

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 62

april 2025

tidak untuk diperjualbelikan

**Menavigasi Adopsi AI dalam
Pariwisata**

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



International RANAH MINANG HALAL LIFESTYLE FESTIVAL

Universitas Baiturrahmah
Padang Sumatera Barat

Sabtu, 3 Mei 2025 | 08.00 s.d 17.00 WIB

INTERNATIONAL SEMINAR



Welcoming Address
Prof. Dr. Septa Nirwandar, SE., DESS.
Chairman of Indonesia Halal Lifestyle Center



Opening Remarks
Prof. Dr. Ir. H. Musliar Kasim, M.S.
Rector of Baiturrahmah University



Hj. Maisarnis
Chairperson of Baiturrahmah Foundation



Keynote Speaker
Prof. Nassarudin Umar
Minister of Religious Affairs of the Republic of Indonesia



Keynote Speaker
Dr. Fadli Zon, S.S., M.Sc.
Minister of Culture of the Republic of Indonesia



Opening Remarks
Ouadia Benabdellah
Ambassador of Morocco



Opening Remarks
H. Mahyaldi Ansharullah
Governor of West Sumatra



Opening Remarks
Fadly Amran
Mayor of Padang

AMBASSADORS



H.E. Abdulla Salem Obaid Salem Alshaher
Ambassador Of The United Arab Emirates



H.E. Ahmad AbdullaAhmed Alharasui Alhajeri
Ambassador Of The Kingdom Of Bahrain



H.E. Sudqi Atallah Abd Alkader Al Omoush
Ambassador Of The Hashemite Kingdom Of Jordan



H.E. Yasser Hassan Farag Elshamy
Ambassador Of The Arab Republic Of Egypt



H.E. Mr. Mohamed Trabali
Ambassador Of The Republic Of Tunisia



H.E. Mr. Ramil Rzaev
Ambassador Of The Republic Of Azerbaijan



H.E. Mr. Jamin Lima
Ambassador Of Bosnia & Herzegovina



H.E. Macocha Tambale
Ambassador Of The Republic Of Tanzania



H.E. Sheikh Mohamed Ahmad Salim Al Shamsir
Ambassador Of The Sultanate Of Oman



H.E. Fausiya Edress Al-Sakiti
Ambassador Of The State Of Qatar



H.E. Masfaww Safullah Baloch
Ambassador Of The Islamic Republic Of Afghanistan

SPEAKERS



Assoc. Prof. Dr. Winal Dahlan
Founder of Halal Science Center Chulalongkorn University, Thailand



Prof. Irwandi Jaswir, M.Sc., Ph.D.
International Institute for Halal Research and Training, IILM, Malaysia



Fahsh Ali
Founder & CEO SmartDevo - Singapore



Kim So Il
Founder of Bussan Indonesia Center



Dr. Ir. Yan Haryandi, MP
Head of Animal Health Center, Halal Supervisor & Auditor UPOM MAL



Nadia Mira Kusumawatiyana, S.Si., M.Sc.
Researcher, University of Darussalam Gantar



Dr. Edi Suandi, SE, MM
Lecturer, University of Baiturrahmah Padang



Ali Fahmi Prawiranegara
Founder Sindokhai



Riyanto Sofyan, B.S.E.E. MBA
President Commissioner of PT Sofyan Hotels Tbk.



M. Gunawan Yanti
Moderator

WMC TALKS



Prof. Dr. Ir. Y. Bayu Krisnamurthi, M.S.



Prof. Ir. Bambang Susantono, MCP, MSCE, Ph.D.



Prof. Dr. rer. publ. Eko Prasjo, Mag. rer. publ.



Prof. Dr. H. Fasil Jalal Ph.D.



Ir. Susilo Siswoutomo



Dr. Rusman Heriawan, S.E., M.Si.



Prof. Dr. Mahmuddin Yasin, MBA



Prof. dr. Ali Ghuftron Mukti, M.Sc., Ph.D., AAK



Prof. Dr. Septa Nirwandar, S.E., DESS.
Chairman of Indonesia Halal Lifestyle Center

GALA DINNER & MODEST FASHION SHOW

Rumah Gonjong
Baiturrahmah

Padang - Sumatera Barat

Sabtu, 3 Mei 2025 | 19.00 s.d 21.00 WIB

Sponsored by:

Wardāh Kahf
inspiring beauty



FOREWORD



Artificial Intelligence (AI) atau Kecerdasan Buatan adalah cabang ilmu komputer yang berfokus pada pembuatan sistem atau mesin yang bisa melakukan tugas-tugas yang biasanya membutuhkan kecerdasan manusia. Contohnya seperti mengenali suara atau wajah, memahami bahasa manusia, bermain catur atau game strategi, mengemudi mobil (seperti mobil otonom), memberi rekomendasi (seperti film di Netflix atau produk di Tokopedia).

AI bekerja dengan meniru cara manusia berpikir dan belajar. Ada beberapa jenis AI, dari yang sederhana (misalnya sistem aturan atau logika) sampai yang canggih seperti machine learning dan deep learning, yang memungkinkan mesin belajar dari data dan pengalaman.

Contoh AI yang sering kita temui dalam kehidupan sehari-hari seperti jadi asisten virtual. Contohnya: Siri (Apple), Google assistant, Alexa. Mereka bisa menjawab pertanyaan, memberi pengingat, memutar musik, atau mengatur jadwal hanya dengan perintah suara.

Rekomendasi di Aplikasi YouTube, Netflix, atau Spotify: AI menganalisis apa yang sering kamu tonton atau dengarkan, lalu menyarankan konten serupa. Tokopedia dan Shopee: AI menampilkan produk berdasarkan pencarian dan belanjaan sebelumnya.

Google Maps & Waze: Menggunakan AI untuk memberikan rute tercepat, memprediksi kemacetan, dan memperkirakan waktu tiba. Filter Kamera & Edit Foto Otomatis maka AI mengenali wajah, menyesuaikan cahaya, bahkan bisa menghilangkan objek dari foto secara otomatis.

Untuk email: Gmail menggunakan AI untuk menyaring spam dan juga memberi saran penulisan otomatis (smart reply). Chatbot di Website, banyak situs sekarang pakai chatbot untuk menjawab pertanyaan pengunjung secara otomatis tanpa harus tunggu admin.

Mobil Modern, fitur seperti pengereman otomatis, parkir otomatis, hingga mobil otonom seperti Tesla, semuanya pakai AI. Makin ke depan, AI akan makin terlibat dalam hidup kita – termasuk di dunia kesehatan, pendidikan, dan bahkan ibadah. Menarik, ya...

AI juga mulai banyak dipakai di industri pariwisata untuk membuat pengalaman wisatawan jadi lebih mudah, nyaman, dan personal. Nah beberapa contoh pemanfaatan AI di bidang pariwisata seperti Chatbot untuk pelayanan 24 Jam. Hotel, agen travel, atau maskapai menggunakan chatbot untuk menjawab pertanyaan umum (harga, fasilitas, rute wisata), membantu booking kamar atau tiket, memberi rekomendasi tempat wisata.

Rekomendasi perjalanan personalisasi, maka AI bisa menganalisis preferensi wisatawan (misalnya suka pantai, budaya, atau kuliner) dan memberikan: Rekomendasi destinasi, itinerary harian, tempat makan sesuai selera dan diet. Sebagai penerjemah bahasa otomatis, aplikasi seperti Google Translate dengan AI bisa menerjemahkan percakapan secara langsung – sangat membantu wisatawan saat berada di negara asing.

Selanjutnya juga bisa untuk deteksi wajah untuk Check-in Hotel atau Bandara. Beberapa hotel dan bandara sudah pakai AI untuk check-in otomatis tanpa harus bicara dengan staf, pengecekan paspor dan boarding menggunakan pengenalan wajah untuk Prediksi Harga Tiket dan Kamar

AI bisa memprediksi kapan harga tiket pesawat atau hotel akan naik/turun, membantu wisatawan memilih waktu terbaik untuk memesan. Contoh: Aplikasi Hopper dan Google Flights. Bahkan bisa virtual Tour dengan AI dan VR. Wisatawan bisa "mencoba" jalan-jalan ke suatu tempat lewat tur virtual sebelum benar-benar pergi – ini juga bantu orang yang punya keterbatasan mobilitas.

Di EXPLORE! by bisniswisata.co.id edisi Mei 2025 ini, Redaksi tampilkan kebutuhan AI di lingkup industri pariwisata. Disamping artikel lainnya seperti sosok dan destinasi yang menginspirasi. Nah semoga bermanfaat dan membantu pembaca untuk memanfaatkan kecanggihan teknologi ini untuk hal-hal yang positif. Selamat membaca!

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword 04

Menggunakan AI untuk Penuhi Harapan Pelanggan di Industri Perhotelan 08

Menavigasi Adopsi AI dalam Pariwisata: Wawasan Pakar untuk 2025 10

Philippe Starck Ungkap Hotel Surrealis Dilengkapi dengan Rumah Besar Abad ke-19 di Atapnya 16

Muh. Harry Naldi : Sukses Biayai Yayasan Senyum Alquran dari Bisnis MLM 18



IATA Merilis Manual Terbaru 2025 yang Mencerminkan Standar Industri Terbaru 22

Akankah AI Menjadi Berkah atau Tantangan bagi Ekonomi Halal? 24

IATA Luncurkan Program Duta FACE untuk Menarik Generasi Baru Talenta Kargo Udara 30

Solusi Keamanan Berbasis AI Berikan Ketenangan Pikiran bagi Penyelenggara Acara dan Peserta 31



SITA Akuisisi CCM Untuk Bangun Bandara Masa Depan dengan Integrasikan Teknologi dan Layanan Tinggi 34

RI Jadi Negara Asia Pasifik Pertama, yang Luncurkan Pedoman Investasi Pariwisata UN Tourism 38

Afrika Selatan Siapkan Panggung untuk Tahun 2030 dengan Ledakan Pariwisata M.I.C.E yang Didorong Asia 41

70+ Statistik & Tren Pemesanan Perjalanan Daring yang Diperbarui untuk 2025 42

WTTC: Perjalanan & Pariwisata Akan Menciptakan 4,5 Juta Pekerjaan Baru di Seluruh UE pada Tahun 2035 52



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 Rizaldhi | 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

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



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



Menggunakan AI untuk Penuhi Harapan Pelanggan di Industri Perhotelan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Kecerdasan buatan (AI) dapat dimanfaatkan oleh perusahaan perhotelan untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, menurut kerangka kerja yang diusulkan oleh para peneliti di Sekolah Manajemen Perhotelan Penn State.

Dilansir dari *phys.org*, tim peneliti menggunakan model kesenjangan, yang mengeksplorasi cara-cara untuk meningkatkan layanan pelanggan, untuk menyediakan kerangka kerja tentang bagaimana industri perhotelan dapat menerapkan AI yang seimbang dengan kebutuhan.

Misalnya seperti mengkatalisasi efisiensi, menghemat biaya, atau menjaga sentuhan manusiawi yang dipersonalisasi. Dipimpin oleh Profesor Manajemen Penginapan Marriott Anna Mattila, tim peneliti menerbitkan temuannya di Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata.

"Model kesenjangan layanan merupakan fondasi layanan perhotelan. Idennya adalah bahwa ada berbagai kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap layanan yang diterima, kata Mattila.

Jika harapan pelanggan tidak terpenuhi, model ini membantu menemukan cara untuk menutup kesenjangan layanan tersebut. "Kami ingin memahami bagaimana AI dapat membantu meningkatkan layanan pelanggan untuk mempersempit kesenjangan ini." tambahnya.

Para peneliti meneliti empat aspek spesifik dari model kesenjangan yang dapat dipersempit atau diperluas oleh bisnis perhotelan, tergantung pada bagaimana mereka menggunakan AI: kesenjangan mendengarkan; kesenjangan kinerja layanan; kesenjangan desain dan standar layanan; dan kesenjangan komunikasi.

Kesenjangan mendengarkan adalah perbedaan antara ekspektasi pelanggan dan pemahaman perusahaan terhadap ekspektasi tersebut dan dapat disebabkan oleh penelitian konsumen yang tidak memadai.

AI dapat membantu menjembatani kesenjangan mendengarkan, karena dapat memproses sejumlah besar data untuk memahami umpan balik pelanggan—jika AI dapat menafsirkan emosi manusia dengan tepat, menurut Mattila.

"Jika agen AI tidak memahami emosi pelanggan, itu dapat menghambat efektivitasnya," kata Mattila. "Dalam kesenjangan mendengarkan, ini dapat tercermin oleh salah tafsir terhadap keadaan emosional pelanggan, yang dapat menyebabkan kurangnya keaslian."

Matila mengatakan sentuhan manusia dalam penyampaian dapat menjadi penting dalam kesenjangan kinerja layanan, yang muncul ketika ada perbedaan antara standar layanan yang dirancang dan layanan yang sebenarnya diberikan.

AI dapat membebaskan karyawan dari pekerjaan rutin tetapi dapat mengurangi hubungan manusia selama layanan dengan pelanggan, seperti restoran yang menggunakan robot untuk mengantarkan makanan.

"AI dapat meningkatkan efisiensi bagi bisnis sekaligus memperbaiki kesenjangan desain dan standar layanan," kata Mattila.

