfaatkan pariwisata untuk membantu proses rekonstruksi dan rekonsiliasi di wilayah pascakonflik.

Mengadvokasi Praktik Berkelanjutan: Menerapkan praktik ramah lingkungan yang memastikan pelestarian destinasi untuk generasi mendatang.

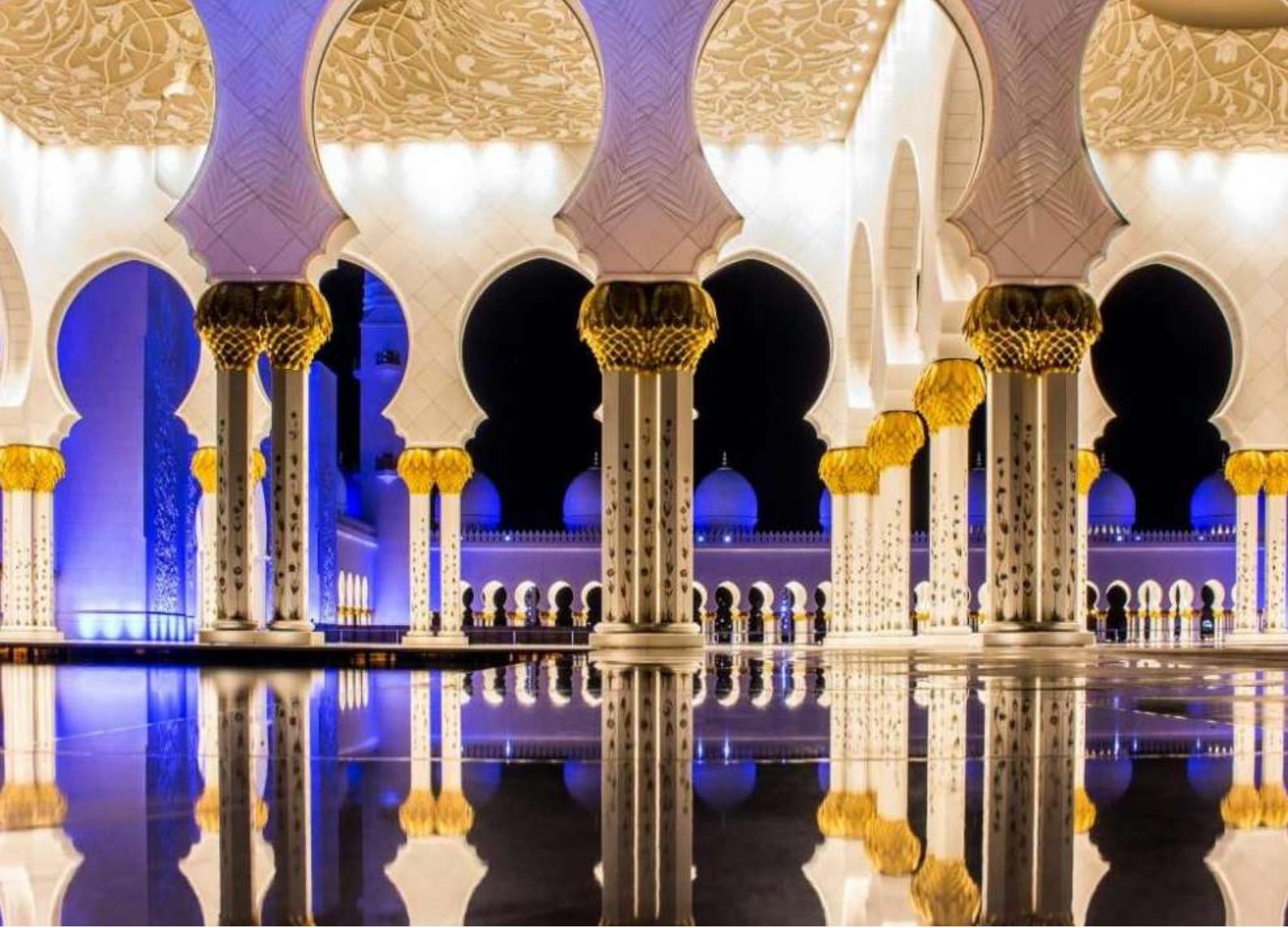
Tahun 2025 menandai momen penting bagi industri pariwisata global karena merangkul tujuan perdamaian dan pembangunan berkelanjutan yang saling terkait.

Melalui upaya bersama oleh para pemimpin industri, organisasi seperti UNWTO, dan pemerintah di seluruh dunia, pariwisata ditetapkan menjadi kekuatan yang lebih sadar dan berdampak.

Dengan memupuk perdamaian dan pemahaman, industri ini tidak hanya meningkatkan pengalaman perjalanan tetapi juga berkontribusi pada komunitas global yang lebih harmonis.

Seiring para pemangku kepentingan terus berkolaborasi dan berinovasi, visi pariwisata sebagai katalisator sejati bagi perdamaian menjadi semakin dapat dicapai, menjanjikan masa depan di mana perjalanan melampaui batas dan menyatukan orang-orang dalam kemanusiaan bersama.





Panduan Terbaik Anda untuk Destinasi Wisata Halal Terbaik di Dunia Arab Tahun 2025

OLEH HAFIZ MAQSOOD AHMED

PEMIMPIN REDAKSI HALAL TIMES

Bayangkan melangkah ke dunia tempat tradisi kuno berpadu mulus dengan modernitas mutakhir, tempat setiap hidangan, doa, dan momen santai menghormati dan merayakan nilai-nilai budaya dan agama Anda.

Selamat datang di jantung Timur Tengah pada tahun 2025—wilayah yang telah dengan ahli merancang pengalaman yang disesuaikan untuk pelancong Muslim yang cerdas.

Dari gedung pencakar langit Dubai yang berkilauan hingga pantai Muscat yang tenang, Timur Tengah menawarkan beragam destinasi ramah halal yang menjanjikan pemenuhan spiritual dan kemewahan.

Baik Anda sedang melakukan ziarah, mencari pendalaman budaya, atau sekadar mendambakan pelarian yang tenang, panduan ini akan memandu Anda melalui destinasi wisata halal terbaik di Timur Tengah, memastikan perjalanan Anda sama memperkaya dan tak terlupakan.

Apa itu Pariwisata Halal?

Pariwisata halal adalah segmen khusus dari industri perjalanan yang melayani kebutuhan wisatawan Muslim dengan memastikan bahwa setiap aspek perjalanan mereka mematuhi prinsip-prinsip Islam.

Seperti dilansir halaltimes.com, ini termasuk pilihan makanan halal, fasilitas salat, akomodasi sederhana, dan aktivitas yang menghormati nilai-nilai Islam.

Di luar hal-hal penting ini, pariwisata halal menekankan kepekaan budaya, menawarkan pengalaman yang memungkinkan wisatawan menjelajahi destinasi baru tanpa mengorbankan keyakinan agama dan budaya mereka.

Pentingnya Pariwisata Halal

Bagi wisatawan Muslim, pariwisata halal menawarkan ketenangan pikiran, memastikan bahwa pengalaman perjalanan mereka menyenangkan dan sesuai dengan keyakinan mereka.

Ini menumbuhkan rasa inklusivitas dan rasa hormat, mempromosikan pertukaran dan pemahaman budaya. Selain itu, pertumbuhan pariwisata halal berkontribusi pada pembangunan ekonomi di destinasi yang memprioritaskan melayani pasar ini, menciptakan lapangan kerja, dan meningkatkan ekonomi lokal.

Mengapa Memilih Negara-negara Timur Tengah untuk Pariwisata Halal?

Negara-negara Timur Tengah secara intrinsik terkait dengan warisan Islam, menaungi beberapa situs paling suci dalam Islam. Kota-kota seperti Mekkah dan Madinah di Arab Saudi merupakan pusat ziarah Islam, yang menarik jutaan Muslim setiap tahunnya untuk melakukan haji dan umrah.

Di luar kota-kota suci ini, Timur Tengah menawarkan kekayaan sejarah, arsitektur, dan tradisi yang sangat berkesan bagi para pelancong Muslim.

Selama dekade terakhir, negara-negara Timur Tengah telah berinvestasi secara signifikan dalam mengembangkan infrastruktur yang disesuaikan dengan pariwisata halal.

Dari hotel-hotel mewah dengan fasilitas salat hingga restoran bersertifikat halal dan pusat perbelanjaan yang luas, negara-negara ini dilengkapi dengan baik untuk memenuhi kebutuhan para pelancong Muslim.

