

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 68

november - desember 2025

tidak untuk diperjualbelikan

Menerawang Pariwisata Indonesia 2026

Foto: Paweł Janiak

FOREWORD



Akhir tahun bukan tentang pesta, tetapi kesempatan introspeksi kembali kepada sang Pencipta, merenungi apa yang telah di titipkan di setiap perjalanan manusia.

Sebagai praktisi di industri pariwisata sudahkah kita menghadirkan perjalanan yang memuliakan manusia? Sudahkah pariwisata yang ditekuni menjaga, bukan menghabiskan lingkungan dan budaya ?.Sudahkah setiap layanan menjadi jalan kebaikan, bukan sekadar transaksi?

Bisnis pariwisata global terus tumbuh meski ada tantangan. Jumlah wisatawan internasional terus naik. Data terbaru menunjukkan sekitar 5% pertumbuhan kedatangan wisatawan internasional di 2025 dibandingkan 2024, dengan lebih dari 1,1 miliar perjalanan internasional tercatat hingga bulan ketiga/kuartal ketiga tahun ini. Permintaan tetap kuat meski ada tekanan ekonomi dan geopolitik.

Generasi Muda (Millenial dan Gen Z) muncul sebagai penggerak utama di industri pariwisata. Demografi pelancong berubah, Gen Z dan milenial jadi motor utama pertumbuhan pariwisata global, dengan preferensi kuat pada pengalaman otentik, petualangan, dan budaya.

Adopsi Teknologi & AI Meningkat. Pemanfaatan dari Artificial intelligence (AI) dan teknologi digital kini menjadi trend besar dalam perjalanan karena AI dipakai dalam perencanaan perjalanan, layanan pelanggan, video inspiratif, dan rekomendasi destinasi.

Kini, pariwisata berkelanjutan (Sustainable I) Tourism menjadi preferensi utama wisatawan dan traveler makin mencari akomodasi, destinasi, dan pengalaman yang ramah lingkungan dan bertanggung jawab secara sosial. Ini termasuk tolok ukur keberlanjutan di destinasi utama.

Bagi umat Islam, pariwisata yang menjaga lingkungan (sustainable tourism) yang kini menjadi agenda global UN-Tourism bukanlah hal yang baru karena sedikitnya ada 9 ayat dalam Al-quran yang menjelaskan bahwa menjaga lingkungan adalah tanggung jawab bersama sebagai makhluk hidup di bumi ini.

Hal yang perlu mendapat perhatian para pelaku usaha adalah tahun 2025 ini permintaan tinggi untuk pariwisata halal mekesat dimana negara Muslim dan Non Muslim bersaing untuk merebut kunjungan wisatawan yang menyukai kegiatan Halal Tourism ke negaranya.

Tourism halal tumbuh pesat sebagai subsektor global, memperluas peluang wisatawan muslim di berbagai destinasi dunia. Kalau dulu Muslim Traveler harus menyesuaikan diri dengan ketersediaan halal food.

Dulu umat Muslim harus menyesuaikan diri dengan tujuan wisatanya apalagi di negara Non Muslim, kini hal itu tidak berlaku karena semua negara Asean maupun belahan dunia lainnya berlomba menjadi tujuan wisata halal.

Di edisi akhir tahun 2025 ini EXPLORE menampilkan berbagai sektor industri wisata yang memiliki perencanaan di tahun 2026 yang tinggal hitungan hari. Selamat membaca dan Selamat Tahun Baru dengan optimisme baru.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