Menurut dia, kesenjangan ini terjadi ketika manajemen gagal menerjemahkan harapan dan kebutuhan pelanggan ke dalam desain lingkungan layanan, seperti hotel yang tidak mengakomodasi pelanggan dengan kamar dan penawaran yang tepat.

"AI dapat membuat sistem ini lebih lancar, seperti memperkirakan permintaan pelanggan secara real time."

Kesenjangan komunikasi, yang mencerminkan ketidakkonsistenan antara apa yang dikomunikasikan kepada pelanggan dan apa yang disampaikan dalam proses layanan, dapat diuntungkan dari komunikasi yang disesuaikan dengan AI untuk setiap pelanggan, ungkap Mattila.

"Perusahaan dapat lebih cepat menjawab keluhan atau permintaan pelanggan dengan AI daripada harus menggunakan karyawan di telepon,"

Dengan kapasitas pembelajaran mesin saat ini, perusahaan dapat memanfaatkan AI yang dipersonalisasi dalam pengiriman pesan untuk setiap pelanggan. Ini dapat digunakan saat menanggapi ulasan dan keluhan daring.

Matila mengatakan perusahaan saat ini tengah berjuang untuk menemukan keseimbangan yang tepat antara penggunaan AI tanpa kehilangan sentuhan manusiawi—tetapi titik manis untuk keseimbangan ini mungkin bergantung pada tingkat layanan. Misalnya, pelanggan di hotel mewah mungkin mengharapkan staf untuk memberikan lebih banyak interaksi manusiawi daripada pelanggan di hotel kelas menengah.

"Perusahaan harus melihat rencana dan strategi mereka untuk menentukan bagaimana AI dapat digunakan untuk meningkatkan pemberian layanan untuk setiap kesenjangan, AI tidak akan hilang dalam perhotelan, dan perusahaan harus menemukan cara terbaik untuk memanfaatkan AI." Pungkasnya.



Foto: Ezgi Deliklitas

Menavigasi Adopsi AI dalam Pariwisata: Wawasan Pakar untuk 2025

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Seiring dengan percepatan transformasi digital industri pariwisata, kecerdasan buatan (AI) telah muncul sebagai pengubah permainan untuk pemasaran destinasi, efisiensi operasional, dan keterlibatan pelanggan.

Dilansir dari *tourismainetwork.com*, dalam lanskap kompetitif saat ini, para pemimpin pariwisata tidak hanya harus memahami AI tetapi juga memanfaatkan potensinya untuk menciptakan bisnis yang dipersonalisasi, efisien, dan siap menghadapi masa depan.

Mengambil wawasan dari percakapan podcast baru-baru ini antara pakar industri Peter Pilarski dan Andreas Mueller-Schubert—kami mengeksplorasi tantangan, peluang, dan praktik terbaik untuk mengintegrasikan AI ke dalam operasi pariwisata.

Dalam postingan ini, kami membahas: Peran AI yang terus berkembang dalam pariwisata, mengatasi penolakan terhadap adopsi AI, pentingnya kepemimpinan dan perubahan budaya, contoh dan studi kasus praktis, Inovasi kolaboratif dan tren masa depan dalam pariwisata yang digerakkan oleh AI.

Batas Digital Baru dalam Pariwisata

Selama beberapa dekade terakhir, industri pariwisata telah mengalami transformasi yang signifikan. Dari masa-masa awal operasi analog hingga platform digital canggih saat ini, teknologi terus mendefinisikan ulang cara kita terhubung dengan wisatawan dan mengelola bisnis kita.

Sekarang, dengan teknologi AI yang menjadi lebih mudah diakses dan ramah pengguna, fase transformasi berikutnya sedang berlangsung dengan baik.

Mengapa AI Penting dalam Pariwisata

Kecerdasan buatan bukan sekadar kata kunci—ini adalah alat yang secara mendasar dapat membentuk kembali cara organisasi pariwisata beroperasi. Teknologi AI menawarkan beberapa manfaat utama bagi bisnis pariwisata:

Peningkatan Efisiensi Operasional: Mengotomatiskan tugas-tugas yang berulang, menyederhanakan alur kerja, dan mengoptimalkan manajemen sumber daya.

Pengalaman Pelanggan yang Dipersonalisasi: Memberikan rekomendasi dan konten yang disesuaikan berdasarkan preferensi dan perilaku individu.
Pengambilan Keputusan Berdasarkan Data: Memanfaatkan analisis dan wawasan prediktif untuk membuat keputusan strategis yang tepat.

Keunggulan Kompetitif: Posisikan organisasi Anda sebagai pemimpin yang berpikiran maju dengan mengintegrasikan solusi mutakhir. Dengan mengadopsi AI, para pemimpin pariwisata dapat mengatasi tantangan tradisional, memanfaatkan aliran pendapatan baru, dan menciptakan pengalaman yang lebih menarik bagi para pelancong.

Namun, adopsi AI yang sukses membutuhkan lebih dari sekadar teknologi—ia membutuhkan kepemimpinan yang visioner, pelatihan yang kuat, dan peta jalan strategis yang disesuaikan dengan tuntutan unik industri pariwisata.

Pelajaran dari Garis Depan: Percakapan dengan Para Pemimpin Industri

Dalam podcast baru-baru ini, Peter Pilarski dan Andreas Mueller-Schubert menyelidiki seluk-beluk adopsi AI, berbagi pengalaman langsung dan wawasan praktis yang beresonansi dengan para profesional pariwisata. Diskusi mereka menawarkan hal-hal penting bagi para pemimpin yang ingin mendorong perubahan dalam organisasi mereka.

Pengalaman di Dunia Nyata dan Aplikasi Praktis

Selama perbincangan, Andreas menceritakan presentasi utamanya di Mesa County Workforce Summit di Grand Junction, Colorado. Ia berbagi cerita tentang bagaimana pemilik bisnis menanggapi diskusi praktis tingkat tinggi tentang AI, alih-alih pembahasan teknis yang mendalam.

Pendekatannya—yang berfokus pada kasus penggunaan yang relevan dan aplikasi terkini—membantu mengungkap misteri AI bagi banyak hadirin, memicu perbincangan dan pertanyaan lanjutan tentang cara mengintegrasikan AI ke dalam operasi harian.

Peter menyuarakan sentimen ini dengan menekankan pentingnya berbicara dalam bahasa bisnis. Ia mencatat bahwa meskipun detail teknis penting, yang benar-benar beresonansi dengan para pemimpin bisnis adalah memahami bagaimana AI dapat memecahkan tantangan sehari-hari mereka. Kedua pakar menyoroti bahwa adopsi AI bukan tentang menguasai algoritme yang rumit dalam semalam; ini tentang menerapkan alat yang stabil dan terbukti yang memberikan nilai tambah langsung.

"Kami menjalankan bisnis, dan kami mengalami kesulitan yang sama seperti semua orang. Ini bukan tentang menjadi ahli teknologi AI; ini tentang menggunakan AI untuk memecahkan masalah di dunia nyata," jelas Andreas.



Foto: Ketut Subiyanto

Pendekatan praktis ini sejalan dengan pesan inti Jaringan AI Pariwisata: AI dapat diakses, dan dengan panduan yang tepat, AI dapat mengubah bisnis pariwisata dari semua ukuran.

Mengatasi Tantangan Umum dalam Integrasi AI Meskipun potensinya sangat besar, adopsi AI dalam pariwisata bukannya tanpa rintangan. Banyak organisasi menghadapi resistensi internal, pemahaman terbatas, dan kekhawatiran atas laba atas investasi (ROI) langsung. Berikut adalah beberapa tantangan paling umum—dan strategi untuk mengatasinya:

1. Resistensi terhadap Perubahan

Salah satu tema yang berulang dari podcast ini adalah resistensi alami terhadap perubahan dalam organisasi yang mapan. Banyak tim terbiasa dengan sistem lama dan proses tradisional. Ketakutan akan hal yang tidak diketahui, ditambah dengan kompleksitas teknologi AI, sering kali mengakibatkan keraguan.

Solusi:

Kembangkan Budaya Eksperimen.

Para pemimpin harus mendorong tim mereka untuk bereksperimen dengan perangkat AI tanpa takut gagal. Atur lokakarya, sesi curah pendapat, dan "sprint intuisi AI" (seperti yang dijelaskan Peter) tempat karyawan dapat mengeksplorasi perangkat baru dalam lingkungan berisiko rendah. Sesi-sesi ini tidak hanya membangun keakraban dengan teknologi tetapi juga memicu inovasi dan pemecahan masalah yang kreatif.

2. Kurangnya Pengetahuan Terstruktur

Banyak profesional pariwisata mengungkapkan ketidakpastian tentang di mana harus memulai dengan integrasi AI. Kesenjangan pengetahuan ini dapat menyebabkan ketergantungan pada alat generik gratis daripada berinvestasi dalam solusi yang kuat dan disesuaikan.

Solusi:

Berinvestasilah dalam Pelatihan dan Sumber Daya Pendidikan.

Sangat penting untuk membangun fondasi literasi AI yang kuat dalam organisasi Anda. Ini melibatkan tidak hanya pemahaman aspek teknis AI tetapi juga mengetahui cara menerapkannya secara strategis dalam bisnis Anda.

Kerangka kerja Tourism AI Network menekankan inisiatif literasi AI yang menyederhanakan konsep AI untuk pengguna non-teknis, membuatnya mudah didekati dan ditindaklanjuti.





Foto: Eliza Alves

3. Integrasi dengan Sistem Lama

Mengintegrasikan AI ke dalam sistem yang ada dapat menjadi tantangan, terutama ketika sistem tersebut sudah ketinggalan zaman atau tidak dirancang untuk menangani analisis data modern.

Solusi:

Gunakan Pendekatan Bertahap.

Awali dengan menerapkan perangkat AI yang melengkapi sistem Anda saat ini, bukan merombaknya secara menyeluruh. Pendekatan bertahap ini memungkinkan integrasi bertahap dan mengurangi risiko gangguan operasional.

Selain itu, konsultasikan dengan pakar AI untuk mengembangkan peta jalan khusus yang selaras dengan infrastruktur organisasi Anda saat ini dan tujuan masa depan.

4. Membenarkan ROI

Bagi banyak pemimpin bisnis, tekanan untuk memberikan hasil yang cepat dapat menjadi penghalang untuk berinvestasi dalam AI. Mendemonstrasikan manfaat yang jelas dan nyata dalam jangka waktu yang singkat sering kali menjadi tantangan.

Solusi:

Fokus pada Nilai Jangka Panjang dan Keuntungan Bertahap.

Daripada mengharapkan transformasi dramatis dalam semalam, tekankan manfaat kumulatif adopsi AI dari waktu ke waktu.

Bagikan kisah sukses dan studi kasus yang menggambarkan bagaimana peningkatan kecil dan bertahap dapat menghasilkan keuntungan jangka panjang yang signifikan. Perspektif strategis ini membantu membangun kepercayaan pada nilai investasi AI.

Peran Kepemimpinan dalam Mendorong Adopsi AI

Tema yang konsisten di seluruh podcast adalah peran penting kepemimpinan dalam mengintegrasikan AI dengan sukses ke dalam bisnis pariwisata. Berikut alasan pentingnya kepemimpinan—dan apa yang dilakukan oleh para pemimpin yang efektif:

1. Memimpin dengan Memberi Contoh

Peter dan Andreas menekankan pentingnya para pemimpin memiliki pengalaman langsung dengan perangkat AI. Ketika para pemimpin secara aktif terlibat dengan teknologi, mereka menentukan corak bagi seluruh organisasi. Pendekatan langsung ini menghilangkan misteri AI dan menumbuhkan budaya inovasi.

"Sebagai seorang pemimpin, mendelegasikan saja tidak cukup. Anda perlu memahami apa yang dilakukan perangkat tersebut, sehingga Anda dapat membimbing tim Anda secara efektif," kata Peter.

2. Membuat Visi dan Kebijakan yang Jelas

Integrasi AI yang efektif memerlukan visi yang jelas dan kebijakan yang terstruktur. Para pemimpin harus bekerja sama dengan tim mereka untuk menetapkan pedoman tentang perangkat AI mana yang akan digunakan.

Bagaimana cara mengintegrasikannya ke dalam operasi harian, dan praktik terbaik apa yang harus diikuti. Penyelarasan strategis ini memastikan bahwa setiap orang memiliki pemahaman yang sama dan bekerja menuju tujuan bersama.

3. Mendorong Kolaborasi dan Inovasi

Podcast tersebut menyoroti nilai kolaborasi—baik dalam tim maupun melalui kemitraan strategis. Ketika para pemimpin mendorong dialog dan eksperimen terbuka, karyawan merasa berdaya untuk berinovasi dan menyumbangkan ide.

Semangat kolaboratif ini tidak hanya mempercepat adopsi AI tetapi juga menghasilkan solusi yang lebih kreatif dan efektif.

4. Membina Budaya Pembelajaran Berkelanjutan

Lanskap AI terus berkembang. Para pemimpin harus berkomitmen untuk pembelajaran berkelanjutan—baik untuk diri mereka sendiri maupun untuk tim mereka.