Selain itu, banyak kota di Timur Tengah telah merangkul modernitas sambil melestarikan warisan budaya mereka, menawarkan perpaduan unik antara tradisi dan kenyamanan kontemporer.

Negara-negara Timur Tengah terkenal dengan keramah tamahan dan keamanannya, yang menjadikannya tujuan wisata yang menarik bagi para pelancong. Penduduk setempat dikenal dengan kehangatan dan keramahannya, dan pemerintah telah menerapkan langkah-langkah keamanan yang ketat untuk memastikan lingkungan yang aman bagi para pengunjung.



Kombinasi keramahan dan keamanan ini sangat menarik bagi para pelancong solo, keluarga, dan kelompok yang mencari pengalaman perjalanan yang nyaman dan aman.

Destinasi Wisata Halal Teratas di Timur Tengah

1. Dubai, Uni Emirat Arab



Dubai telah lama menjadi simbol kemewahan, inovasi, dan keramahan yang tak tertandingi. Pada tahun 2025, Dubai terus memperkuat reputasinya sebagai destinasi utama wisata halal, menawarkan perpaduan dinamis antara tradisi dan modernitas yang melayani khalayak global.

Burj Khalifa: Berdiri sebagai bangunan tertinggi di dunia, Burj Khalifa menawarkan pemandangan yang menakutkan dari dek observasinya, memberikan perspektif unik dari kota metropolitan Dubai yang luas.

Dubai Mall: Selain pilihan belanjanya yang luas, Dubai Mall memiliki banyak tempat makan halal, ruang salat, dan hiburan ramah keluarga, yang memastikan pengalaman yang nyaman bagi wisatawan Muslim.

Masjid Jumeirah: Terbuka untuk non-Muslim untuk tur berpemandu, Masjid Jumeirah adalah representasi indah dari arsitektur Islam dan menawarkan wawasan tentang praktik dan budaya Islam.

Safari Gurun: Rasakan serunya menjelajahi bukit pasir, menunggang unta, dan hiburan tradisional Emirat di lanskap gurun yang tenang di sekitar Dubai.

Komitmen Dubai terhadap pariwisata halal terbukti dari banyaknya restoran bersertifikat halal, hotel mewah dengan penunjuk arah kiblat, dan banyak masjid serta tempat salat yang berlokasi strategis di seluruh kota.

Integrasi yang mulus dari berbagai fasilitas ini memastikan bahwa wisatawan dapat menikmati masa tinggal mereka tanpa mengorbankan kewajiban agama mereka.

2. Amman, Yordania



Amman, ibu kota Yordania, adalah kota yang memadukan sejarah kuno dengan semangat modern. Terkenal dengan suasananya yang ramah dan warisan budaya yang kaya, Amman adalah pusat wisata halal yang sedang berkembang, yang menawarkan perpaduan situs bersejarah, keindahan alam, dan kenyamanan kontemporer.

Benteng: Bertengger di atas salah satu dari tujuh bukit Amman, Benteng menawarkan pemandangan kota yang indah dan menjadi rumah bagi bangunan bersejarah yang penting, termasuk Kuil Hercules dan Istana Umayyiah.

Teater Romawi: Amfiteater abad ke-2 yang mengesankan yang menyelenggarakan pertunjukan dan acara budaya, yang mencerminkan signifikansi sejarah Amman dan budaya modern.

Rainbow Street: Jalan yang ramai dengan kafe, restoran, dan toko, cocok untuk jalan-jalan santai dan merasakan kehidupan lokal.

Laut Mati: Hanya dengan berkendara singkat dari Amman, Laut Mati menawarkan pengalaman alam yang unik dengan airnya yang kaya mineral dan perawatan lumpur terapeutik.

Amman sangat siap untuk melayani wisatawan halal, dengan menyediakan banyak restoran bersertifikat halal yang menyajikan masakan tradisional Yordania dan hidangan internasional.

Banyak hotel menyediakan fasilitas salat, penunjuk arah kiblat, dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Perpaduan antara pesona sejarah dan infrastruktur modern kota ini memastikan masa inap yang nyaman dan menyenangkan.

3. Marrakesh, Maroko



Marrakesh, dengan pasar-pasarnya yang semarak, istana-istana yang menakutkan, dan taman-taman yang rimbun, adalah kota yang memikat Indra.

Sebagai destinasi wisata halal terkemuka, Marrakech menawarkan pengalaman Maroko yang autentik yang diperkaya dengan kenyamanan modern dan kedalaman budaya.

Objek Wisata yang Wajib Dikunjungi:

Jemaa el-Fnaa: Jantung Marrakech, alun-alun yang ramai dipenuhi pengamen jalanan, kios-kios makanan tradisional, dan pedagang pasar yang semarak, menawarkan pengalaman budaya yang mendalam.

Masjid Koutoubia: Masjid terbesar di Marrakesh, Masjid Koutoubia terkenal dengan menara masjidnya yang mengesankan dan taman-taman yang indah, yang berfungsi sebagai landmark spiritual dan arsitektur.

Istana Bahia: Contoh arsitektur Maroko yang menakutkan, Istana Bahia menampilkan ubin yang rumit, halaman yang luas, dan taman-taman yang rimbun.

Taman Majorelle: dirancang oleh seniman Prancis Jacques Majorelle dan kemudian dimiliki oleh Yves Saint Laurent, taman yang tenang ini adalah surga bagi tanaman eksotis dan warna-warna cerah.

Marrakesh adalah rumah bagi banyak restoran bersertifikat halal yang menawarkan berbagai masakan Maroko dan internasional. Riad tradisional dan hotel modern menyediakan area salat, memastikan bahwa para tamu dapat menjalankan salat harian mereka dengan mudah. Keramahmatan kota ini mencakup layanan khusus yang menghormati dan menghargai tradisi Islam.

4. Doha, Qatar



Doha, ibu kota Qatar, adalah kota yang melambungkan kemewahan modern sekaligus melestarikan warisan budayanya yang kaya. Sebagai pemain kunci dalam pariwisata halal, Doha menawarkan berbagai atraksi dan fasilitas yang melayani wisatawan Muslim yang cerdas.

Atraksi yang Wajib Dikunjungi:

Museum Seni Islam: Menampung koleksi artefak Islam yang luas dari seluruh dunia, museum ini merupakan bukti dedikasi Qatar untuk melestarikan dan memamerkan warisan Islam.

Souq Waqif: Pasar tradisional tempat pengunjung dapat menjelajahi berbagai barang, mulai dari rempah-rempah dan tekstil hingga suvenir dan kerajinan tangan, semuanya dalam suasana yang semarak dan autentik.

The Pearl-Qatar: Pulau buatan yang terkenal dengan tempat tinggal mewah, santapan lezat, dan pusat perbelanjaan mewah, menawarkan tempat istirahat mewah bagi para wisatawan.

Desa Budaya Katara: Sebagai pusat kegiatan budaya, Katara menyelenggarakan pameran seni, pertunjukan, dan festival, yang memberikan gambaran sekilas tentang dunia seni dan budaya Qatar.

Sektor perhotelan Doha dilengkapi dengan baik untuk melayani wisatawan halal, dengan berbagai restoran bersertifikat halal, fasilitas salat, dan akomodasi yang mengutamakan kebutuhan wisatawan Muslim.

Infrastruktur kota memastikan bahwa pengunjung dapat melakukan perjalanan mereka dengan nyaman dan mudah, sembari tetap menjalankan praktik keagamaan mereka.

5. Kairo, Mesir



Kairo, ibu kota Mesir yang luas, adalah kota tempat sejarah kuno dan budaya yang semarak bertemu. Landmark ikonik dan suasana yang ramah menjadikannya tujuan utama untuk wisata halal, yang menawarkan perpaduan unik antara yang lama dan yang baru.

Objek Wisata yang Wajib Dikunjungi:

Piramida Giza: Sebagai salah satu dari Tujuh Keajaiban Dunia Kuno, Piramida Giza wajib dikunjungi oleh setiap wisatawan. Piramida Agung dan Sphinx berdiri sebagai bukti sejarah Mesir yang kaya dan kehebatan arsitekturnya.

Museum Mesir: Rumah bagi koleksi artefak Mesir kuno yang luas, termasuk harta karun Tutankhamun, museum ini menawarkan penyelaman mendalam ke masa lalu Mesir yang bertingkat.

Bazaar Khan el-Khalili: Pasar yang ramai tempat pengunjung dapat berbelanja rempah-rempah, tekstil, perhiasan, dan suvenir, sambil membenamkan diri dalam budaya lokal.