DAFTAR ISI

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

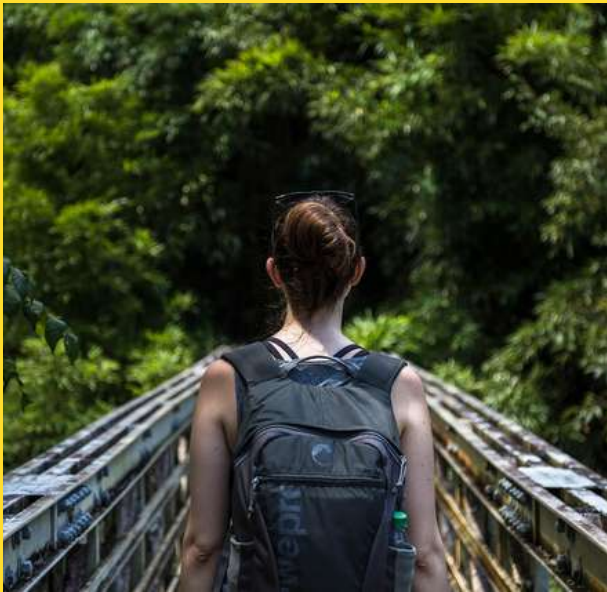
Foreword

Menarawang Pariwisata Indonesia 2026
IATA Meluncurkan Kalender Acara 2026
Peluang yang Lebih Besar Bagi Bisnis dan Konsumen di MICE 2026
Sektor Pariwisata Turki Perkiraan Pertumbuhan Moderat Pada Tahun 2026

04
06
09
13
16

Dot dan The Manila Times Tandatangani Perjanjian untuk Asean Tourism Forum 2026
Beijing, Rio, dan Pittsburgh: Mengapa mereka adalah 'kota terbaik di dunia' untuk tahun 2026
Arabian Travel Market 2026 Soroti Masa Depan Perjalanan Global dengan Inovasi dan Teknologi
Phu Quoc, "Pulau Terindah" di Asia Salah Satu Destinasi Paling Populer di dunia 2026
Bergabunglah dengan Komunitas ATTA di Catalonia, Spanyol untuk AdventureELEVATE Europe 2026
Biaya Perjalanan Bisnis Akan Stabil Tahun 2025 - 2026
Menjelajahi Kegelapan: Mengeksplorasi Industri Pariwisata Gua Laos
Dana Maskapai Penerbangan Senilai USD 1,2 Miliar Diblokir oleh Pemerintah, Mayoritas di Afrika dan Timur Tengah
Scoot Airlines Kini Layani Surga Dunia Labuan Bajo dari Hub Singapura

34
35
38
40
42
44
47
52
54



Thailand akan Jadi Tuan Rumah Global Wellness Summit 2026
TAT Genjot Kampanye dan Acara Akbar untuk Menarik pada Tahun 2026
Luxury Hotel General Managers (GMs): Apa Fokus Anggaran Tunggal Anda untuk Tahun 2026?
Apa Selanjutnya untuk Perhotelan? 3 Tren Pengubah Permainan untuk Tahun 2026
ATTA Meluncurkan Kalender Acara Global 2026: Catalonia, Peru, dan Kota Quebec Siapkan Panggung untuk Tahun Koneksi