Hal ini berarti terus mengikuti perkembangan alat, tren, dan praktik terbaik terbaru, dan memastikan bahwa organisasi Anda tetap tangkas dan adaptif dalam menghadapi kemajuan teknologi.



Foto: Yoyo Hins Itta

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



Philippe Starck Ungkap Hotel Surrealis Dilengkapi dengan Rumah Besar Abad ke-19 di Atapnya

Sebuah rumah mewah di Perancis yang dibangun di atas gedung hotel. Adalah desainer Philippe Starck yang merancang rumah mewah bergaya arsitektur khas abad ke-19 di atas Hotel Maison Heler di Metz, Perancis.

Di bawah rumah, terdapat gedung hotel berisi 104 kamar tidur. Desain kamar hotel dibuat kontras dengan rumah di atasnya. Masing-masing memiliki jendela besar, langit-langit beton terbuka, dan dinding putih polos yang sebagian besarnya ditutupi oleh tirai pucat panjang.

HOTEL DENGAN REPLIKA RUMAH BESAR

Hotel itu bermaksud mengisahkan Manfred Heler, karakter fiksi yang rumahnya tiba-tiba menjulang ke langit setinggi sembilan lantai.

"Manfred Heler mewarisi rumah indah milik orang tuanya. Sebagai seorang yatim piatu, ia mendapati dirinya sendirian di rumah besar yang dikelilingi taman besar. Semuanya berjalan baik untuknya, sampai ia mulai merasa bosan," ujar Starck.

Untuk mengatasi kebosanan ini, ia mencoba menciptakan segalanya, lanjutnya. Seorang pria yang luar biasa teliti dan inventif, dia tidak selalu berhasil dalam segala hal yang dia lakukan, tetapi dia selalu melakukannya dengan kecerdasan dan puisi, dipandu oleh keinginan naif untuk berkreasi dengan cermat dengan segala cara. Dalam cerita tersebut, rumah besar itu adalah rumah Manfred Heler.

Hotel ini bertujuan untuk menceritakan kisah surrealis Manfred Heler, seorang pria imajiner yang rumahnya menjulang setinggi sembilan lantai ke udara. Ceritanya Heler berada di rumah besar itu ketika rumah itu diangkat ke udara tanpa peringatan.

"Dia sedang melamun di kursi berlengannya. Tiba-tiba, bumi mulai bergetar. Dia tidak mengerti apa yang terjadi, melihat sekeliling dan menyadari, dengan terkejut, bahwa dia akan terbang ke udara, bersama dengan tamannya, rumahnya, dan kursi berlengannya." lanjutnya.



Manfred Heler lalu memanjat dan memanjat dan memanjat, hingga guncangan berhenti. Kemudian ada keheningan. Manfred berada tinggi di atas kota. Rumahnya telah diekstrusi: seolah-olah pemotong kue telah datang dari bawah, memotong tutup Bumi dan memasangnya secara vertikal, cerita Starck.

Hotel Maison Heler surealis berdiri sembilan lantai di Metz, Prancis, yang dilengkapi dengan apa yang tampak seperti rumah besar abad ke-19. Resepsionis hotel berada di lantai dasar hotel bernama La Cuisine de Rose, nama kekasih fiksi Heler.

Tentunya desain restoran juga kontras dengan rumah, restoran ini memiliki interior cerah dengan furnitur gelap dan terbuka ke teras yang dipenuhi pepohonan.

KAMAR TAMU MEMILIKI TAMPILAN YANG SANGAT BERBEDA

Kamar-kamar dirancang agar kontras dengan ruang eklektik di rumah besar tersebut. Setiap kamar memiliki jendela besar, langit-langit beton terbuka, dan dinding putih polos yang sebagian besar dapat ditutupi oleh tirai pucat setinggi penuh.

Kamar-kamar tersebut digambarkan sebagai kamar sederhana yang memiliki semangat yang hampir sederhana. "Dilucuti dari segala hal yang dangkal, di mana setiap material menegaskan warnanya sendiri: putihnya katun, abu-abunya beton di langit-langit dan dinding," jelas Starck.

Hotel tersebut merupakan bangunan surealis terbaru karya Starck, yang baru-baru ini merancang pabrik minyak zaitun dan museum yang "aneh dan surealis" di Andalusia.





Muh. Harry Naldi : Sukses Biyai Yayasan Senyum Alquran dari Bisnis MLM

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Berbicara dengan Muhammad Harry Naldi, lawan bicaranya bisa bingung dengan sosok pria yang satu ini. Mengaku sebagai aktivis dan pengusaha tapi konten cerita yang diungkapkannya banyak mengutip ayat suci Alquran dan Hadist.

"Fastabiqul khairat, artinya berlomba-lomba berbuat kebaikanlah karena disisi umur justru kita bisa secara berjamaah untuk membantu umat, keren kan?," ucapnya mantab.

Naldi, sapaannya, tengah berbicara soal kecanggihan teknologi karya anak bangsa yang mengubah pengeluaran internet setiap bulan menjadi income atau pemasukan tiap hari bahkan saat kita tidur.

Sudah berapa tahunkah hidup kita dan semua anggota keluarga tergantung pada kebutuhan internet? sudah berapa tahun kita harus membayar biaya berlangganannya atau biaya pemakaiannya tanpa pernah mendapatkan cashback? tanyanya.

TREN, perusahaan teknologi penyedia modem internet memberikan solusi untuk kemudahan berinternet dimanapun dan kapanpun. Tentunya dengan keunggulan multifungsinya sebagai modem, powerbank, dan aplikasi-aplikasi pendukung traveling.

Sebagai seorang aktivis berbagai macam organisasi kepemudaan sejak di bangku SMA, Naldi berseloroh bahwa Aktivis suka diplesetkannya dengan singkatan Aktif Berkantong Tipis meski idealismenya tak pernah luntur. Artinya kalau pilihannya menjadi aktivis memang kantongnya tipis karena untuk membuat kegiatan mengandalkan proposal-proposal ke berbagai perusahaan maupun individu.

Tapi itu dulu, kini setelah mengenal TREN, bisnis multi level marketing yang bisa diwariskan pada keluarga dan pihak lainnya, dia malah gencar mengajak organisasi non profit seperti yang didirikannya yaitu Yayasan Senyum Quran yang kini mampu memiliki dana hingga Rp 1,5 miliar. Naldipun kini juga sudah memiliki kendaraan Mercedes Benz.

Sekarang, keberhasilan Yayasan Senyum Quran menginspirasi banyak yayasan, universitas, lembaga dakwah, lembaga sosial, pesantren, masjid bahkan gereja menduplikasi hal yang sama dan meraih kemandirian organisasi.

Sebab, selain memberikan solusi dalam berinternet, TREN ternyata juga memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk dapat ikut serta masuk dalam bisnis perusahaan teknologi. Didukung pula dengan pelatihan serta kelas bisnis yang berkualitas, TREN merupakan jawaban dalam masalah internet dan masalah financial yayasan yang dipimpinnya.

JALAN HIDUP

Menyandang gelar aktivis berkantong tipis tak pernah membuatnya risih karena seorang aktivis adalah orang yang memperjuangkan visi misi yang diyakininya sesuai dengan kepentingan organisasi apalagi kegiatan yang ditekuninya adalah masalah kepemudaan dan pendidikan, kemanusiaan dan aktivitas sosial lainnya.

Aktivis dekat dengan istilah gerakan perjuangan dan pembelaan atas masalah-masalah tertentu yang biasanya berkaitan dengan masyarakat lemah dan sejak duduk dibangku SMA, Naldi terlibat dalam organisasi Pelajar Islam Indonesia (PII).

Tak heran sebagai aktivis, dalam berbagai upaya dia akan mewujudkan masyarakat yang lebih baik melalui advokasi, penggalangan dana, terjun langsung sebagai relawan atau bahkan memimpin demonstrasi siswa.

"Ibu saya seorang guru dan saya sekolah SMA di Medan tempat ibu mengajar. Ketika Kepala Sekolah berubah dan kebijakannya merugikan banyak pihak maka sayalah yang memimpin demo untuk melawan Kepala sekolah dan akhirnya kepala sekolah itu mendapat tindakan atas perbuatannya," kata Naldi enteng.

Naldi pilih hijrah ke Jakarta untuk meneruskan kuliah. Di Ibukota inilah dia banyak terlibat di HMI (Himpunan Mahasiswa Islam), KNPI (Komite Nasional Pemuda Indonesia) dan mendapatkan bimbingan langsung dari Ary Ginanjar Agustian lewat Gema ESQ 165 (Gerakan Pemuda).

"Di ESQ saya belajar banyak dan menghadapi banyak tokoh masyarakat apalagi Forum Komunikasi Alumni (FKA) ESQ mulai dari orang biasa hingga pimpinan tertinggi negara ini. Di sinilah saya mulai pakai jas dan terlibat dalam berbagai kegiatan," jelasnya.

ESQ Leadership Centre pimpinan Ary Ginanjar memiliki pelatihan-pelatihan yang menyatukan kecerdasan IQ (*Intelektual Quotient*), EQ (*Emotional Quotient*), dan SQ (*Spiritual Quotient*) sehingga dapat menggabungkan tiga kecerdasan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

Saat aktif di GEMA 165, organisasi kepemudaan di bawah ESQ maka gerakan-gerakan organisasi lainnya seperti Fosma 165 menjadi mitra kerja untuk menuju Indonesia Emas dan menyongsong Peradaban Emas Nusantara.



'Bekal' kematangan jiwa dan pengalaman berorganisasi, membuat Rapat Kerja, Musyawarah Nasional, mengelola tim kerja di berbagai organisasinya membuat spiritualnya terasah apalagi Naldi bergaul dengan kalangan ustad, Habib dan lingkungan yang Islami.

Di kemudian hari, dia aktif berwirausaha bahkan usaha resto bakso juga dijalaninya. Meningkatkan kemudian ke usaha-usaha yang beragam seperti menekuni bisnis travel biro, jaringan mini market halal dari Sabang sampai Merauke, membuat aplikasi pendidikan sampai bisnis developer.

Suatu hari Naldi bertemu dengan Buya Musnar Minangkabau, penemu metode Senyum Quran dimana beliau meriset Al Quran selama sekitar 35 tahun dan Buya di kenal dengan metode senyum yang membuat belajar Al Quran mudah, cepat dan menyenangkan.

Beliau sudah sering di undang ke negara tetangga seperti Singapura, Kuala Lumpur, Brunei Darussalam dan dengan keilmuannya itu Buya bermukim selama 20 tahun di Amerika Serikat. Setelah COVID-19 barulah Buya kembali ke tanah air.

"Pertemuan dengan beliau kami bertekad mendirikan Yayasan Senyum Al Quran bersama Liza Fazira, uni Ida dan mas Haryanto. Buya prihatin 70% Muslim Indonesia masih buta Al-quran. Baru sekitar 30% warga Muslim mampu lancar membaca Al-Quran,"

Buya dikenal dengan metode 17 pola untuk bisa lancar membaca Al-Quran. Yayasan Senyum Alquran kemudian mengumpulkan dana untuk sedekah subuh, sedekah Jumat dan menyelenggarakan training for trainer bagi guru-guru ngaji seperti yang sudah dilakukan Buya. "Saya tiga kali menyelenggarakan dua kali di Bogor dan satu kali di Medan," kata Naldi.

BERBISNIS DENGAN ALLAH

Keinginannya yang menggebu-gebu untuk terus mengadakan pelatihan membaca Al-Quran metode senyum sempat syok tanpa pendampingan Buya Muamar lagi yang tiba-tiba wafat akibat serangan jantung usai mengajar metode Senyum Alquran.

Saat kehilangan sosok Buya itulah dia berkenalan dengan Zul Hendra yang sudah lebih dahulu bergabung di PT. Tren Global Teknologi lalu mengajaknya bergabung dengan niat berbisnis dengan Allah SWT untuk memberantas buta membaca Alquran.





Produknya, TREN modem adalah bisnis multi level marketing (MLM) tanpa tutup point dan bisa diwariskan pada anggota keluarga dan pihak lain. Perusahaan ini bisa menempatkan Yayasan Senyum Alquran sebagai anggota utama dan kaki selanjutnya adalah para pengurus yayasan atas nama akun pribadi masing-masing.

Belum genap setahun, bisnis modem dan jaringan yang dibangun untuk Yayasan Senyum Al-Quran sudah memiliki tabungan sekitar Rp 1,5 miliar. Sementara para pendiri yang memiliki akun pribadi masing-masing juga sudah membuahkan hasil berkat kerja berjamaah.

"Ini nyata karena TREN memiliki bonus-bonus yang memungkinkan pasif income pula sehingga Yayasan Senyum Alquran kini bisa membiayai sendiri program-programnya," kata Naldi.

Untuk terjun ke bisnis MLM yang satu ini Naldi meminta calon anggota langsung bergabung dan terjun sendiri karena setiap anggota TREN cukup mengembangkan dua kaki. Selanjutnya dengan komitmen tinggi dan konsep kekeluargaan yang ada maka kesuksesan melahirkan entrepreneur baru.

Perusahaan yang diluncurkan tahun 2020 ini berkomitmen kuat untuk memberikan kemudahan berinternet dimanapun dan kapanpun.