Kairo Islam: Kawasan bersejarah ini adalah rumah bagi masjid, istana, dan jalan sempit yang memukau yang memamerkan keindahan arsitektur dan warisan Islam.

Kuliner Kairo yang beragam mencakup berbagai pilihan tempat makan halal, mulai dari hidangan tradisional Mesir hingga kuliner internasional.

Kota ini dipenuhi dengan masjid dan mushola, yang memastikan bahwa wisatawan Muslim dapat menjalankan ibadah harian mereka tanpa repot.

Akomodasi berkisar dari hotel mewah hingga riad tradisional, semuanya menawarkan fasilitas yang menghormati dan mengakomodasi praktik Islam.

6. Riyadh, Arab Saudi



Riyadh, ibu kota Arab Saudi, adalah kota yang kontras, tempat tradisi kuno bertemu dengan visi futuristik. Dalam beberapa tahun terakhir, Riyadh telah mengalami transformasi signifikan, memposisikan dirinya sebagai pusat pariwisata halal yang dinamis.

Objek Wisata yang Wajib Dikunjungi:

Benteng Masmak: Benteng bersejarah yang memainkan peran penting dalam penyatuan Arab Saudi, menawarkan pengunjung sekilas tentang warisan yang kaya dari negara tersebut.

Menara Kingdom Centre: Pencakar langit ikonik yang menampilkan jembatan layang dengan pemandangan kota yang indah, di samping pilihan tempat belanja dan bersantap kelas atas.

Museum Nasional Arab Saudi: Museum ini memamerkan sejarah, budaya, dan seni Arab Saudi, memberikan pemahaman mendalam tentang perkembangan negara tersebut.

Diriyah: Situs Warisan Dunia UNESCO, Diriyah adalah rumah leluhur keluarga kerajaan Saudi dan bukti sejarah negara yang bertingkat.

Sektor perhotelan Riyadh berkembang pesat untuk memenuhi permintaan wisatawan halal. Hotel-hotel menawarkan fasilitas salat, tempat makan bersertifikat halal, dan layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.

Investasi kota dalam infrastruktur memastikan bahwa pengunjung dapat menavigasi masa tinggal mereka dengan mudah, menikmati pengalaman tradisional dan kemudahan modern.

7. Muscat, Oman



Muscat, ibu kota Oman, adalah kota yang memancarkan ketenangan dan pesona. Terkenal dengan garis pantainya yang menakjubkan, benteng bersejarah, dan pasar yang semarak, Muscat adalah surga bagi wisatawan yang mencari pengalaman yang damai namun memperkaya budaya.

Objek Wisata yang Wajib Dikunjungi:

Masjid Agung Sultan Qaboos: Salah satu masjid terbesar di dunia, masjid ini memiliki arsitektur yang indah, lampu gantung besar, dan halaman yang tenang.

Mutrah Souq: Pasar tradisional tempat pengunjung dapat berbelanja kerajinan tangan, rempah-rempah, dan tekstil Oman, sambil menikmati suasana yang semarak.

Royal Opera House: Tempat utama untuk pertunjukan seni, menawarkan berbagai pertunjukan budaya yang memamerkan warisan seni Oman.

Benteng Al Jalali dan Al Mirani: Benteng bersejarah yang menjaga pintu masuk pelabuhan Muscat, menawarkan pemandangan menakjubkan dan sekilas sejarah pertahanan kota.

Akomodasi di Muscat terkenal akan keramahatannya, menyediakan fasilitas salat, pilihan bersantap halal, dan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

Penekanan kota pada pelestarian warisan budayanya sambil menyediakan fasilitas modern memastikan masa inap yang nyaman dan memuaskan bagi wisatawan halal.

8. Beirut, Lebanon



Beirut, yang sering disebut sebagai "Paris Timur Tengah", adalah kota yang penuh energi dan kreativitas. Nuansa kosmopolitannya, ditambah dengan sejarah yang kaya, menjadikannya destinasi yang menarik bagi wisatawan halal yang mencari kedalaman budaya dan daya tarik modern.

Museum Nasional Beirut: Museum ini menyimpan koleksi artefak yang mengesankan yang menelusuri sejarah Lebanon dari zaman prasejarah hingga era Ottoman.

Corniche Beirut: Kawasan pejalan kaki tepi laut yang indah, cocok untuk jalan-jalan santai, menawarkan pemandangan Laut Mediterania yang menakjubkan.

Area Pelabuhan: Distrik yang ramai dengan restoran, kafe, dan toko, ideal untuk merasakan kehidupan malam dan kuliner Beirut yang semarak.

Byblos: Salah satu kota tertua yang terus dihuni di dunia, Byblos menawarkan reruntuhan kuno, pelabuhan yang menawan, dan warisan budaya yang kaya.

Beirut melayani wisatawan halal dengan beragam restoran bersertifikat halal, fasilitas salat, dan akomodasi yang menghormati tradisi Islam. Perpaduan budaya Timur dan Barat, lama dan baru di kota ini memberikan pengalaman unik dan memuaskan bagi wisatawan Muslim.



9. Tunis, Tunisia

Tunis, ibu kota Tunisia, adalah kota yang memadukan sejarah kuno dengan semangat modern. Medina-medina bersejarah, masjid-masjid yang memukau, dan pasar-pasar yang ramai menjadikannya destinasi yang memikat bagi wisatawan halal yang mencari pengalaman budaya sekaligus relaksasi.

Objek Wisata yang Wajib Dikunjungi:

Medina Tunis: Situs Warisan Dunia UNESCO, Medina adalah labirin jalan-jalan sempit yang dipenuhi toko-toko, masjid-masjid, dan bangunan-bangunan bersejarah.

Museum Nasional Bardo: Terkenal dengan koleksi mosaik Romawi yang luas, museum ini menawarkan penyelaman mendalam ke dalam sejarah Tunisia yang kaya.

Kartago: Kota kuno Kartago adalah rumah bagi reruntuhan yang mengesankan yang mencerminkan signifikansinya dalam sejarah Mediterania.

Sidi Bou Said: Desa yang indah yang terkenal dengan arsitektur biru dan putihnya, menawarkan pemandangan Mediterania yang menakjubkan dan suasana yang tenang.

Tunis menawarkan berbagai pilihan tempat makan bersertifikat halal, mulai dari masakan tradisional Tunisia hingga hidangan internasional.

Akomodasi sering menyediakan fasilitas dan layanan salat yang disesuaikan untuk wisatawan Muslim, memastikan masa inap yang nyaman dan terhormat. Perpaduan antara pesona sejarah dan fasilitas modern di kota ini menjadikannya tujuan ideal untuk wisata halal.



10. Abu Dhabi, Uni Emirat Arab

Abu Dhabi, ibu kota Uni Emirat Arab, adalah kota yang melambangkan kemewahan dan kecanggihan. Dengan arsitekturnya yang memukau, pantai-pantai yang asri, dan objek wisata kelas dunia, Abu Dhabi menawarkan pengalaman luar biasa bagi wisatawan halal yang mencari waktu luang dan pengayaan budaya.

Masjid Agung Sheikh Zayed: Sebuah mahakarya arsitektur, masjid ini adalah salah satu yang terbesar di dunia dan menyambut pengunjung dari semua latar belakang untuk mengagumi keindahannya.

Louvre Abu Dhabi: Museum ikonik ini memamerkan seni dan artefak dari seluruh dunia, yang menekankan pertukaran dan pemahaman budaya.

Pulau Yas: Sebagai pusat hiburan dan waktu luang, Pulau Yas adalah rumah bagi taman hiburan, hotel mewah, dan pusat perbelanjaan kelas atas.

Istana Emirates: Sebagai simbol kemewahan, Istana Emirates menawarkan akomodasi mewah, santapan lezat, dan pemandangan Teluk Arab yang menakjubkan.

Industri perhotelan Abu Dhabi sangat memperhatikan kebutuhan wisatawan halal, dengan banyaknya restoran bersertifikat halal, fasilitas salat yang lengkap, dan akomodasi yang menawarkan layanan seperti penunjuk arah kiblat dan pilihan makanan halal.

Komitmen kota ini terhadap keunggulan memastikan bahwa wisatawan Muslim dapat menikmati masa tinggal mereka dengan nyaman dan mudah.