18
21
25
30
34



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

PICTORIAL DIRECTOR

A. Hadi Malik

PARTNERSHIP DIRECTOR

Wiwiek Widyawati

PHOTOGRAPHER

Hendri Mulyadi

SENIOR JOURNALIST

Rahmayulis Saleh | Wita Dahlan | Rin Hindryati

REPORTER

Evan Maulana

Yusuf Roneo

Fajar Ariffadila

Griska Gunara Keating

Arum Suci Sekarwangi

Hildea Syafitri

KONTRIBUTOR

Bruriadi Kusuma

Nur Hidayat

Jeffrey Wibisono

Julia Bakso

DIVISI IKLAN

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

SEKRETARIAT REDAKSI

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

Tlp/WA: +62 816 1148 745

E-mail : redaksi@bisniswisata.co.id



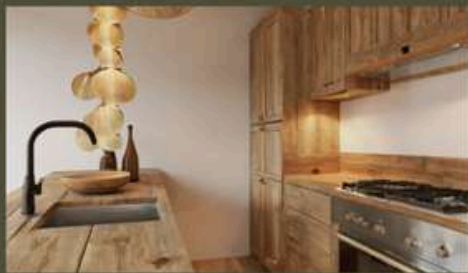
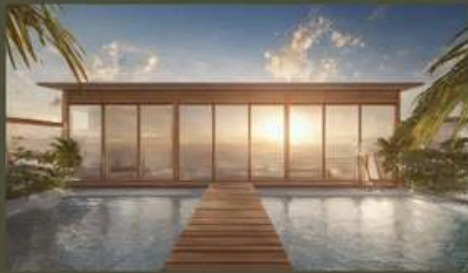
Tabebuia Posada

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



Menerawang Pariwisata Indonesia 2026

OLEH JEFFREY WIBISONO V

Siapa Pangsa Pasarnya dan Apa yang Sebenarnya Mereka Cari? satu pertanyaan yang akhir-akhir ini sering muncul dalam diskusi pariwisata:

"Indonesia 2026 akan kedatangan siapa, dan seberapa besar dampaknya bagi ekonomi lokal?" Pertanyaan sederhana, tetapi penting. Sebab, kita sudah melewati masa ketika industri "hanya" menghitung jumlah kepala. Sekarang kita masuk era baru: pariwisata berbasis kualitas, pengalaman, dan dampak ekonomi nyata.

Dan di sinilah 2026 menjadi tahun menarik untuk "dibaca".

Wisnus: raksasa senyap bernilai triliunan rupiah.

Inilah "mesin"—pariwisata—ekonomi terbesar Indonesia, tidak terlalu disorot, tetapi menjadi backbone industri.

Wisman: jumlah pergerakan lebih rendah dari wisnus, tetapi devisanya sangat besar.

Dari sisi wisatawan mancanegara, pemerintah melalui RPJMN 2025–2029 menargetkan 16–17,6 juta wisman pada 2026. Angka ini sejalan dengan pemulihan dan perluasan konektivitas internasional.

Sumber BPS menunjukkan bahwa wisman mengeluarkan rata-rata US\$ 1.625 per kunjungan pada 2023, "naik" lebih dari 12 persen dibanding tahun sebelumnya.

Jika tren ini berlanjut, sangat masuk akal jika 2026 berada di kisaran US\$ 1.700–1.800 per kunjungan.

Jika target wisman 16–17,6 juta orang tercapai, maka Indonesia berpotensi memanen:

- US\$ 27,2 miliar – US\$ 31,7 miliar, setara Rp 420–480 Triliun

Ini bukan sekadar angka, tetapi energi devisa —jika dikelola dengan tepat— bisa mengalir ke UMKM lokal, pemandu wisata, desa wisata, transportasi rakyat, kuliner rumahan, sampai seniman daerah.

Siapa Pengunjung Terbesar Kita?

Daya tarik pariwisata 2026 tidak lagi ditentukan negara asal, tapi "usia" dan "gaya hidup".

Beberapa data penting:

- Kajian wisatawan Denpasar 2024 menunjukkan 64% wisatawan adalah Gen Z (11–26 tahun), 26% milenial (27–42 tahun), sisanya Gen X. (Sumber: Profil Wisatawan Denpasar 2024)
- Artikel dan survei tren pariwisata global dan Kemenparekraf juga menguatkan bahwa Gen Z dan milenial adalah motor utama pariwisata 2025–2026.

Arti sederhananya: pengunjung terbesar Indonesia 2026 adalah usia "18–40 tahun."

Mereka adalah:

- Digital native
- Senang bepergian spontan
- Mengutamakan pengalaman
- Tidak mengejar "yang paling murah", tetapi yang paling "bernilai"
- Sangat dipengaruhi review online, rekomendasi komunitas, dan konten kreator

Ini generasi yang memandang perjalanan "bukan" sebagai aktivitas liburan, tetapi bagian dari "identitas diri".