Dengan kemampuan teknologi yang tinggi tanpa simcard, modem Tren ini secara otomatis dapat mencari jaringan 4G paling stabil dan terbaik dimanapun kita berada sehingga blank spot bukan sebagai masalah lagi baik di dalam maupun di luar negeri.

"Ketika seseorang bertekad berbisnis dengan Allah dan menyatakan visi-misinya meski hanya dalam hati maka Allah SWT akan mencatat serta mengabulkannya. Hal ini bisa terjadi atas izin Allah ketika manusia ciptaannya juga melakukan aksi nyata," kata Muhammad Harry Naldi. Nah tunggu apalagi?



Guide on International Air Transport Association



IATA Merilis Manual Terbaru 2025 yang Mencerminkan Standar Industri Terbaru

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) telah merilis edisi 2025 dari manual industri utama untuk operasi kargo dan penanganan darat, yang menggabungkan lebih dari 350 perubahan dan revisi yang diperlukan untuk menyesuaikan dengan standar industri yang terus berkembang dan variasi negara bagian dan operator. Sorotan meliputi:

Peraturan Barang Berbahaya (DGR)

Sepuluh barang berbahaya baru tambahan, seperti baterai ion natrium dan perangkat pendispersi pemadam api. Tiga entri baru untuk kendaraan bertenaga baterai, tergantung pada jenis baterai yang menyediakan daya. Mitigasi keselamatan tambahan sedang diperkenalkan dengan "Status Pengisian" saat baterai dikirimkan.

Peraturan Pengiriman Baterai (BSR)

Sebelumnya disebut peraturan pengiriman baterai litium, manual ini telah diperluas untuk menyertakan jenis baterai lain, seperti:

Baterai ion natrium dengan elektrolit organik, Baterai basah yang mudah tumpah, diisi dengan asam atau alkali, Baterai yang tidak mudah tumpah dan baterai lain yang diatur secara ringan.

Peraturan Hewan Hidup (LAR)

Referensi basis data spesies CITES (Konvensi Perdagangan Internasional Spesies Fauna dan Flora Liar yang Terancam Punah) dan IUCN (Persatuan Internasional untuk Konservasi Alam) disertakan. Spesifikasi terbaru untuk kontainer yang digunakan untuk transportasi hewan.

Manual Penanganan Bandara (AHM)

Perjalanan nirkontak, termasuk dokumentasi perjalanan digital, pembaruan disertakan. Perubahan kebijakan Penumpang yang Tidak Teratur dan Pemeriksaan Dokumen Perjalanan disertakan.

Referensi IEnvA (Penilaian Lingkungan IATA) disertakan untuk manajemen lingkungan. Pembaruan Paspor Pelatihan IATA (pengakuan keterampilan penanganan darat di antara pemberi kerja).

Manual Transportasi Penuh Kasih (CTM)

Praktik terbaik baru, panduan terkini, dan daftar periksa untuk pemulangan jenazah manusia dan hewan (hewan peliharaan) melalui udara. Referensi ditambahkan untuk IATA Cargo iQ dan ONE Record.

Melengkapi informasi yang terdapat dalam manual, platform ONE Source milik IATA menawarkan akses industri gratis untuk memvalidasi kemampuan dan infrastruktur penerbangan—termasuk ruangan dengan suhu terkontrol dan fasilitas penanganan khusus—yang selanjutnya meningkatkan penanganan pengiriman kargo khusus.

Pemangku kepentingan utama dalam rantai nilai penerbangan—termasuk maskapai penerbangan, bandara, penyedia layanan darat, perusahaan pengiriman barang, pengirim barang, dan produsen—bergantung pada standar IATA untuk mempromosikan operasi yang aman, berkelanjutan, dan efisien.

Selain pekerjaan penetapan standar IATA, manual IATA mencerminkan Standar dan Praktik yang Direkomendasikan yang disetujui oleh pemerintah melalui Organisasi Penerbangan Sipil Internasional (ICAO) dan badan penetapan standar lain yang diakui.

"Standar global telah membuat penerbangan menjadi aman dan andal. Selama delapan dekade maskapai anggota IATA telah bekerja dengan rantai nilai industri, termasuk regulator, dalam penetapan standar dan praktik terbaik yang penting untuk operasi harian," kata Frederic Leger, Wakil Presiden Senior Produk dan Layanan Komersial IATA.

Penawaran manual IATA tahun ini mencakup lebih dari 350 perubahan, banyak di antaranya mencerminkan teknologi yang terus dimodernisasi, peraturan, dan kebutuhan pelanggan yang terus berkembang, bersama dengan prioritas industri dalam hal digitalisasi dan keberlanjutan, tambahnya.

Semua manual tersedia dalam format digital, selain versi cetak. Temukan detail lebih lanjut tentang semua manual yang diperbarui.

IATA juga telah merilis laporan yang memberikan gambaran umum yang komprehensif tentang perkembangan dan masalah penting yang terkait dengan Barang Berbahaya, Kargo Khusus, Operasi Kargo, dan Operasi Darat. Ini berfungsi sebagai landasan untuk mendorong perubahan dan peningkatan operasional.



Foto: Borja Lopes



Akankah AI Menjadi Berkah atau Tantangan bagi Ekonomi Halal?

OLEH HAFIZ M. AHMED

Bayangkan sebuah bisnis makanan Halal kecil di Malaysia menggunakan kecerdasan buatan (AI) untuk memprediksi dengan tepat berapa banyak biryani ayam yang perlu mereka siapkan setiap hari, mengurangi limbah dan menghemat uang.

Dilansir dari *halaltimes.com*, pada saat yang sama, sebuah bank Islam besar di Dubai memanfaatkan AI untuk mengoptimalkan portofolio investasi yang sesuai dengan Syariah, menarik jutaan pendanaan global.

Keduanya diuntungkan oleh AI—tetapi siapa yang benar-benar diuntungkan? Sementara AI berjanji untuk merevolusi ekonomi Halal, ia juga menciptakan pemenang dan pecundang, sering kali menguntungkan mereka yang memiliki sumber daya dan keahlian sementara meninggalkan pemain yang lebih kecil berjuang untuk mengikutinya.

Janji AI dalam Ekonomi Halal

Ketika alat AI pertama kali mulai mendapat perhatian beberapa tahun yang lalu, banyak orang di komunitas Muslim yang bersemangat tentang potensi mereka untuk menyamakan kedudukan.

Bagi bisnis Halal kecil dan pekerja yang kurang berpengalaman, AI tampak seperti peluang emas. Ambil contoh layanan pelanggan. Agen pemula di platform e-commerce Halal melihat produktivitas mereka meroket saat menggunakan chatbot bertenaga AI.

Alat-alat ini membantu mereka menjawab pertanyaan dengan lebih cepat dan lebih akurat, meningkatkan kepuasan pelanggan tanpa perlu pengalaman bertahun-tahun.

Demikian pula, pengusaha yang menjalankan merek busana sederhana atau perusahaan rintisan makanan bersertifikat Halal menganggap alat analisis pasar yang digerakkan oleh AI sangat berharga. Alih-alih mempekerjakan konsultan mahal, mereka sekarang bisa mendapatkan wawasan tentang tren konsumen hanya dengan beberapa klik.

Bahkan mahasiswa yang mempelajari keuangan Islam atau perbankan yang sesuai Syariah menggunakan AI untuk menyusun laporan dan proposal, membantu mereka menghasilkan pekerjaan berkualitas tinggi meskipun masih baru di bidang tersebut.

Mengapa Pelaku Berprestasi Tinggi dan Maju Terus

Meskipun AI menawarkan peluang, penelitian terkini menunjukkan bahwa AI lebih menguntungkan mereka yang sudah terampil dan berpengalaman.

Mari kita uraikan: Para Pakar Menggunakan AI Lebih Efektif. Di bidang seperti manajemen rantai pasokan Halal atau fintech Islam, para pakar lebih baik dalam memanfaatkan perangkat AI secara strategis.

Misalnya, peneliti terkemuka yang menangani bahan kemasan makanan Halal yang berkelanjutan dapat menggunakan AI untuk memprediksi bahan mana yang memenuhi standar Halal dan persyaratan lingkungan.

Pengetahuan mendalam mereka tentang subjek tersebut memungkinkan mereka untuk memilah saran yang dihasilkan AI dan memilih yang terbaik.

Di sisi lain, para profesional yang kurang berpengalaman sering kali kesulitan menafsirkan keluaran AI. Tanpa pemahaman yang kuat tentang kepatuhan Halal atau peraturan khusus industri, mereka berisiko membuat kesalahan yang merugikan—atau lebih buruk lagi, kehilangan peluang berharga sama sekali.

Banyak pekerjaan dalam ekonomi Halal melibatkan tugas-tugas berulang, seperti memverifikasi sertifikasi Halal, memproses pembayaran Zakat, atau mengelola inventaris untuk produk Halal.

AI unggul dalam mengotomatisasi berbagai aktivitas ini, sehingga mengurangi kebutuhan akan campur tangan manusia. Misalnya, beberapa lembaga sertifikasi Halal kini menggunakan AI untuk menyederhanakan proses verifikasi dokumen, sehingga mengurangi tenaga kerja manual.

Meskipun hal ini meningkatkan efisiensi, hal ini juga berarti lebih sedikit posisi tingkat pemula bagi pekerja yang sebelumnya melakukan tugas-tugas ini. Apa yang terjadi pada mereka? Mereka harus beradaptasi dengan mempelajari keterampilan baru atau berisiko tertinggal.

Peluang Baru Berpihak pada yang Terampil

Seiring AI mengambil alih pekerjaan rutin, peran-peran baru pun bermunculan—tetapi peran-peran ini cenderung membutuhkan keterampilan tingkat lanjut. Insinyur yang merancang sistem cerdas untuk logistik Halal.



ARTIFICIAL
INTELLIGENCE

Foto: Markus Winkler

Analisis keuangan yang mengoptimalkan portofolio investasi yang sesuai dengan Syariah, dan desainer yang menciptakan koleksi busana sederhana yang inovatif semuanya akan memperoleh manfaat.

Namun, tidak semua orang memiliki pelatihan yang diperlukan untuk menduduki posisi tingkat tinggi ini. Karyawan junior di bisnis Halal mungkin akan mengalami kendala jika mereka tidak memiliki kreativitas atau pengetahuan teknis untuk beradaptasi.

Misalnya, seorang pengusaha yang menjalankan toko roti Halal kecil mungkin akan kesulitan menerapkan strategi pemasaran yang digerakkan oleh AI kecuali mereka menginvestasikan waktu untuk mempelajari teknologi baru.

Sementara itu, pesaing yang lebih besar dengan kantong lebih tebal dapat dengan mudah mengadopsi alat ini, sehingga memperlebar kesenjangan lebih jauh lagi.

Pelajaran dari Sejarah: Sebuah Kisah Peringatan

Dinamika ini tidak hanya terjadi pada AI—ini adalah pola yang telah kita lihat sepanjang sejarah. Ketika alat-alat baru muncul—entah itu mesin selama Revolusi Industri atau komputer pada akhir abad ke-20—alat-alat tersebut sering kali memperlebar jurang sosial alih-alih mempersempitnya.

Mereka yang memiliki sumber daya dan keterampilan untuk mengadopsi teknologi baru berkembang pesat, sementara yang lain tertinggal.

Dalam konteks dunia Muslim, hal ini menimbulkan pertanyaan penting. Akankah AI memberdayakan bisnis Halal akar rumput dan membantu menutup kesenjangan ekonomi di negara-negara mayoritas Muslim?

Atau akankah AI memperkuat ketimpangan yang ada dengan mengutamakan perusahaan besar dan individu yang sangat terampil? Pertimbangkan keuangan Islam. Lembaga besar dengan akses ke alat AI mutakhir dapat mengoptimalkan operasi mereka, menarik lebih banyak klien, dan berekspansi secara global.

Namun, bank atau koperasi yang lebih kecil mungkin kesulitan untuk membeli teknologi tersebut, sehingga membuat mereka kurang kompetitif.

Demikian pula, dalam industri makanan Halal, perusahaan multinasional yang memanfaatkan AI untuk pertanian presisi dan kontrol kualitas otomatis dapat melampaui produsen lokal yang tidak dapat melakukan investasi serupa.





Apa Artinya bagi Umat Muslim?

Jadi, bagaimana dengan kita? Meskipun AI menghadirkan peluang besar bagi ekonomi Halal, manfaatnya tidak akan merata. Untuk memastikan bahwa bisnis dan pekerja Muslim tidak tertinggal, beberapa langkah harus diambil:

Pendidikan dan Pelatihan

Kita perlu memprioritaskan pendidikan di bidang terkait AI, termasuk pengodean, analisis data, dan desain AI yang etis.

Program yang disesuaikan dengan kebutuhan ekonomi Halal—seperti kursus tentang aplikasi AI dalam keuangan Islam atau rantai pasokan Halal—dapat membekali kaum muda Muslim dengan keterampilan yang mereka butuhkan untuk meraih kesuksesan.

Bayangkan masa depan di mana setiap insinyur atau pengusaha Muslim tahu cara memanfaatkan AI untuk kebaikan!

Akses Teknologi yang Terjangkau

Pemerintah dan organisasi swasta harus bekerja sama untuk menyediakan perangkat AI yang terjangkau bagi bisnis Halal skala kecil dan menengah. Subsidi, hibah, dan platform bersama dapat membantu menyamakan kedudukan.