Tren Baru dalam Pariwisata Halal untuk Tahun 2025

Seiring dengan terus berkembangnya industri pariwisata halal, beberapa tren utama membentuk masa depan perjalanan bagi konsumen Muslim:

Perjalanan Berkelanjutan dan Ramah Lingkungan

Keberlanjutan menjadi perhatian utama bagi para pelancong di seluruh dunia, termasuk mereka yang berkecimpung dalam segmen halal.

Negara-negara Timur Tengah semakin mengadopsi praktik ramah lingkungan, mulai dari desain hotel berkelanjutan hingga pilihan transportasi hijau.

Para wisatawan halal kini mencari destinasi yang tidak hanya memenuhi kebutuhan keagamaan mereka, tetapi juga memprioritaskan tanggung jawab lingkungan.

Integrasi Teknologi

Kemajuan teknologi meningkatkan pengalaman perjalanan halal. Aplikasi seluler yang menyediakan informasi tentang restoran halal, waktu salat, dan masjid terdekat menjadi alat yang sangat diperlukan bagi para pelancong Muslim.

Selain itu, tour realitas virtual dan pengalaman realitas tertambah diintegrasikan ke dalam objek wisata untuk menawarkan pengalaman yang mendalam dan interaktif.

Retret Kesehatan dan Spiritual

Terdapat peningkatan permintaan untuk retret kesehatan dan spiritual yang menggabungkan kesejahteraan fisik dengan pengayaan spiritual.

Negara-negara Timur Tengah menanggapi dengan menawarkan paket-paket khusus yang mencakup berbagai kegiatan seperti yoga, meditasi, dan tur berpemandu ke tempat-tempat keagamaan dan bersejarah.

Retret-retret ini menyediakan pendekatan holistik untuk perjalanan, yang melayani tubuh dan jiwa.

Pengalaman Perjalanan yang Dipersonalisasi

Kustomisasi adalah kunci dalam memenuhi beragam kebutuhan wisatawan halal. Dari rencana perjalanan yang dipersonalisasi hingga layanan yang disesuaikan, destinasi wisata berfokus pada penyediaan pengalaman yang unik dan individual.





Tren ini didorong oleh keinginan untuk perjalanan yang lebih bermakna dan berkesan, yang memungkinkan pengunjung untuk terlibat secara mendalam dengan budaya dan lingkungan.

Pertumbuhan Perjalanan Berorientasi Keluarga

Perjalanan berorientasi keluarga sedang meningkat, dengan lebih banyak keluarga Muslim mencari destinasi yang menawarkan aktivitas dan fasilitas yang cocok untuk semua usia.

Negara-negara Timur Tengah memperluas penawaran ramah keluarga mereka, termasuk museum interaktif, taman hiburan, dan wisata edukasi, yang memastikan bahwa setiap anggota keluarga memiliki pengalaman yang menyenangkan dan memperkaya.

Merencanakan Perjalanan Ramah Halal Anda

Merencanakan perjalanan halal melibatkan pertimbangan cermat berbagai faktor untuk memastikan pengalaman yang lancar dan menyenangkan. Berikut adalah beberapa kiat penting untuk membantu Anda menavigasi perjalanan Anda:

Mulailah dengan meneliti destinasi yang sesuai dengan minat dan kebutuhan agama Anda. Pertimbangkan faktor-faktor seperti ketersediaan makanan halal, fasilitas salat, dan atraksi budaya.

Negara-negara Timur Tengah menawarkan berbagai pilihan, masing-masing dengan pesona dan penawaran yang unik.

Pastikan akomodasi Anda halal dengan memilih hotel yang menawarkan pilihan bersantap bersertifikat halal, fasilitas salat, dan layanan yang disesuaikan untuk wisatawan Muslim.

Banyak tempat usaha sekarang mengiklankan fasilitas halal mereka, sehingga memudahkan untuk menemukan akomodasi yang sesuai.

Saat merencanakan kegiatan harian Anda, pertimbangkan waktu salat. Identifikasi masjid atau mushola terdekat di area yang akan Anda kunjungi.

Aplikasi seluler dapat sangat berharga dalam memberikan waktu salat yang akurat dan menemukan fasilitas salat.

Teliti dan identifikasi restoran dan tempat makan bersertifikat halal di destinasi Anda. Negara-negara Timur Tengah kaya akan pilihan kuliner halal, menawarkan segalanya mulai dari hidangan lokal tradisional hingga masakan internasional. Jangan ragu untuk meminta rekomendasi atau meminta petunjuk dari penduduk setempat.

Memahami dan menghormati adat istiadat dan tradisi setempat sangat penting untuk pengalaman perjalanan yang positif.

Berpakaianlah dengan sopan, terutama saat mengunjungi tempat-tempat keagamaan, dan biasakan diri Anda dengan etiket setempat untuk memastikan interaksi yang penuh rasa hormat dengan masyarakat setempat.

Manfaatkan sumber daya perjalanan seperti agen perjalanan halal, aplikasi seluler, dan forum daring untuk meningkatkan pengalaman perjalanan Anda. Sumber daya ini dapat memberikan informasi, rekomendasi, dan dukungan yang berharga yang disesuaikan dengan kebutuhan wisata halal.

Seiring dengan terus berkembangnya dan beragamnya dunia perjalanan, wisata halal menjadi bukti meningkatnya permintaan akan pengalaman perjalanan yang inklusif dan penuh rasa hormat.

Negara-negara Timur Tengah, dengan warisan Islam yang mengakar kuat dan komitmen terhadap keramah-tamahan, menjadi yang terdepan dalam menyediakan destinasi yang memenuhi kebutuhan unik wisatawan Muslim.

Baik Anda mencari pengayaan spiritual, pendalaman budaya, atau relaksasi mewah, Timur Tengah menawarkan berbagai pilihan yang menjanjikan untuk membuat perjalanan Anda di tahun 2025 menjadi berkesan dan bermakna.

Merangkul wisata halal berarti lebih dari sekadar mematuhi praktik keagamaan; ini tentang merasakan dunia dengan cara yang menghargai nilai-nilai Anda dan memperkaya pemahaman Anda tentang beragam budaya.

Saat Anda memulai perjalanan, biarkan panduan ini menjadi teman Anda dalam menemukan destinasi wisata halal terbaik di negara-negara Timur Tengah, memastikan bahwa perjalanan Anda memuaskan sekaligus menginspirasi.





Singapura Memimpin Revolusi Kuliner Halal Global dengan Peluncuran HalalTrip Gastronomy Awards 2025

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Singapura terus memelopori inovasi dalam pengalaman kuliner Halal dengan peluncuran HalalTrip Gastronomy Awards (HTGA) 2025, edisi kedua dari penghargaan bergengsi yang merayakan keunggulan dalam kuliner Halal. Dilansir dari *halaltrip.com*, berdasarkan keberhasilan edisi perdananya, HTGA 2025 memperluas jangkauannya ke luar Singapura, dengan Johor sebagai wilayah pertama yang dikonfirmasi dalam perjalanan globalnya.

Perluasan ini menandai tonggak penting dalam misi HTGA untuk mengangkat gastronomi Halal di seluruh dunia. Pengumuman tersebut dilakukan pada HTGA 2025 Media and Partners Briefing, yang diadakan di Luzerne Venue, 15 Januari lalu. Pemangku kepentingan utama, termasuk perwakilan media, pemimpin industri makanan, pemenang Diamond Award tahun lalu, dan juara Chef Cook-Off, menghadiri acara tersebut.

HTGA 2025 bertujuan untuk menetapkan tolok ukur internasional untuk keunggulan kuliner Halal. Dimasukkannya Johor sebagai wilayah baru pertama menggarisbawahi ikatan budaya dan ekonomi yang kuat antara Singapura dan tetangga terdekatnya. Langkah ini semakin diperkuat oleh pengumuman terkini tentang Zona Ekonomi Khusus Johor-Singapura, yang bertujuan untuk mendorong kolaborasi dan inovasi di berbagai sektor, termasuk gastronomi.

"Kami sangat senang membawa HTGA ke Johor, kota dengan tempat makan Halal yang semarak dan hubungan budaya yang mendalam dengan Singapura," kata Raudha Zaini, Kepala Kemitraan & Proyek Strategis di HalalTrip. "Ekspansi ini merupakan bukti komitmen kami untuk merayakan dan mengangkat pengalaman bersantap Halal di seluruh dunia." Kota-kota tambahan akan diumumkan dalam beberapa bulan mendatang karena HTGA terus mengakui dan menginspirasi keunggulan kuliner di seluruh dunia.

HTGA 2025 akan mempertahankan kriteria evaluasinya yang ketat, memastikan bahwa hanya tempat makan Halal terbaik yang diakui.