Lagi pula, mengapa hanya pemain besar yang memiliki akses ke teknologi yang mengubah permainan?

Pertimbangan Etis

Seiring AI semakin terintegrasi ke dalam industri Halal, memastikan kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam akan menjadi sangat penting.

Misalnya, algoritma AI yang digunakan dalam keuangan Islam harus mematuhi pedoman Syariah, menghindari transaksi berbasis bunga atau investasi yang tidak etis.

Cendekiawan dan teknolog harus berkolaborasi untuk mengembangkan kerangka kerja yang menyelaraskan inovasi AI dengan nilai-nilai Islam. Ini bukan hanya tentang mengadopsi teknologi; ini tentang melakukannya secara bertanggung jawab.

Dukungan Komunitas

Program bimbingan yang menghubungkan profesional berpengalaman dengan pendatang baru dapat membantu menjembatani kesenjangan antara mereka yang berkinerja tinggi dan mereka yang masih belajar.

Foto: Galuh Hari Setiawan



Dengan mendorong kolaborasi, komunitas Muslim dapat memastikan bahwa setiap orang mendapatkan manfaat dari potensi AI. Anggap saja ini sebagai membangun “ekosistem teknologi Halal” di mana tidak ada yang tertinggal.

AI memiliki potensi luar biasa bagi ekonomi Halal, tetapi bukan tongkat ajaib yang akan secara otomatis menyelesaikan semua masalah kita. Jika dikelola dengan bijak, AI dapat meningkatkan produktivitas, menciptakan peluang baru, dan memperkuat posisi global bisnis Halal.

Namun, jika tidak dikendalikan, AI berisiko memperlebar kesenjangan sosial dan ekonomi, sehingga kelompok rentan semakin terpinggirkan. Saat umat Islam menavigasi lanskap yang berubah cepat ini, kita harus mendekati AI dengan ambisi dan kehati-hatian. Dengan berinvestasi dalam pendidikan, mempromosikan praktik etis, dan mendukung pertumbuhan inklusif.

Kita dapat memanfaatkan kekuatan AI untuk membangun masa depan yang mencerminkan nilai-nilai keadilan, kejujuran, dan kasih sayang yang menjadi inti Islam.

Bagaimanapun, kemajuan sejati tidak diukur dari seberapa banyak teknologi maju, tetapi dari seberapa merata manfaatnya dibagi. Bagaimanapun, kemajuan sejati tidak diukur dari seberapa banyak teknologi maju, tetapi dari seberapa merata manfaatnya dibagi.

Pikirkan tentang hal ini: Apa gunanya inovasi jika hanya melayani segelintir orang yang memiliki hak istimewa? Ekonomi Halal selalu lebih dari sekadar keuntungan—ini tentang melayani kemanusiaan sambil tetap setia pada prinsip-prinsip Islam.

Saat AI menjadi bagian yang semakin tidak terpisahkan dari kehidupan kita, mari kita pastikan AI mengangkat semua orang, bukan hanya mereka yang berada di puncak. Apakah Anda seorang pemilik bisnis, pelajar, atau pemimpin masyarakat, pilihan yang kita buat hari ini akan membentuk masa depan dunia Muslim di masa mendatang.

Jadi, apakah Anda siap untuk merangkul AI secara bertanggung jawab—dan membantu orang lain melakukan hal yang sama?

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



IATA Luncurkan Program Duta FACE untuk Menarik Generasi Baru Talenta Kargo Udara

OLEH EVAN MAULANA

Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) telah meluncurkan Program Duta FACE, sebuah inisiatif baru di bawah Program Future Air Cargo Executives (FACE), yang bertujuan untuk mempromosikan peluang karier kargo udara kepada khalayak yang lebih luas dan lebih muda di seluruh dunia.

Duta Besar FACE akan memainkan peran penting dalam memperluas jangkauan inisiatif dengan:

- Memimpin inisiatif penjangkauan regional dan lokal, termasuk keterlibatan masyarakat dan kemitraan pendidikan, untuk memperluas kesadaran akan peluang karier di bidang kargo udara.
- Bertindak sebagai pendukung industri dengan berbagi perjalanan dan wawasan profesional mereka, dengan tujuan menginspirasi, membimbing, dan membimbing generasi profesional kargo udara berikutnya.
- Berkontribusi pada pengembangan dan promosi konten KTT FACE, webinar, dan penjangkauan digital, membantu membentuk pengalaman pembelajaran dan keterlibatan yang berdampak.
- Melibatkan jaringan internal dan eksternal untuk secara aktif mendukung inisiatif FACE, menumbuhkan budaya pengembangan bakat di seluruh sektor kargo udara.

Buku putih IATA "Membuat Kargo Udara Menarik bagi Bakat Muda" (pdf) mengidentifikasi bahwa para pemimpin kargo semakin tertantang dalam merekrut dan mempertahankan anggota tim yang terampil di antara generasi muda dengan nilai-nilai yang terus berkembang sehubungan dengan pekerjaan.

Program Duta Besar FACE akan mengatasi tantangan itu dengan menampilkan kargo udara sebagai sektor yang inovatif dan berorientasi pada tujuan dengan peluang untuk tumbuh.

Dampak program akan dilacak melalui kalender kegiatan tahunan dan diukur berdasarkan hasil nyata yang mencerminkan keterlibatan yang bermakna dengan industri.

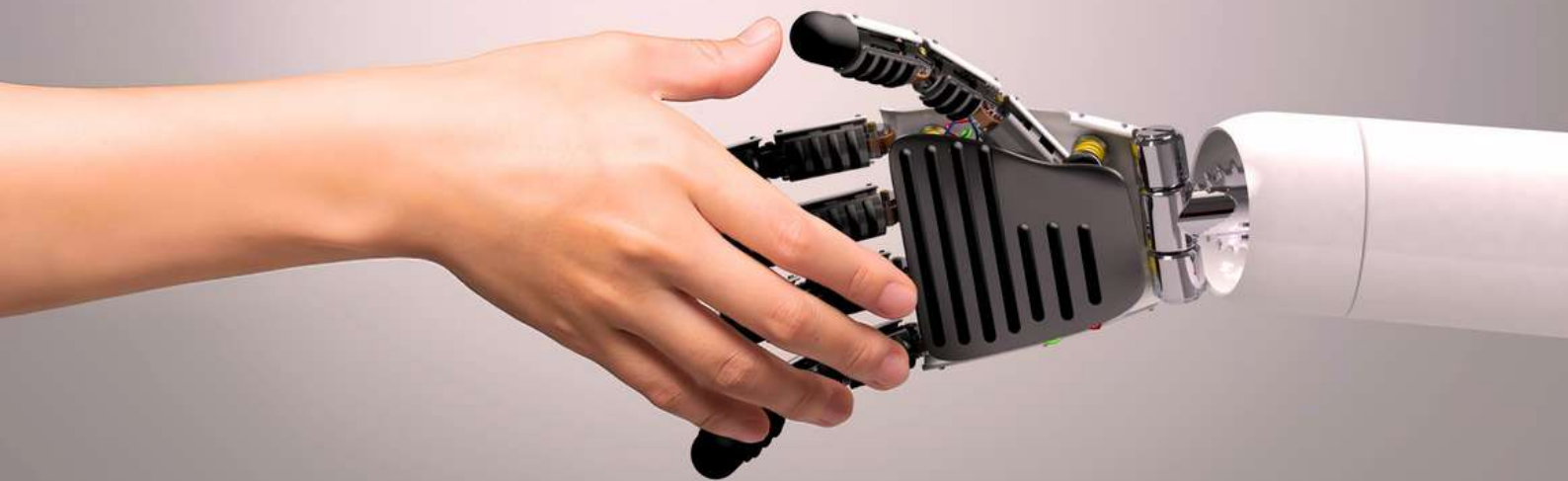
"Profesional muda menginginkan karier yang bermakna dengan peluang untuk tumbuh, belajar, dan berkontribusi pada masa depan yang lebih berkelanjutan.

Kargo udara memberikan hasil di semua lini—tetapi kita harus berbuat lebih banyak untuk menceritakan kisah itu dan menciptakan jalur yang jelas menuju industri.

Program Duta FACE menghubungkan para pemimpin saat ini dengan mereka yang memiliki potensi untuk memimpin industri di masa depan.

Untuk membangun tenaga kerja yang lebih kuat dan lebih tangguh untuk kargo udara, Duta FACE akan menawarkan panduan, dan wawasan dunia nyata tentang peluang besar yang ada di industri kami," kata Brendan Sullivan, Kepala Kargo Global IATA. Beberapa profesional kargo telah bergabung sebagai Duta perdana, yang menjadi dasar bagi komunitas advokat global yang berkomitmen untuk membentuk masa depan kargo udara.





Solusi Keamanan Berbasis AI Berikan Ketenangan Pikiran bagi Penyelenggara Acara dan Peserta

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pengambilan keputusan berbasis data untuk kesuksesan acara. Dulu, perencanaan acara sangat bergantung pada intuisi dan pengalaman masa lalu. Kini, AI mengubah data menjadi wawasan yang dapat ditindaklanjuti, yang memungkinkan keputusan yang lebih cerdas.

Pelacakan Keterlibatan Peserta: AI menganalisis kehadiran sesi, kunjungan stan, dan umpan balik untuk mengidentifikasi topik dan pembicara populer.
Peramalan Tren: AI memprediksi tren pemesanan di masa mendatang berdasarkan data historis, membantu tempat acara merencanakan ke depan.

Optimalisasi Pemasaran: AI mengidentifikasi saluran promosi dan pesan yang paling efektif untuk menarik audiens target.

CONTOH DUNIA NYATA:

Sebuah pusat konvensi menggunakan AI untuk menganalisis survei pasca-acara dan penyebutan media sosial. Wawasan tersebut mengungkapkan bahwa peserta lebih menghargai peluang jaringan daripada pidato utama, yang mendorong pusat tersebut untuk mendesain ulang format acaranya, yang menghasilkan peningkatan pendaftaran sebesar 20% untuk edisi berikutnya.



Manfaat untuk Hotel & Pusat Konvensi:

ROI yang Lebih Tinggi: Keputusan yang didukung data menghasilkan alokasi sumber daya yang lebih baik dan peningkatan profitabilitas.

Perencanaan yang Lebih Baik: Analisis prediktif membantu tempat penyelenggaraan mengantisipasi kebutuhan dan preferensi peserta.

Keunggulan Kompetitif: AI memberdayakan tempat penyelenggaraan untuk tetap menjadi yang terdepan dalam tren industri.

Dengan memanfaatkan analisis yang digerakkan oleh AI, hotel dan pusat konvensi dapat meningkatkan acara mereka ke tingkat yang lebih tinggi.

Kesimpulan: Masa Depan AI dalam Industri MICE

Industri MICE berada di ambang transformasi teknologi yang akan mendefinisikan ulang cara hotel dan pusat konvensi beroperasi, bersaing, dan memberikan nilai. Kecerdasan Buatan bukan lagi konsep futuristik—ini adalah solusi masa kini yang mendorong hasil nyata di setiap aspek manajemen acara.

Bagi tempat penyelenggaraan yang berpikiran maju, pertanyaannya bukanlah apakah akan mengadopsi AI, tetapi seberapa cepat AI dapat diimplementasikan untuk mendapatkan keunggulan kompetitif.

Apakah tempat Anda siap memanfaatkan kekuatan AI dalam industri MICE? Masa depan acara sudah ada di sini, dan itu cerdas.

SITA Akuisisi CCM Untuk Bangun Bandara Masa Depan dengan Integrasikan Teknologi dan Layanan Tinggi

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI



SITA integrasikan proses, teknologi, dan desain di bawah satu solusi menyeluruh untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pelanggan dan menghadirkan bandara yang lebih cerdas, lebih efisien, dan lebih baik dengan pengalaman penumpang yang lebih lancar.

Seiring dengan semakin banyaknya investasi bandara dalam otomatisasi, biometrik, keamanan, layanan mandiri, dan layanan komersial yang dipersonalisasi, tata letak terminal harus berkembang seiring dengan inovasi-inovasi ini.

Model tradisional yang melibatkan deretan konter check-in, area keamanan statis, dan arus penumpang yang tidak efisien tidak lagi masuk akal. Sebaliknya, bandara membutuhkan integrasi yang mulus, di mana teknologi cerdas dan desain cerdas bekerja sama untuk mengurangi kemacetan dan memanfaatkan setiap meter persegi secara maksimal.

Dengan pemikiran ini, SITA sebagai spesialis terkemuka dunia dalam komunikasi transportasi udara dan teknologi informasi dan pemimpin global dalam teknologi transportasi udara-

telah mengumumkan penutupan akuisisi CCM, yang berkantor pusat di Milan, Italia serta ahli dan pemimpin terkenal di dunia dalam desain, produksi, dan pembuatan interior bandara.

Langkah strategis ini bertujuan untuk mendefinisikan ulang cara kerja bandara dengan memadukan teknologi dan desain interior secara mulus untuk menciptakan ruang yang siap untuk masa depan.

CCM identik dengan desain Italia berkualitas tinggi yang terkenal di dunia di ruang bandara. CCM bekerja sama dengan arsitek dan desainer terkemuka untuk menciptakan pengalaman wisatawan yang efisien, fungsional, berkesan, dan bergaya.

"Ini bukan hanya tentang memperluas bandara," Ini tentang menata ulang bandara. Dengan keahlian CCM dalam desain dan eksekusi, kami mengubah bandara untuk memaksimalkan jejak yang ada, mengoptimalkan arus penumpang, dan menciptakan lingkungan terminal bandara yang lebih cerdas, lebih fleksibel, dan lebih bernilai yang berkembang seiring dengan perubahan kebutuhan industri."

Sebagai pemimpin dalam teknologi pemrosesan penumpang, SITA berada di garis depan dalam mengelola ruang bandara dengan lebih efisien. Transformasi industri menuntut pendekatan baru terhadap manajemen ruang, di mana konter check-in tradisional diganti dengan desain inovatif yang mencerminkan kebiasaan perjalanan modern.

Membangun lingkungan yang efisien dan didukung teknologi sangat penting bagi masa depan perjalanan. Bandara bukan sekadar titik transit; bandara menandai momen dalam perjalanan, ke mana pun tujuannya.

"Dengan mengintegrasikan keahlian kami, kami mewujudkan bandara masa depan – arsitektur yang dibangun berdasarkan solusi teknologi dan didorong oleh efisiensi untuk meningkatkan pengalaman perjalanan secara keseluruhan bagi penumpang dan operasi staf bandara," kata David Lavorel.

Akuisisi CCM menambahkan elemen desain dan konsultasi pelanggan yang berharga ke teknologi SITA yang sudah ada, memperkuat komitmennya untuk memimpin masa depan perjalanan udara.

Sergio Colella, Presiden SITA untuk Eropa, menambahkan bahwa pasar membutuhkan perubahan mendasar—di mana teknologi dan desain bekerja sama untuk membuat bandara lebih cerdas dalam menggunakan ruangnya untuk kapasitas yang lebih besar dan dengan fleksibilitas untuk mendukung perjalanan generasi berikutnya.

"Itulah sebabnya kami membawa CCM ke dalam keluarga SITA. Dengan menggabungkan teknologi dan pengalaman kami dalam operasi bandara dengan pemahaman mendalam mereka tentang desain dan pengoptimalan ruang,-

-kami menghadirkan ke pasar kemampuan 'teknologi berdasarkan desain' yang unik dan integrasi menyeluruh dari desain hingga operasi, semuanya selaras sejak gagasan tersebut dicetuskan."

Selama 35 tahun di bawah manajemen keluarga Marinoni, CCM telah bekerja di lebih dari 300 bandara di seluruh dunia, merancang dan menyediakan ruang terminal yang menyeimbangkan efisiensi, fleksibilitas, dan pengalaman penumpang.

Kini, dengan keahlian SITA dalam pemrosesan penumpang, penanganan bagasi, dan operasi bandara yang digerakkan oleh AI, akuisisi ini akan membantu pelanggan bandara mengintegrasikan teknologi dan desain sebagai satu solusi utama, sesuatu yang sebelumnya tidak tersedia.

Menurut laporan SITA 2024 Air Transport IT Insights, 63% bandara memprioritaskan layanan mandiri, biometrik, aplikasi seluler, dan pengeluaran TI telah melonjak menjadi US\$8,9 miliar karena bandara berfokus pada otomatisasi, AI, dan digitalisasi.



Foto: アフロ (aflo)



Namun, investasi ini hanya akan memberikan dampak penuh jika bandara secara fisik dirancang untuk mendukungnya. Teknologi saja tidak akan memperbaiki kemacetan. Teknologi memerlukan tata letak yang lebih cerdas, pergerakan yang lancar, dan infrastruktur yang berkembang bersamanya.

Monica Oberti telah ditunjuk sebagai CEO sementara CCM, dengan membawa keahlian yang luas selama puluhan tahun dalam membentuk kembali dan mengubah fungsi ruang dalam skala besar secara global di CCM. Ibu Oberti adalah anggota keluarga pendiri Marinoni.

"Sudah terlalu lama bandara harus memilih antara efisiensi dan pengalaman penumpang. Sekarang, mereka tidak perlu melakukannya.

Dengan bergabung dengan SITA, kami akhirnya dapat menyatukan yang terbaik dari kedua dunia – teknologi cerdas, desain cerdas, dan produksi berkualitas. Bersama-sama, kami tidak hanya meningkatkan kualitas bandara, tetapi juga membentuknya kembali untuk masa depan," kata Monica Oberti, CEO Sementara CCM.

SITA dan CCM bergerak cepat untuk mengintegrasikan keahlian mereka, memastikan bahwa pelanggan yang ada tidak mengalami gangguan dalam layanan, sekaligus membuka peluang baru untuk mengoptimalkan lingkungan bandara mereka.

Industri penerbangan berkembang dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya, dan bandara membutuhkan solusi yang tidak hanya membantu mereka mengejar ketertinggalan tetapi juga memungkinkan mereka untuk maju.

ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id



Foto: Aang Wirawan

RI Jadi Negara Asia Pasifik Pertama, yang Luncurkan Pedoman Investasi Pariwisata UN Tourism

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

berkolaborasi bersama UN Tourism menjadi negara pertama di Kawasan Asia-Pasifik yang meluncurkan pedoman investasi pariwisata, berjudul "Tourism Doing Business: Investing in Indonesia".

Sekretaris Jendral UN tourism, Zurab Pololikashvili, mengatakan pedoman investasi "Tourism Doing Business: Investing in Indonesia" adalah pedoman investasi pertama di Asia dan Pasifik. Pedoman ini menjadi langkah penting bagi UN Tourism dan Indonesia, karena investasi merupakan salah satu prioritas dalam pengembangan pariwisata.

Menteri Pariwisata Widiyanti Putri Wardhana bersama Sekretaris Jendral UN Tourism, Zurab Pololikashvili meluncurkan secara langsung "Tourism Doing Business: Investing in Indonesia", saat pembukaan Konferensi Regional Pariwisata PBB, yang berlangsung di Hotel Mulia, Jakarta, Rabu (16/4/2025).

Dalam kesempatan tersebut, Menteri Pariwisata Widiyanti menyampaikan apresiasi kepada UN Tourism dan semua pemangku kepentingan yang telah berkolaborasi menyusun pedoman investasi ini.

"Sinergi bersama ini penting, untuk melestarikan warisan alam dan budaya, sekaligus membuka peluang yang bermanfaat bagi masyarakat, ekonomi, dan lingkungan," ujar Menteri Pariwisata Widiyanti.

Pedoman investasi "Tourism Doing Business: Investing in Indonesia" diharapkan dapat menyajikan panduan yang menyeluruh untuk berinvestasi di sektor pariwisata Indonesia, sehingga dapat membantu calon investor baik dari dalam maupun luar negeri dalam menggali potensi investasi.

Pedoman yang disusun berdasarkan riset mendalam ini meliputi; gambaran ekonomi global dan nasional, tren dan arus investasi (termasuk investasi hijau dan startup). Termasuk pula proposisi nilai dan daya saing Indonesia di tingkat global, kerangka hukum dan perpajakan untuk investor, peluang investasi konkret di destinasi unggulan, dan rekomendasi strategis.

Secara keseluruhan, panduan ini berupaya menghadirkan jawaban bagi para calon investor di sektor pariwisata terkait; prosedur hukum dan perpajakan, investasi pariwisata dengan konsep berkelanjutan.

mencakup analisis ekonomi dan tren Foreign Direct Investment, peta peluang investasi di berbagai provinsi, skema insentif dan perijinan, serta profil startup dan model kolaborasi bisnis. Pedoman ini juga secara rinci menjelaskan kebijakan Indonesia dalam mendukung pembangunan rendah karbon dan proyek-proyek wisata berkelanjutan.

Kebijakan tersebut dituangkan melalui beberapa strategi, seperti; strategi jangka panjang LTS-LCCR 2050 (Long-Term Strategy for Low Carbon and Climate Resilience 2050), dan pendanaan melalui obligasi hijau dan obligasi syariah hijau (green sukuk). "Ada banyak prioritas yang harus dikerjakan, tetapi khususnya investasi sangat penting di kawasan ini dan Indonesia memiliki banyak hal untuk ditawarkan, banyak tempat, banyak peluang," kata Zurab.

Deputi Bidang Sumber Daya dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata, Martini M. Paham, menjelaskan pedoman ini merupakan hadiah diplomasi yang diberikan UN Tourism kepada Indonesia. Tidak hanya Indonesia, UN Tourism juga membuat pedoman investasi serupa untuk 22 negara. Kehadiran pedoman ini akan menjadi dokumen promosi kepada calon-calon investor global.



Foto: Dikaseva



Foto: Jason Cooper

"UN Tourism juga sudah mengatakan bahwa pedoman ini sebagai living document yang artinya bisa terus diperbaharui kalau ada perkembangan baru dari Indonesia," kata Martini.

Lebih lanjut, Martini M. Paham menjelaskan lima Destinasi Pariwisata Prioritas masih menjadi fokus utama investasi pariwisata di Indonesia meliputi Borobudur,

Labuan Bajo, Mandalika, Danau Toba, dan Likupang. Ditambah tiga greater area di antaranya; Jakarta, Bali, Kepulauan Riau (Batam-Bintan), serta IKN.

"Jadi investasi terus difokuskan di tempat-tempat tersebut, tapi tidak menutup kemungkinan tempat lain yang memiliki potensi sangat terbuka untuk bisa kita ajak untuk melakukan promosi investasi bersama," ujar Martini.

Deputi Bidang Industri dan Investasi Kementerian Pariwisata, Rizki Handayani, mengatakan kehadiran pedoman ini memantapkan positioning Indonesia sebagai destinasi utama untuk investasi dan bisnis pariwisata. Ini adalah salah satu manfaat menjadi anggota UN Tourism.

Rizki Handayani menambahkan, "Indonesia melalui pedoman ini ingin menyampaikan bahwa praktik-praktik pariwisata berkelanjutan dari segi kebijakan nasional dan kesiapan industri sudah sangat baik. Praktik ini akan terus didorong dan dikembangkan bersama kementerian/lembaga terkait serta berbagai industri."

Dalam "Tourism Doing Business: Investing in Indonesia", Indonesia menawarkan peluang investasi yang luas dengan berbagai keunggulan seperti; populasi muda dan produktif, infrastruktur transportasi yang berkembang, destinasi wisata kelas dunia, serta komitmen penuh dari pemerintah dan dukungan dari UN Tourism.

Sejumlah kelebihan tersebut disertai pemasaran yang kuat dengan diluncurkan pedoman investasi tersebut, diharapkan dapat menjadi solusi inovatif untuk menarik lebih banyak investor yang masuk dan memberi manfaat yang luas.

"UN Tourism telah meluncurkan Tourism Doing Business: Investing in Indonesia sebagai peta jalan bagi investor untuk menggali potensi besar Indonesia. Mari bersama-sama kita eksplorasi solusi inovatif yang mengedepankan aspek berkelanjutan," ujar Menteri Pariwisata Widiyanti.

Afrika Selatan Siapkan Panggung untuk Tahun 2030 dengan Ledakan Pariwisata M.I.C.E yang Didorong Asia

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Afrika Selatan mengintensifkan strategi pariwisata M.I.C.E-nya, beralih ke Asia untuk mencapai tujuan ambisiusnya yaitu 15 juta pengunjung tahunan pada tahun 2030. Afrika Selatan Mempertajam Fokusnya pada Asia untuk Mendorong Target 15 Juta Wisatawan pada Tahun 2030 Melalui Lonjakan Sektor MICE.

Afrika Selatan meningkatkan permainan pariwisatanya dengan visi yang berani untuk menyambut 15 juta pengunjung internasional setiap tahunnya pada tahun 2030. Sektor Pertemuan, Insentif, Konferensi, dan Pameran (MICE) terbukti menjadi mesin utama yang menggerakkan ambisi ini. Inti dari dorongan ini terletak pada pergeseran strategis menuju pasar Asia, khususnya India.

Pada tahun 2023, hampir 50% pengunjung India ke Afrika Selatan datang untuk keperluan bisnis, dengan lebih dari seperlima dari total kedatangan terkait dengan segmen M.I.C.E.

Data ini menggarisbawahi perubahan yang disengaja bukan sekadar tren sesaat karena South African Tourism (SAT) mengkalibrasi ulang upayanya untuk memanfaatkan potensi penuh perjalanan keluar Asia.

Untuk memperkuat posisinya, SAT telah meluncurkan beberapa strategi yang berpusat di Asia. Ini termasuk Skema Operator Tour Terpercaya (TTOS) yang dirancang untuk memfasilitasi perjalanan grup yang lancar dari negara-negara Asia.

Akses juga ditingkatkan melalui otorisasi perjalanan elektronik, dan pengenalan penerbangan langsung yang menghubungkan India dan Afrika Selatan — sebuah langkah yang bertujuan untuk memangkas waktu perjalanan dan meningkatkan kenyamanan.

Cape Town siap menjadi pusat perhatian M.I.C.E global pada bulan April 2025, karena menjadi tuan rumah Africa Travel Week. Pertemuan industri besar seperti ILTM Africa, WTM Africa, dan IBTM Africa akan berlangsung di tempat-tempat papan atas seperti Cape Town International Convention Centre (CTICC) dan Norval Foundation, yang mengundang para pengambil keputusan dari seluruh dunia.