Restoran akan dinilai berdasarkan lima pilar utama:

- Presentasi Kreatif
- Harmoni Rasa
- Kualitas Makanan
- Inovasi Menu

Keunggulan Layanan

Penghargaan tersebut akan menampilkan kategori yang sama seperti tahun lalu, termasuk Diamond Awards, Best-in-Class Awards, dan Chef Awards yang diadakan. Penghargaan ini tidak hanya menghormati keunggulan kuliner tetapi juga kreativitas dan dedikasi para koki dan pemilik restoran yang mendorong batasan masakan Halal.

Pada jumpa pers, HalalTrip juga berbagi wawasan utama dari HalalTrip Gastronomy Awards 2024, berdasarkan evaluasi anonim secara langsung terhadap lebih dari 100 restoran di Singapura. Evaluasi tersebut mengungkapkan presentasi kuliner dan penampilan rasa yang kuat, yang menunjukkan dedikasi industri untuk memberikan pengalaman bersantap berkualitas tinggi.

Namun, beberapa area untuk pertumbuhan disorot, khususnya dalam penawaran minuman, di mana tempat usaha dapat berinovasi dengan variasi dan kreativitas yang lebih besar untuk memenuhi preferensi pengunjung halal yang terus berkembang. Kategori Pengalaman Bersantap juga menekankan pentingnya konsistensi layanan, dengan umpan balik yang menunjukkan peluang untuk peningkatan perhatian staf, kebersihan, dan suasana.

Wawasan ini bertujuan untuk memandu tempat usaha yang berpartisipasi dalam meningkatkan pengalaman pelanggan mereka secara keseluruhan. Dari restoran yang dievaluasi, 16 dianugerahi peringkat 1 Diamond yang bergensi pada tahun 2024, yang menetapkan standar tinggi bagi yang lain untuk bercita-cita dalam penghargaan mendatang.

Penghargaan Gastronomi HalalTrip lebih dari sekadar penghargaan; penghargaan ini merupakan perayaan inovasi kuliner dan penghargaan atas cita rasa yang beragam dan kaya yang ditawarkan oleh masakan Halal, ungkap Chef Kamal, Presiden Federasi Kuliner Halal Singapura.

"Dengan HTGA 2025, kami bertujuan untuk menetapkan tolok ukur baru dalam keunggulan kuliner Halal, menginspirasi para koki dan tempat usaha untuk terus meningkatkan keahlian mereka." tambahnya.





Pariwisata PBB di FITUR 2025: Acara Penting untuk Kerja Sama Seluruh Sektor

Pariwisata PBB telah kembali ke pameran dagang internasional FITUR 22-26 Januari 2025 untuk memajukan peralihan sektor ini menuju aksesibilitas dan pertumbuhan yang lebih besar yang didorong oleh investasi dan inovasi.

UN -Tourism atau Pariwisata PBB yang mengumpulkan delegasi tingkat tinggi untuk merayakan hari jadinya yang ke-50, menegaskan kembali komitmen jangka panjangnya untuk menjadikan sektor ini sebagai pilar perdamaian dan pengertian.

Menatap 50 tahun ke depan, Pariwisata PBB sekali lagi menggunakan platform pameran dagang pariwisata terkemuka untuk memajukan prioritas masa kini dan masa depan, dengan fokus pada dukungan terhadap ide dan teknologi baru serta peningkatan investasi di sektor ini.

"Bersama-sama, kita telah membantu membentuk pariwisata global, membangun jembatan antara sektor publik dan swasta, mempromosikan dialog dan kerja sama, serta memajukan prioritas bersama seputar inovasi, keberlanjutan, dan ketahanan," kata Sekretaris Jenderal Pariwisata PBB Zurab Pololikashvili.

"Saat Pariwisata PBB merayakan ulang tahun ke-50, FITUR bertemu untuk ke-45 kalinya. Bersama-sama, kita telah membantu membentuk pariwisata global, membangun jembatan antara sektor publik dan swasta, mempromosikan dialog dan kerja sama, serta memajukan prioritas bersama seputar inovasi, keberlanjutan, dan ketahanan."

Dalam kerangka FITUR 2025, pimpinan Pariwisata PBB mengadakan serangkaian pertemuan tingkat tinggi dengan para delegasi, termasuk Menteri Pariwisata, pemimpin bisnis, dan perwakilan Negara Anggota.

FITUR 2025: Investasi pariwisata menjadi pusat perhatian Di Madrid, Pariwisata PBB menyambut para pemangku kepentingan utama untuk Sarapan Investasi khusus, yang diselenggarakan dalam kemitraan dengan Bank Pembangunan Amerika Latin dan Karibia (CAF).

Acara tersebut mempertemukan para ahli untuk fokus pada peluang dan tantangan utama untuk menumbuhkan investasi ke sektor tersebut di seluruh wilayah.

Pada kesempatan ini, UN Tourism mempersembahkan tambahan terbaru pada portofolio Pedoman Investasi "Tourism Doing Business" yang terus berkembang. Kedua publikasi baru tersebut berfokus pada lanskap investasi Panama dan juga Brasil, negara mitra FITUR 2025.

Menjadikan pariwisata lebih mudah diakses oleh semua orang

UN Tourism dan AccessibleEU menyelenggarakan acara sampingan khusus di FITUR (23 Januari) untuk lebih memajukan komitmennya dalam menjadikan pariwisata dan manfaatnya tersedia bagi semua orang.

Diselenggarakan bekerja sama dengan ONCE Foundation, Jaringan Eropa untuk Pariwisata yang Dapat Diakses, dan ILUNION Accesibilidad, acara "Pariwisata yang Dapat Diakses: Memanfaatkan Manfaat Destinasi Inklusif bagi Perusahaan dan Masyarakat" merayakan kemajuan yang telah dicapai di bidang ini, dengan memperjelas keuntungan bagi destinasi yang lebih inklusif.

Acara tersebut juga menilai tantangan yang menghalangi pembukaan destinasi bagi pengunjung dari semua kemampuan, dengan penekanan khusus pada infrastruktur dan penggunaan inovasi untuk meningkatkan aksesibilitas. Anggota Afiliasi Pariwisata PBB: Sekutu baru disambut.

Pariwisata PBB menyambut jaringan Anggota Afiliasinya yang terus berkembang di FITUR 2025, yang semakin memperkuat hubungan di seluruh sektor yang beragam. "Pojok Anggota Afiliasi" khusus diadakan, dengan fokus pada "Menargetkan Segmen Wisatawan".

Acara ini menilai area pertumbuhan utama dan area potensial lainnya bagi destinasi yang ingin mendiversifikasi penawaran pariwisata mereka.

Di FITUR, Pariwisata PBB menandatangani Nota Kesepahaman baru dengan Anggota Afiliasi CIFTT (Periklanan Pariwisata Audiovisual), yang dirancang untuk memajukan kreativitas. (HSS)





PT BAGUS HAROMAIN WISATA

Travel Umroh & Haji Plus

By : SK. KEMENAG. UMROH : D/451.TH.2020 1 HAJI PLUS : D/454.TH.2020



JADWAL KEBERANGKATAN FEBRUARI - DESEMBER 2025

9 HARI * 3 Rp. 27.450.000

Hotel Madinah :

Abraj Tabah/ Al Andalus Palace/ Royal Madinah/ Setaraf

Hotel Makkah :

Fajar Badee 2/ Amjad Al Jazeera/ Setaraf

12 HARI * 3 Rp. 30.000.000

Hotel Madinah :

Abraj Tabah/ Al Andalus Palace/ Royal Madinah/ Setaraf

Hotel Makkah :

Fajar Badee 2/ Amjad Al Jazeera/ Setaraf

9 HARI * 4 Rp. 30.400.000

Hotel Madinah :

Concord Dar Al Khair/ Satwat Al Madinah/ Al Sanabil/ Setaraf

Hotel Makkah :

Azka Al Sofa/ Ajiyad Mkareem/ Setaraf

12 HARI * 4 Rp. 32.950.000

Hotel Madinah :

Concord Dar Al Khair/ Satwat Al Madinah/ Al Sanabil/ Setaraf

Hotel Makkah :

Azka Al Sofa/ Ajiyad Mkareem/ Setaraf

9 HARI * 5 Rp. 36.500.000

Hotel Madinah :

Millenium Aqiq/ Taiba Front/ Setaraf

Hotel Makkah :

Pullman/ Satwa Orchid/ Movenpick/ Setearaf

12 HARI * 5 Rp. 42.500.000

Hotel Madinah :

Millenium Aqiq/ Taiba Front/ Setaraf

Hotel Makkah :

Pullman/ Satwa Orchid/ Movenpick/ Setearaf

* HARGA SEWAKTU - WAKTU DAPAT BERUBAH SESUAI KONDISI

HEAD OFFICE

PT BAGUS HAROMAIN WISATA

Jl. MAYJEN SUTOYO NO. 78,

PGC LT 2 NO UNIT 49

CILILITAN - KRAMATJATI JAKARTA TIMUR

BRANCH OFFICE :

LAMONGAN - SUKODADI - JAWA TIMUR

CONTACT PERSON

HANNY

+62813 8134 9269



Travelperk: Panduan Manajemen Perjalanan Perusahaan Tahun 2025

Manajemen perjalanan sedang mengalami perubahan besar—dari manajemen mikro menuju kepercayaan, transparansi, dan kesederhanaan.