Fokus tahun ini adalah mengurangi ketergantungan pada pasar sumber tradisional seperti Inggris dan Eropa. Dengan para pemimpin pemikiran seperti CEO SATSA David Frost yang memimpin diskusi, akan ada seruan kuat untuk diversifikasi pasar — dengan Asia disajikan sebagai batas pertumbuhan yang penting.

Bagi spesialis MICE seperti Weaving dan De Jager, kustomisasi adalah kunci untuk memenangkan klien Asia. Itu berarti lebih dari sekadar efisiensi logistik; ini tentang pertimbangan budaya yang cermat.

Dari pilihan bersantap vegetarian dan vegan hingga pengalaman mendalam termasuk wisata safari, tour anggur, dan liburan kesehatan, buku pedoman baru ini disesuaikan untuk memenuhi harapan delegasi Asia dan memberikan pengalaman perjalanan dengan dampak yang bertahan lama.



70+ Statistik & Tren Pemesanan Perjalanan Daring yang Diperbarui untuk 2025

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Dunia perjalanan dan pariwisata daring telah berubah secara signifikan dalam lima tahun terakhir seiring dengan perubahan kebutuhan, selera, dan permintaan wisatawan.

Dilansir dari *travelperk.com*, untuk memudahkan Anda memahami industri ini, kami telah menyusun lebih dari 60 statistik dan tren perjalanan dari pasar pemesanan perjalanan daring untuk melihat preferensi dan perilaku wisatawan.

Statistik pemesanan perjalanan daring ini akan memberi Anda gambaran sekilas tentang tren paling populer di industri pariwisata dengan wawasan yang berarti tentang ekspektasi wisatawan dan peran agen perjalanan seluler dan daring.

MELIHAT PERTUMBUHAN INDUSTRI PEMESANAN PERJALANAN DARING DALAM BEBERAPA TAHUN TERAKHIR

Pertumbuhan pasar perjalanan daring telah konsisten dalam beberapa tahun terakhir. Khususnya pada tahun 2023 dan 2024, karena banyak orang dewasa telah meningkatkan pendapatan.

Pendapatan yang dapat dibelanjakan dan platform daring membuat semuanya mulai dari paket liburan hingga pemesanan hotel di menit-menit terakhir menjadi lebih mudah dipesan, ukuran pasar dan pendapatan pun meningkat.

Industri perjalanan daring global bernilai \$512,5 miliar US\$ pada tahun 2023 dan diperkirakan akan mencapai US\$1,26 triliun pada tahun 2032. Ini adalah proyeksi tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 12,99%. (Riset dan Pasar).

Tren utama yang mendorong pertumbuhan dalam industri perjalanan meliputi meningkatnya penggunaan perangkat pintar, kemudahan akses ke konektivitas internet berkecepatan tinggi, meningkatnya popularitas perjalanan solo, dan meningkatnya jumlah pelancong bisnis. (Riset dan Pasar).

Di negara-negara yang disurvei, termasuk AS, Inggris, Australia, Jepang, dan Singapura, 50% pelancong berencana untuk bepergian lebih banyak antara Maret hingga Mei 2023, dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. (Tripadvisor).

31% dari mereka yang mengubah rencana perjalanan mereka pada tahun 2023 berencana untuk mengurangi perjalanan atau melakukan perjalanan yang lebih pendek karena meningkatnya harga biaya hidup, sementara 27% memilih untuk memesan perjalanan yang lebih dekat dengan rumah. (Tripadvisor).

Pada tahun 2024, pengeluaran perjalanan bisnis global diperkirakan akan melampaui rekor US\$1,48 triliun. (Global Business Travel Association). Antara tahun 2019 – 2023, pendapatan global aplikasi perjalanan meningkat lebih dari tiga kali lipat (Statista).

Pendapatan yang dapat dibelanjakan dan platform daring membuat semuanya mulai dari paket liburan hingga pemesanan hotel di menit-menit terakhir menjadi lebih mudah dipesan, ukuran pasar dan pendapatan pun meningkat.

Industri perjalanan daring global bernilai \$512,5 miliar US\$ pada tahun 2023 dan diperkirakan akan mencapai US\$1,26 triliun pada tahun 2032. Ini adalah proyeksi tingkat pertumbuhan tahunan gabungan (CAGR) sebesar 12,99%. (Riset dan Pasar).



Tren utama yang mendorong pertumbuhan dalam industri perjalanan meliputi meningkatnya penggunaan perangkat pintar, kemudahan akses ke konektivitas internet berkecepatan tinggi, meningkatnya popularitas perjalanan solo, dan meningkatnya jumlah pelancong bisnis. (Riset dan Pasar).

Di negara-negara yang disurvei, termasuk AS, Inggris, Australia, Jepang, dan Singapura, 50% pelancong berencana untuk bepergian lebih banyak antara Maret hingga Mei 2023, dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya. (Tripadvisor).

31% dari mereka yang mengubah rencana perjalanan mereka pada tahun 2023 berencana untuk mengurangi perjalanan atau melakukan perjalanan yang lebih pendek karena meningkatnya harga biaya hidup, sementara 27% memilih untuk memesan perjalanan yang lebih dekat dengan rumah. (Tripadvisor).

Pada tahun 2024, pengeluaran perjalanan bisnis global diperkirakan akan melampaui rekor US\$1,48 triliun. (Global Business Travel Association). Antara tahun 2019 – 2023, pendapatan global aplikasi perjalanan meningkat lebih dari tiga kali lipat (Statista).

Total unduhan aplikasi perjalanan global akan mencapai lebih dari \$2 miliar pada tahun 2024, dan pendapatan dari aplikasi perjalanan global sekitar US\$180 juta. (Sensor Tower)

CARA ORANG MEMESAN: PERILAKU RISET DAN PEMBELIAN

Khususnya di Amerika Utara, Eropa, dan kawasan Asia Pasifik, preferensi dan perilaku pemesanan perjalanan berubah secara real-time seiring dengan pergeseran lanskap persaingan oleh ponsel pintar, kecerdasan buatan, dan teknologi baru lainnya. Berikut ini cara konsumen melakukan riset dan pemesanan perjalanan saat ini:





Foto: Guilherme Stecanella

*Menurut Survei Global Tren 2024, 80% wisatawan global yang disurvei merasa penting untuk dapat memesan perjalanan mereka sepenuhnya secara daring, dengan 86% Generasi Milenial dan 83% Generasi Z memimpin. (Hilton)

*76% wisatawan global mengatakan mereka mencari aplikasi perjalanan yang mengurangi hambatan dan stres perjalanan. (Hilton)

*Tahun lalu, lima sumber teratas yang digunakan wisatawan untuk panduan perjalanan adalah: mesin pencari (46%), situs web ulasan perjalanan (36%), rekomendasi dari keluarga atau teman (35%), situs web hotel (31%), dan OTA (28%). (Skift)

*Media sosial memiliki pengaruh terbesar pada destinasi wisata para pelancong rekreasi, dengan 75% pelancong mengatakan bahwa postingan media sosial menginspirasi perjalanan mereka ke destinasi tertentu pada tahun 2023. (Statista)

*56% pelancong pada tahun 2024 mengatakan bahwa mereka meneliti dan memesan aktivitas terlebih dahulu, dengan 25% mengatakan bahwa mereka memesan aktivitas empat minggu atau lebih sebelum perjalanan mereka. (Tripadvisor)

*60% pelancong mengatakan bahwa mereka memprioritaskan pemesanan perjalanan dengan satu merek atau kartu kredit untuk memaksimalkan poin loyalitas, dengan Generasi Milenial sebagai kelompok yang paling loyal (67%). (Hilton)

*Pada tahun 2024, sebanyak 26% pelancong mengatakan bahwa mereka menggunakan OTA untuk meneliti penerbangan, dan 36% mengatakan bahwa mereka menggunakan OTA untuk memesan tiket pesawat.

*Pelancong juga menggunakan OTA untuk memesan hotel (43%), aktivitas berbayar (28%), dan paket (38%). (Skift)

*62% pelancong Gen Z dewasa global mengatakan bahwa mereka menggunakan AI untuk membantu mereka menghemat uang dalam perjalanan (EMerchant).

*Lebih dari 850 juta orang menggunakan aplikasi perjalanan untuk membantu mereka merencanakan perjalanan sebagian pada tahun 2023. (Bisnis Aplikasi)

*Pada bulan Juni 2023, log-in aplikasi perjalanan meningkat 87% dibandingkan akhir tahun 2019. (Sesuaikan)

STATISTIK PEMESANAN DARING MENUNJUKKAN PROSPEK BARU WISATAWAN DI SELURUH DUNIA

Pada tahun 2023, besar wisatawan (72%) mengatakan mereka lebih suka memesan perjalanan secara daring, dibandingkan dengan hanya 12% yang lebih suka menggunakan agen perjalanan. (Statista)

Dari mereka yang memesan perjalanan secara daring, 53% mengatakan itu karena kecepatan mereka dalam merencanakan perjalanan (sempurna untuk perjalanan menit terakhir), 47% mengatakan lebih mudah untuk membandingkan harga dan 42% mengatakan lebih baik menemukan penawaran yang lebih murah. (Statista)

65% dari semua pemesanan perjalanan dilakukan secara daring pada tahun 2023, dengan 35% penjualan daring terjadi melalui ponsel. (Euromonitor) Diperkirakan bahwa 75% dari total pendapatan di sektor pariwisata dan perjalanan akan dihasilkan melalui penjualan daring pada tahun 2029. (Statista)

95% wisatawan yang disurvei pada tahun 2024 mengatakan bahwa mereka akan memangkas pengeluaran di area lain (seperti makanan atau hiburan) untuk mendanai perjalanan mereka. (Skift)

95% wisatawan yang disurvei pada tahun 2024 mengatakan bahwa mereka berencana untuk bepergian lebih banyak atau lebih banyak pada musim panas 2024 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Dari jumlah tersebut, 80% merencanakan 1-2 perjalanan musim panas, yang berlangsung rata-rata lima malam. (Tripadvisor)

Pada tahun 2023, 48% menggunakan perangkat seluler mereka untuk mencari destinasi, 47% untuk membandingkan harga transportasi dan akomodasi, dan 40% untuk memesan tiket pesawat dan hotel.

97,8% eksekutif perjalanan menyatakan bahwa AI akan berdampak selama 1-5 tahun ke depan dalam industri ini. (Euromonitor)

Lebih dari seperlima (22%) pelancong global telah menggunakan ChatGPT atau chatbot AI serupa untuk merencanakan perjalanan. (Simple Flying)

80% pelancong yang memesan tiket secara daring mengunjungi OTA "pada suatu waktu" sebelum memesan, "bahkan jika pelancong memesan tiket di situs web lain." (TravelWeekly)



Foto: Johannes Beilharz

PENGHAMBAT DAN FRUSTRASI TERBESAR DALAM PEMESANAN PERJALANAN DARING

Dalam sebuah studi terhadap 15.000 ulasan Tripadvisor, ditemukan bahwa ketidakteraturan penerbangan menjadi topik yang paling banyak dibahas (36%) oleh wisatawan yang kecewa pada tahun 2023, dibandingkan dengan 20% pada tahun 2019. (TNMT)

43% orang Amerika tidak suka memesan perjalanan, termasuk 23% wisatawan GenZ. (TravelPort)

Kesenjangan pengalaman antara memesan perjalanan dan benar-benar bepergian cukup tinggi — sementara 64% orang sangat suka bepergian, hanya 26% yang menikmati proses pemesanan. (TravelPort)

Banyak wisatawan melaporkan merasa cemas saat memesan perjalanan, paling umum karena kemungkinan penundaan atau pembatalan (32%), masalah harga (18%), dan antrean panjang di bandara yang padat (17%). (TNMT)

79% pelancong bisnis global mengalami gangguan perjalanan pada tahun 2023 (TravelPerk)

Rata-rata 40% pelancong mengatakan bahwa mereka memeriksa informasi perjalanan lebih sering karena adanya penundaan, sementara 35% mengatakan bahwa mereka sekarang lebih suka memesan opsi dengan kebijakan pembatalan yang fleksibel. (TravelPerk)

Pada tahun 2023, hanya 11% pelancong rekreasi dan 16% pelancong bisnis yang mengatakan bahwa mereka tidak mengalami frustrasi saat memesan perjalanan secara daring. (Statista)

Pada tahun 2023, 45,1% pelancong mengatakan bahwa mereka khawatir tentang seberapa banyak data yang dimiliki perusahaan pada tahun 2023 dan hanya 23,1% yang merasa dapat mengendalikan data mereka. (Euromonitor)

74% agen perjalanan yang disurvei percaya bahwa pembelian dan penjualan rencana perjalanan dapat disederhanakan. 86% agen mendukung modernisasi pengalaman pengguna untuk meningkatkan penjualan perjalanan daring. (TravelPort)



Foto: Aliya Amangeldi



Foto: Alessandro Santoro

43% pelancong bisnis merasa frustrasi karena fungsi pencarian situs perjalanan terbatas pada anggaran atau tanggal. (Statista). 87% pelancong bisnis mengatakan bahwa mereka ingin pemesanan perjalanan bisnis semudah memesan liburan, tetapi 42% mengatakan pemesanan perjalanan bisnis bahkan lebih sulit. (TravelPort)

Tantangan terbesar yang dihadapi pelancong bisnis saat memesan perjalanan adalah menemukan opsi yang sesuai anggaran (34%), menemukan opsi yang sesuai dengan jadwal mereka (30%), pembatalan, mengubah rencana perjalanan (29%), dan mendapatkan respons cepat dari layanan pelanggan (25%). (TravelPerk)

Pelancong menginginkan tempat menginap sekaligus untuk memesan perjalanan. 45% pelancong lebih suka memesan perjalanan dari awal hingga akhir dari satu situs web yang menyajikan opsi untuk penerbangan, akomodasi, persewaan mobil, dan fasilitas tambahan, termasuk 50% pelancong Gen Z. (TravelPort)

Pengguna menghabiskan, rata-rata, 40% lebih banyak melalui desktop daripada perangkat seluler saat memesan secara online. (SaleCycle).

PEMESANAN PERJALANAN BERALIH KE PERANGKAT SELULER

68% lalu lintas daring untuk situs web perjalanan dan perhotelan pada tahun 2023 berasal dari perangkat seluler, yang menunjukkan keinginan kuat untuk aksesibilitas seluler dan opsi pemesanan yang lebih banyak (Statista).

Meskipun perangkat seluler menyumbang sekitar 60% lalu lintas perjalanan daring, desktop menyumbang sekitar 62% penjualan — meskipun wisatawan melakukan lebih banyak riset di perangkat seluler, mereka tetap menggunakan desktop untuk memesan. (SaleCycle)

39% pengguna akan menggunakan aplikasi daripada menggunakan situs web seluler karena kecepatannya, sementara 30% menikmati peningkatan fungsionalitas aplikasi seluler. (Condor Ferries)

Nilai pesanan daring rata-rata pengguna seluler telah tumbuh sebesar 29% sejak tahun 2020. (SaleCycle)



Foto: Anastasiia Nelen

Pasar pemesanan perjalanan seluler pada tahun 2024 bernilai \$228 miliar, dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi lebih dari \$526 miliar pada tahun 2032. (Credence Research) .

Pada tahun 2020, kesenjangan antara penjualan pemesanan melalui desktop dan seluler adalah 75% dibandingkan dengan tahun 2022 di mana kesenjangan tersebut berkurang menjadi 40%. (SalesCycle)

PERAN AGEN PERJALANAN DARING DI DUNIA DIGITAL

Agen perjalanan daring terus memainkan peran penting dalam layanan perjalanan saat ini. Menawarkan program loyalitas, kemitraan, dan inisiatif lain untuk terus menarik konsumen saat ini akan sangat penting untuk memperluas pangsa pasar, bukan hanya digunakan untuk penelitian.

80% pengguna memesan dengan satu agen perjalanan daring (OTA) pada tahun 2023, sementara 17% hanya menggunakan dua OTA. Hal ini menunjukkan loyalitas yang kuat terhadap OTA setelah pengguna menemukan agen yang memenuhi kebutuhan mereka. (Yodlee)

Pada tahun 2023, 51% wisatawan memesan dengan OTA, dibandingkan dengan 37% yang memesan langsung dengan maskapai penerbangan, 23% yang memesan langsung dengan hotel, dan 13% yang menggunakan merek persewaan liburan seperti Airbnb. (Expedia Group)

34% Generasi Milenial akan memesan dengan agen perjalanan daripada OTA, dengan 60% Generasi Milenial mengatakan mereka akan senang membayar lebih untuk saran, rekomendasi, dan pengetahuan destinasi dari agen perjalanan. (Condor Ferries)

Rata-rata tingkat pembatalan keranjang belanja untuk OTA adalah sekitar 81%, yang menunjukkan seberapa sering wisatawan menggunakan situs web pemesanan perjalanan daring untuk menemukan dan membandingkan pilihan. (Condor Ferries)

Dalam skenario di mana harga di situs web hotel dan OTA sama, 70% responden pada tahun 2022 mengatakan mereka akan memesan melalui OTA. (Hospitalitynet)

Beberapa alasan terbesar mengapa orang lebih memilih OTA adalah keamanan, kenyamanan, diskon loyalitas, dan ulasan daring kredibel yang mereka tawarkan.

(Hospitalitynet) 12% orang yang memesan melalui OTA mengatakan mereka melakukannya karena lebih cepat daripada memesan secara langsung. (Hospitalitynet)

PEMESANAN PERJALANAN DARING KINI HADIR UNTUK TETAP ADA

Pemesanan perjalanan daring mengubah permainan perjalanan dan membuat proses manajemen perjalanan jauh lebih mudah bagi para pelancong di seluruh dunia. Karena semakin banyak orang terhubung kembali dengan perjalanan, OTA pasti akan melihat peningkatan dalam lalu lintas dan minat.

Dan jika Anda termasuk di antara 87% pelancong bisnis atau perencana perjalanan perusahaan yang menginginkan pemesanan perjalanan bisnis menjadi lebih mudah, tidak perlu mencari yang lain selain TravelPerk.

Dengan TravelPerk, Anda mendapatkan akses ke semua yang Anda butuhkan untuk proses pemesanan dan perjalanan yang lancar, termasuk:

Akses ke salah satu inventaris terlengkap penerbangan, akomodasi, persewaan mobil, kereta api, dan banyak lagi. Tarif perjalanan perusahaan dan opsi pemesanan grup. Tarif fleksibel yang memungkinkan Anda mendapatkan kembali hingga 80% dari biaya perjalanan Anda ketika perjalanan dibatalkan.

DUKUNGAN PELANGGAN 24/7 SAAT ANDA MEMBUTUHKANNYA.

Pengimbangan karbon dan program GreenPerk kami untuk membantu Anda dalam perjalanan menuju program perjalanan yang lebih berkelanjutan.

Kebijakan dan persetujuan untuk memberi wisatawan cara mudah untuk memesan sendiri pada platform yang mudah digunakan sambil tetap mematuhi program Anda.

Masih banyak lagi! Nah, Tidak percaya pada kami? Lihat bagaimana perusahaan seperti EU Business School menghemat €66.000 dalam penerbangan dan perjalanan yang dibatalkan menggunakan TravelPerk.



Foto: Matei Andrei



La bamba

Uluwatu-Bali

h
h
h

LA BAMBA ULUWATU, BALI

OPEN EVERYDAY 7.30AM - 11PM

**JL. LABUANSAIT NO.16, PECATU, SOUTH KUTA, BADUNG
REGENCY, BALI 80361 | +62 812-3139-4783**



WTTC: Perjalanan & Pariwisata Akan Menciptakan 4,5 Juta Pekerjaan Baru di Seluruh UE pada Tahun 2035

OLEH EVAN MAULANA

World Travel & Tourism Council (WTTC) mengungkapkan masa depan yang cerah bagi sektor Perjalanan & Pariwisata Uni Eropa, dengan pertumbuhan yang kuat diprediksi selama dekade berikutnya.

Menurut Riset Dampak Ekonomi terbaru dari badan pariwisata global tersebut, pada tahun 2035, Perjalanan & Pariwisata diharapkan dapat mendukung tambahan 4,5 juta pekerjaan, mencapai lebih dari 30 juta, memperkuat peran vitalnya dalam lanskap ekonomi dan sosial UE.

Sektor ini akan mendukung satu dari tujuh pekerjaan di seluruh wilayah, menjadi salah satu industri yang paling penting secara strategis di UE. Prakiraan WTTC menunjukkan kontribusi PDB Perjalanan & Pariwisata meningkat menjadi hampir €2,3 triliun, dengan pangsa ekonominya naik menjadi hanya di bawah 11%, selama periode yang sama.

Sektor ini akan terus mengungguli pertumbuhan ekonomi yang lebih luas dengan CAGR 10 tahun sebesar 1,8%, dibandingkan dengan 1,3% untuk ekonomi UE secara keseluruhan. Sektor ini juga akan menyumbang lebih dari €900 miliar setiap tahunnya kepada pemerintah UE melalui pendapatan pajak.

Pengeluaran pengunjung internasional diperkirakan mencapai €730 miliar selama 10 tahun ke depan, sementara pengeluaran pengunjung domestik diproyeksikan akan melebihi €1,2 triliun.

SEKILAS TENTANG 2025

Pada tahun 2025 ini, Perjalanan & Pariwisata di seluruh UE diperkirakan akan menyumbang hampir €1,9 triliun terhadap PDB blok tersebut, yang mencakup 10,5% dari ekonomi UE.



Foto: Hanvin Cheong

Pekerjaan diperkirakan akan mencapai hampir 26 juta, yang mewakili 12% dari semua pekerjaan UE – sebuah tanda yang jelas dari dampak sektor yang terus berkembang.

Pengeluaran pengunjung internasional diperkirakan akan mencapai €573 miliar tahun ini, tumbuh lebih dari 11% dari tahun ke tahun. Pengeluaran domestik juga diproyeksikan akan meningkat, mencapai €1,1 triliun, tumbuh 1,6% dari tahun ke tahun.

Selama pertemuan pertamanya dengan badan pariwisata global di Brussels hari ini, WTTC menyambut baik penunjukan Komisaris Apostolos Tzitzikostas sebagai Komisaris Eropa untuk Transportasi & Pariwisata Berkelanjutan – sebuah momen penting bagi Uni Eropa dan sektor Perjalanan & Pariwisata.

Portofolio khusus ini menandakan fokus baru pada sektor yang mendukung jutaan mata pencaharian di seluruh benua dan memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi, inklusi, dan inovasi.

WTTC juga memuji pengumuman Komisaris tentang Strategi Pariwisata Berkelanjutan yang akan datang dan berharap dapat berkontribusi pada pengembangan peta jalan penting ini untuk masa depan Perjalanan & Pariwisata di UE.

Presiden & CEO WTTC Julia Simpson mengatakan, "Sektor Perjalanan & Pariwisata UE terus menunjukkan ketahanan, mendorong lapangan kerja, inovasi, dan pertumbuhan regional.

"Dekade berikutnya adalah kesempatan untuk membangun yang lebih terhubung dan berkelanjutan, memperkuat ketahanan di destinasi pariwisata yang mapan, dan membuka destinasi baru di seluruh Eropa.

Menunjuk seorang komisaris dengan tugas khusus di bidang pariwisata merupakan sinyal kuat bahwa UE mengakui kekuatan sektor tersebut untuk mendukung masyarakat dan meningkatkan kemakmuran.

"Kami berharap dapat bekerja sama dengan Komisaris Tzitzikostas untuk membentuk kebijakan yang sesuai dengan skala dan peluang sektor tersebut," tambah Julia Simpson.

"Untuk memanfaatkan momen ini, pemerintah harus mendukung sektor tersebut dengan kerangka kerja dan investasi yang jelas — merangkul pengelolaan destinasi untuk memastikan pertumbuhan yang menguntungkan bagi masyarakat dan planet." tambahnya.

Tahun ini juga menandai momen penting bagi Travel & Tourism karena WTTC bersiap menyelenggarakan Global Summit 2025 di Roma pada bulan September ini, yang mempertemukan para pemimpin dunia di bidang Travel & Tourism untuk menyoroti inovasi, investasi, dan ketahanan.

Pemilihan Roma sebagai tuan rumah salah satu acara Travel & Tourism paling bergengsi di dunia mencerminkan pentingnya strategis UE bagi agenda Travel & Tourism global. UE terus memimpin dalam hal keberlanjutan, konektivitas, dan kolaborasi. Peran UE tidak hanya regional, tetapi global.

KILAS BALIK TAHUN LALU

Pada tahun 2024, sektor Perjalanan & Pariwisata Uni Eropa menyumbang hampir €1,8 triliun terhadap PDB Uni Eropa, lebih dari 10% dari perekonomian. Angka ini melampaui level tahun 2019 hampir 6%. Pekerjaan tumbuh hampir 5% dari tahun ke tahun menjadi lebih dari 24,5 juta, yang mencakup satu dari 9 pekerjaan di seluruh wilayah.

Pengeluaran pengunjung domestik mencapai €1 triliun, sementara pengeluaran pengunjung internasional tumbuh menjadi €515 miliar. Penelitian Dampak Ekonomi terbaru ini menegaskan kembali potensi jangka panjang sektor ini dan perannya yang penting dalam penciptaan lapangan kerja, investasi, dan kemakmuran di setiap sudut Uni Eropa.

Bekerja sama dengan Oxford Economics, WTTC menerbitkan laporan tahunan tentang dampak ekonomi dan ketenagakerjaan dari Perjalanan & Pariwisata untuk 184 negara.

Setiap tahun, WTTC juga merilis Riset Lingkungan dan Sosial yang inovatif, yang menunjukkan emisi sektor ini mencapai 12,7% dari seluruh emisi di seluruh UE pada tahun 2023 — yang menggarisbawahi kebutuhan penting untuk inovasi berkelanjutan seiring dengan berkembangnya Perjalanan & Pariwisata.



Foto: Dmitry Kropachev

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id



wonderful
indonesia

Masjid Raya Baiturrahman, Aceh, Indonesia