Dilansir dari *travelperk.com*, faktanya adalah bahwa “kontrol” dan “kepatuhan” telah mendominasi percakapan seputar manajemen perjalanan perusahaan selama beberapa waktu. Dan itu tidak mengherankan.

Perjalanan bisnis adalah pengeluaran terbesar ke-2 setelah gaji karyawan, dan ketika dikelola secara efektif, perusahaan memperoleh pendapatan tambahan sebesar \$12,50 atau lebih untuk setiap dolar yang diinvestasikan dalam perjalanan bisnis. Ini adalah kebutuhan bisnis yang diketahui yang memang disertai dengan biaya tinggi.

Saat ini, pelancong bisnis menuntut pemesanan mandiri yang mudah dan pilihan perjalanan yang lebih banyak. Pada saat yang sama, perusahaan ingin mengurangi biaya dan meningkatkan ROI perjalanan perusahaan.

Memiliki program perjalanan yang dikelola atau bekerja dengan perangkat lunak manajemen perjalanan modern dapat membantu Anda mencapainya.

Panduan kami untuk manajemen perjalanan akan membantu Anda mencapai semua tujuan ini dan banyak lagi.

Apa itu manajemen perjalanan perusahaan?

Manajemen perjalanan melibatkan banyak proses. Manajemen perjalanan mencakup pengendalian, pelacakan, dan pelaporan biaya perjalanan perusahaan.

Perjalanan bisnis dapat dikelola oleh agen perjalanan perusahaan eksternal, manajer perjalanan internal, atau oleh profesional admin, seperti yang bertanggung jawab atas manajemen kantor.

Terlepas dari peran yang bertanggung jawab dalam mengelola perjalanan, sebagian besar bisnis juga mengandalkan platform perjalanan perusahaan untuk melacak biaya perjalanan bisnis, di antara fitur-fitur utama lainnya.

Apa yang dilakukan manajer perjalanan perusahaan?

Manajer perjalanan perusahaan biasanya adalah karyawan internal yang mengelola program perjalanan dan semua perjalanan bisnis untuk seluruh organisasi (sumber daya eksternal yang tidak termasuk dalam staf disebut agen perjalanan perusahaan).

Mereka menetapkan kebijakan perjalanan perusahaan, menangani tugas perawatan dan manajemen risiko, dan membantu perusahaan menavigasi perjalanan bisnis global dengan cara yang efisien dan efektif.

Bergantung pada ukuran organisasi, mungkin ada tim manajer perjalanan perusahaan, atau mungkin ada seseorang dari departemen SDM atau Operasional.

Tugas utama mereka meliputi:

- Memesan perjalanan untuk pelancong (tidak hanya eksekutif tingkat atas, tetapi karyawan dalam peran apa pun)
- Membantu masing-masing departemen melacak pengeluaran perjalanan mereka sehingga mereka dapat tetap berada di bawah anggaran.
- Memberikan dukungan perjalanan kepada pelancong sebelum, selama, atau setelah perjalanan mereka.
- Memilih dan mengelola vendor perjalanan atau alat perjalanan yang digunakan.
- Berusaha menegosiasikan tarif perusahaan untuk hotel yang sering digunakan perusahaan.

Memesan perjalanan kelompok.

- Mengatur transportasi darat seperti mobil sewaan atau kereta api
- Menganalisis pengeluaran perjalanan perusahaan, atau menyampaikan laporan pengeluaran perjalanan kepada CFO untuk dianalisis.
- Apa yang dilakukan oleh travel buyer?. (HSS)





Travel buyer bertanggung jawab untuk membeli atau melakukan outsourcing pembelian perjalanan perusahaan.

Ini berarti bermitra dengan vendor, menegosiasikan tarif, dan/atau memilih perusahaan manajemen perjalanan perusahaan dan mengawasi atau meninjau pekerjaan mereka.

Travel buyer biasanya membuat keputusan yang berdampak pada seluruh perusahaan, bukan hanya departemen tertentu.

Pemangku kepentingan dalam proses manajemen perjalanan

Memperbarui proses dan sistem manajemen perjalanan Anda benar-benar merupakan upaya tim. Bergantung pada ukuran perusahaan Anda, ini mungkin memerlukan kolaborasi dengan:

- Manajer perjalanan perusahaan internal
- Manajer kantor atau tim kantor
- Kepala operasi/COO
- CFO dan manajer keuangan
- CEO
- Panel karyawan yang sering bepergian

*Agen perjalanan perusahaan atau perusahaan saat ini
Beberapa kolega akan sangat terlibat dalam proses (seperti keuangan dan operasi) sedangkan yang lain akan memberikan umpan balik dan persetujuan (seperti pelancong yang sering bepergian).

Solusi apa yang digunakan perusahaan untuk memesan perjalanan bisnis mereka?

Jadi, bagaimana perusahaan memesan perjalanan bisnis mereka? Mari kita lihat beberapa solusi yang paling banyak digunakan.

Situs pemesanan konsumen

Situs ini tidak dirancang untuk perjalanan korporat, tetapi banyak bisnis memesan langsung di situs web akomodasi/maskapai penerbangan, atau menggunakan agregator seperti Expedia atau Kayak.

Agen perjalanan tradisional

Seperti situs pemesanan konsumen, agen-agen ini secara tradisional digunakan untuk perjalanan liburan. Sebagian besar agen ini akan menawarkan alat pemesanan daring, tetapi jika tidak, pelanggan perlu meminta perjalanan mereka melalui telepon atau email.

Perangkat lunak manajemen perjalanan

Perangkat lunak manajemen perjalanan perusahaan adalah masa depan perjalanan bisnis, dan semakin banyak perusahaan menggunakannya untuk perjalanan mereka.

Ini adalah pilihan terbaik bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat, yang akan kita bahas di bagian berikutnya.

Namun, tidak semua perangkat lunak yang digunakan untuk mengatur perjalanan perusahaan dibuat sama. Anda perlu menemukan perangkat lunak yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan Anda.

Sesuai dengan tumpukan teknologi Anda, dan secara umum mencapai tujuannya untuk membuat hidup Anda lebih mudah dan perjalanan Anda lebih lancar.

Pelancong korporat mencari tujuan, fasilitas, dan pertumbuhan pribadi. Pelancong bisnis memesan perjalanan yang lebih lama dan lebih 'bertujuan' untuk memanfaatkan pengalaman sebaik-baiknya. (Advantage Travel Partnership)

Pelancong bisnis paling bersemangat dengan fasilitas berikut:

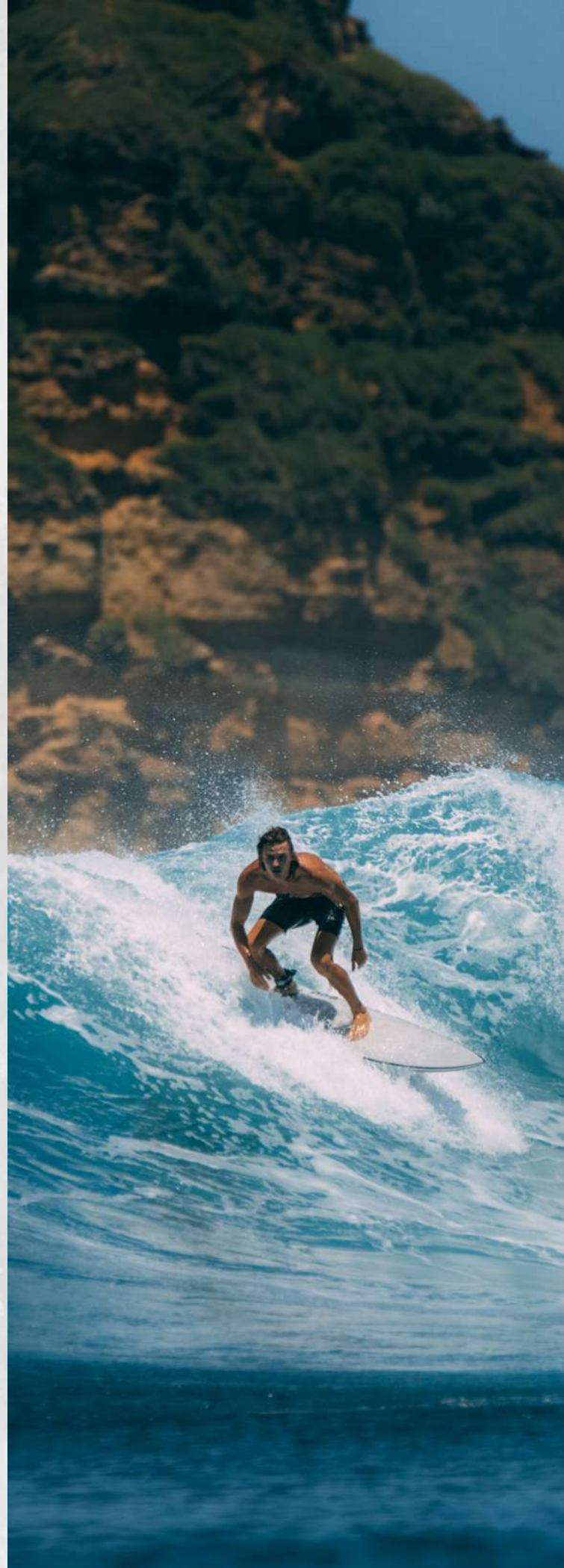
- Bar hotel (51%)
- Fasilitas kebugaran di lokasi (51%)
- Kolam renang dalam/luar ruangan (48%)
- Fasilitas relaksasi di lokasi (46%)
- Ketika ditanya apa yang paling membuat mereka bersemangat tentang perjalanan bisnis, karyawan menyoroti (Booking.com):
- Pilihan bersantap dengan biaya penuh (52%)
- Akomodasi mewah (47%)
- Tunjangan harian (34%)
- Manfaat premium (33%)

Saat bepergian ke luar negeri, pelancong melaporkan dampak yang kuat pada (Booking.com):

- Pengembangan pribadi (90%)
- Kesadaran diri (87%)
- Kesehatan mental (77%)
- Kesehatan fisik (74%)
- Keluarga/hubungan (64%)

Jendela perencanaan perjalanan Anda akan lebih pendek. Anda akan mencari tiket dan akomodasi mendekati tanggal keberangkatan Anda daripada sebelumnya.

Data dari platform kami sendiri mengungkapkan bahwa pencarian untuk perjalanan yang akan dilakukan dalam waktu kurang dari 6 hari kini hampir sama dengan pencarian untuk perjalanan yang akan dilakukan dalam waktu antara 7 dan 30 hari. (HSS)





Makan dan Ngobrol Yuk, Di Kunena Eatery

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sejak berada di dalam kereta menuju Jogjakarta, mbak Renny Djayoesman sudah menyebut-nyebut nama Kunena Eatery, di Jl. Kopol Bambang Suprpto No. 4 Baciro, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta.

"Kita kulineran kesana ya, aku sudah lihat di Google, suasananya enak deh dan ini punya putrinya Enny Djarot, salah seorang temanku loh," kata Renny Djajoesman mempromosikannya.

Pertemanan 40 tahunan, baru kali ini kami rayakan dengan berwisata ke Jogja bersama Wita Dachlan dan Siska Massardi. Idenya ya dari lady rocker itu yang sudah hijrah dan mendalami Islam.

Rupanya baik Renny, Wita dan Siska, istri dari alm Yudhistira Massardi sudah sering mendampingi Safari Sastra Yudhistira ANM Massardi, ke berbagai daerah.



Satrawan Yudhistira Ardi Noegraha Moelyana Massardi atau dikenal dengan nama Yudhistira ANM Massardi yang tahun lalu wafat dikenal juga sebagai penulis, pelukis, wartawan senior di berbagai majalah termasuk Tempo.

Saya sendiri sibuk sebagai kuli tinta dengan beragam liputan di dalam dan luar negeri sehingga suka error, tidak nyambung kalau selama perjalanan mereka bertiga mengenang acara Safari Sastra itu. Tapi tahun 2019, Wita sempat jadi 'Ibuku' dalam teater berjudul Ayahku Pulang di Gelanggang Remaja Bulungan yang di sutradarai oleh Renny Djajoesman.

Setelah tiga malam menginap di Jogja, sebelum besok pagi kembali pulang ke Jakarta, kami sampai juga di depan bangunan bergaya Skandinavia bercat putih dengan banyak kaca di tampilan depannya tempat Kunena Eatery berada.



Memiliki bangunan unik dan dibagian depan kita bisa menaiki tiga anak tangga berpagar besi ditutupi pepohonan tanaman hias palem-paleman. Kalau siang hari pengunjung bisa foto-foto sebelum melongok ruang dalam nih, pikir saya.

Wow, ucapan spontan kami bertiga melihat interior ruangan dalam. Ruangannya tanpa sekat tapi ada bagian kasir, tempat display roti bakery, kursi-kursi dan meja kayu didominasi warna cokelat menghadirkan kesan hangat. Selain Furniturnya yang didominasi oleh material kayu solid.



Tembok-temboknya dihiasi ornamen mosaik keramik berbentuk pentagon yang disusun apik. Sebagian lagi dihias menggunakan bata unfinish dan kayu, mengusung warna touch of blue. Sebagian lantai ruang tengah juga warna warni.

Lampu-lampunya tak kalah berseni, bergantungan memancarkan cahaya jingga temaram. Pastinya instagramable banget! dan padu padannya memanjakan mata. Sambil berjalan menuju toilet, di sudut belakang ada dapur bersih bergaya bar dan dilorong ada dua ayunan serta meja kecil untuk gelas minuman.

Ada dua keluarga di dalam ruang utamanya dimana anak-anaknya sibuk sendiri dengan menggambar dan lainnya membaca buku. Sedangkan kedua orangtuanya masing-masing nampak lagi ngobrol mesra sambil senyum-senyum dan icip-icip hidangan di depan mereka.

Dari salah satu postingan di YouTube, dapat info nama ownernya adalah Tya Roten yang sejak umur 19 tahun suka dengan kuliner, dunia fashion dan lifestyle serta suka nongkrong bersama komunitasnya.

Tak heran ketika sudah bertransformasi menjadi entrepreneur, cita rasa dari apa yang menjadi passionnya dituangkan menjadi ruangan yang cozy. Disadari atau tidak sudut-sudut ruangannta bisa menjelma menjadi spot-spot foto yang keren.

Nama Kunena sendiri diambil dari bahasa Afrika yang artinya (saling) bicara, jadi si owner ingin tempat usahanya ini menjadi tempat keluarga mempererat ikatan keluarga (bonding), tidak masing-masing main HP tapi saling bercerita tentang kesehariannya.

Target pengunjung selain keluarga adalah komunitas termasuk para pebisnis yang mau hang-out di tempat nyaman tanpa alkohol dan murni untuk menikmati keindahan di sekeliling apalagi jendela kaca ada dimana-mana dan masih ada ruangan- ruangan terbuka di bagian belakang termasuk playground, Masha Allah !.

Resto ini menawarkan menu lezat dan otentik baik dari Indonesia seperti nasi goreng, empal gentong. American food seperti beef burger dan steak, Asian food seperti dimsum dan nasi Hainan ayam. Menu Eropanya antara lain lasagna, creamy spaghetti, Carbonara dan pizza.

Tak heran menunya beragam dan tak cukup sekali datang karena beli minuman dan makanan pembuka saja sudah bikin kenyang. Cheese platters, starter buah goreng, spaghetti brulle, onion ring, semua tampil menggoda.

Minumannya sangat banyak pilihan mulai dari minuman panas dan dingin didominasi teh dan kopi dengan variasi racikan. Jenis minumannya ada soda pop seperti kiwi mujito, aneka juice, hingga shake rasa coklat, strawberry dan vanila dengan takaran pas.

Maklum kalau soal minuman lidah ini sudah ahli menikmati. Buat yang proses membuatnya pakai takaran plus hati ikhlas maka rasanya enak dan tentu menyenangkan.



Sebaliknya resto atau cafe yang bikin menu tak seindah aslinya alias ngasal tapi harga selangit! maka bisa membuat pengunjung kapok. Saya akhirnya memilih makanan pembuka mushroom soup dan steak, yang lain pilih burger dan menu lainnya seperti pizza.

Pengalaman pertama kulineran di Kunena Eatery ini memang tidak mengecewakan. Boleh dibilang mushroom soup si juara rasa yang enak pol kebetulan kami berempat masing-masing kompak memesan menu pembuka itu.

Pilihan menu yang ditawarkan sangat beragam, semuanya menggoda selera. Saya sampai kehilangan kata-kata karena kekenyangan dan rasanya tidak ada menu yang mengecewakan.

Melihat kami mulai makan dengan slow motion alias melambat karena kekenyangan, sang lady rocker Renny Djajoesman menawarkan Cordon Bleu yang fillet dada ayamnya tebal diisi dengan daging asap dan keju quick melt cukup banyak diletakkan di tengah-tengah.

"Ini termasuk menu favorit loh, kita makan tengah aja habiskan bersama-sama, oke ya," kata Renny bersemangat. Namun tidak ada yang mengganggu setuju malah diam-diam menguap apalagi udara dingin dan hujan gerimis turun membasahi malam.

Penyanyi lawas yang prestasinya berkibar semasa Harry Roesli, Ikang Fauzi, Jelly Tobing dan Euis Darliah ini geli melihat The Geng kekenyangan dan berjalan keluar. "Duh mbakyu, kalau saya sering ke Jogja sepanjang tahun dan mampir terus ke Kunena rasanya belum semua menu bisa saya coba nih. Next time kita kembali lagi yah..."





Dr. Ali Nurdin, MA: “Sabar Itu Keberuntungan”

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Selama umat manusia masih hidup maka ujian akan datang padanya dalam bentuk kesusahan maupun kesenangan. Kuncinya adalah sabar karena dengan bersabar maka umat Islam akan menerima keberuntungan sesuai janji Allah SWT, kata Dr Ali Nurdin MA membuka pengajian awal tahun Citos Swimmer Community (CSC).

“Setiap manusia pasti diuji dengan berbagai masalah, baik dalam bentuk kesulitan ekonomi, kesehatan, hingga hubungan antar sesama,” ungkapnya pada anggota CSC yang hadir baik Muslim maupun Non-Muslim.

Pengajian berlangsung di rumah salah satu anggotanya, Itje Her yang memiliki jaringan salon kecantikan. Di hadapan para perenang ini Ali Nurdin mengatakan janji Allah adalah menyayangi orang-orang yang sabar.

Oleh karena itu saat menerima ujian dalam bentuk kesusahan atau kesenangan maka seseorang yang bersabar dan mengambil hikmah dari kesulitan yang dihadapinya dan akan langsung beruntung karena terbukanya pintu-pintu kemudahan untuk mengatasi persoalan yang sedang diuji padanya.

“Kalau manusia, janji pada istri tapi dia juga yang mengingkari. Jadi si suami cuma insya Allah. Kalau janji Allah itu pasti dan ada di berbagai surat dan ayatnya seperti Firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surah Ali Imran ayat 146, “Allah mencintai orang-orang yang sabar.”

Tidak heran data terbaru, perceraian dalam rumah tangga 40% tuntutan dari pihak istri. Perceraian tersebut banyak alasannya meski ada pepatah “Di balik sukses suami ada istri yang hebat. Namun kenyataannya sekarang pepatahnya jadi dibalik istri yang sukses ada suami yang stres, tambahnya disambut gelak tawa jamaahnya.”

Fenomena itu karena kurangnya seseorang untuk bersabar karena baik saat menerima kesusahan maupun kesenangan, harus direspons dengan sikap bersyukur dan cara seseorang menyikapi situasi ujian yang dihadapinya itulah yang penting dalam menghadapi segala bentuk ujian untuk meraih solusi, tambahnya.

Al-Qur'an secara jelas memberikan banyak pedoman untuk tetap sabar, tabah, dan beriman dalam menghadapi ujian tersebut. Sabar bukan hanya sebatas menahan diri, tetapi juga sebuah bentuk keimanan yang mendalam kepada Allah SWT.

"Dan berikanlah berita gembira kepada orang-orang yang sabar. (yaitu) orang-orang yang apabila ditimpa musibah, mereka mengucapkan: "Inna lillaahi wa innaa ilaihi raaji'uun". Mereka itulah yang mendapat keberkatan yang sempurna dan rahmat dari Tuhan mereka dan mereka itulah orang-orang yang mendapat petunjuk," (Q.S. Al-Baqarah : 155-157)

Ustad Ali Nurdin mengingatkan bahwa semua adalah milik Allah termasuk ketika diuji dengan berbagai penyakit maka ruh dan badan kita termasuk organ-organ tubuh di dalamnya adalah milik Allah sehingga ketika ujian kesehatan itu datang maka rawatlah tubuh kita ini sesuai ajaran agama dan menjaga pola makan.

"Bentuk ujian itu macam-macam dan dalam kehidupan rumah tangga juga masalahnya macam-macam bisa dari harta, dari anak. Tapi sekarang ujiannya bisa juga dari mantu atau besan yang tiba-tiba jadi tertuduh, tersangka kasus di luar kemauan kita," ungkapnya.

Intinya seseorang tidak bisa memilih mau menghadapi ujian apa karena semuanya dari Allah SWT. Jadi yang penting adalah melatih diri untuk terampil mengatasi masalah dan menghadapinya dengan kesabaran dan beriman kepada Allah SWT.

Banyak orang mencari kebahagiaan di luar rumah supaya punya rumah baru, mobil baru padahal yang dicarinya semata-mata kesenangan bukan kebahagiaan yang justru ada pada anggota keluarganya sendiri baik istri maupun anak-anaknya. Ketika anak sudah menikah keuangannya membesar dengan tambahan cucu, besan dan lainnya.

"Jadi jangan melihat keberuntungan orang lain yang memiliki kekayaan berlimpah, seolah hidupnya senang, bisa jalan-jalan ke luar negeri karena ada ujian kesenangan tersendiri yang Allah berikan pada tetangga kita itu," kata Ali Nurdin.

Dia mengingatkan pepatah "Sawang sinawang" berasal dari kata "sawang" dalam bahasa Jawa yang berarti "lihat". Jika diartikan dalam satu ungkapan maka "sawang sinawang" merupakan perilaku untuk tidak membandingkan kehidupan pribadi dengan kehidupan orang lain, karena apa yang dilihat atau dipandang dari kehidupan orang lain belum tentu seindah kenyataannya.



Dr. Ali Nurdin, MA



Hal yang harus kita miliki adalah yakin dan percaya bahwa ujian itu datang atas izin Allah jadi kalau bisa mengambil hikmahNya maka Allah SWT dengan 99 Asmaul Husnanya tidak akan pernah menzolimi umatnya.

"Sementara umatnya yang sedang diuji berprasangka buruk pada penciptanya dengan menulis di status media sosialnya " Apa salahku Tuhan ?,". Padahal kalau memilih bersabar dan Allah izinkan kita bersabar maka dia memberikan kekuatan,"

Allah Subhanahu Wata'ala juga akan memberikan keberuntungan bagi orang-orang yang sabar, sesuai dengan surat Ali Imran ayat 200.

"Hai orang-orang yang beriman, bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga (di perbatasan negerimu) dan bertakwalah kepada Allah, supaya kamu beruntung," (Q.S Ali Imran : 200)

Itulah sebabnya untuk menghindari masalah atau ujian-ujian hidup dan tidak membanding-bandingkan kekayaan orang lain maka kuncinya harus bersyukur. Orang yang bergelimang harta juga harus bersyukur dari ujian harta karena tuntunan agama untuk itu juga ada agar hidup selamat di dunia dan di akhirat.

"Hati-hati kalau sudah kaya tapi tidak bahagia dan tidak bersyukur maka jawabannya adalah introspeksi diri. Surat Ibrahim ayat 7 mengingatkan umat Islam untuk selalu bersyukur. Sebab jika sering bersyukur, Allah SWT akan melipatgandakan nikmat, sedangkan jika kufur ada azab yang menanti,"

Ustad yang penuh rasa humor ini juga mengungkapkan Samadnya dari ajaran atau nilai dalam kebudayaan Jawa yang menekankan pada kehidupan yang sederhana, tidak berlebihan atau mengambil secukupnya. Kehidupan yang sederhana, tutupnya.

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