Apa yang Mereka Cari?

- Pengalaman yang Otentik

Bukan sekadar spot foto. Tetapi "cerita" di balik tempat, interaksi dengan warga lokal, memasak di dapur warung, belajar batik di rumah perajin, atau mendaki ditemani pemandu desa.

- Nature & Wellness

Tren wisata alam, geowisata, trek pendek, forest healing, spa herbal, yoga retreat, digital detox—semuanya naik daun. Pemerintah juga menegaskan strategi memperkuat desa wisata dan nature-based tourism dalam kerangka RPJMN. (Sumber: RKP/RPJM 2025–2029)

- Serba Digital

Booking online, QRIS, e-wallet, itinerary digital, sampai tiket tanpa kertas. Destinasi yang tidak muncul di layar mereka, "tidak" dianggap ada.

- Value for Money

Wisatawan 2026 tidak sekadar berhemat, tapi ingin "kejelasan" harga dan "konsistensi" layanan. Sekali kecewa, mereka memindahkan preferensi dengan sangat cepat.

Segmentasi 2026: Tidak lagi berdasar negara, tetapi "siapa" mereka?



Foto: Pawel Janiak

Dengan dominasi Gen Z dan milenial yang kuat, cara mengemas produk wisata harus berubah:

- Fokus pada cerita, bukan fasilitas semata
- Kombinasikan lokalitas + kenyamanan modern
- Buka ruang kolaborasi dengan komunitas
- Ciptakan titik interaksi (touchpoints) yang mudah dibagikan di media sosial
- Pastikan manfaat ekonominya jatuh ke warga sekitar: UMKM, perajin, seniman, nelayan, petani

Karena kontribusi terbesar pariwisata bukan pada jumlah kunjungan, tapi pada jumlah uang yang tinggal di daerah.

Apa Implikasinya bagi Ekonomi Lokal?

Jika kita gabungkan potensi:

- Rp 2.500–2.700 triliun dari wisnus
- Rp 420–480 triliun dari wisman

...maka total lebih dari Rp 3.000 triliun bisa bergerak melalui pariwisata Indonesia pada 2026. Namun, pertanyaan besarnya adalah: Berapa persen dari angka itu yang benar-benar sampai ke tangan pelaku lokal?

Di sinilah, tahun 2026 menjadi momentum penting, strategi pariwisata nasional perlu diarahkan agar:

- Kebocoran ekonomi (economic leakage) ditekan
- UMKM lokal mendapat panggung
- Desa wisata bukan hanya "ditampilkan", tetapi "dilibatkan" dalam keputusan
- Operator, investor, dan pemda membangun model bagi hasil yang adil
- Digitalisasi tidak melupakan human touch yang menjadi identitas Indonesia

Bukan Sekadar Tahun Ramai Wisatawan

Tahun 2026 adalah tahun ketika Indonesia "belajar" mengelola nilai, bukan sekadar "menarik" angka.

Karena yang datang bukan hanya turis –tetapi:

- Generasi muda penuh ekspektasi
- Wisatawan berdaya beli besar
- Pencari pengalaman otentik
- Mereka yang ingin uangnya berdampak

Maka tugas kita adalah memastikan bahwa pariwisata 2026 menjadi panggung ekonomi lokal, bukan sekadar statistik nasional.

Akhirnya, saya tutup dengan satu pertanyaan reflektif:

Ketika 2026 tiba dengan jutaan wisatawan, apakah kita sudah siap memastikan bahwa setiap rupiah yang mereka bawa pulang adalah cerita baik tentang Indonesia?

Foto: Nindi Ramadhani



Sumber foto: <https://www.kensalogistics.com/en-gb/what-are-IATA-agents>

IATA Meluncurkan Kalender Acara 2026

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) telah meluncurkan kalender acara 2026, yang mempertemukan para pemimpin industri dan pemerintah untuk berfokus pada tantangan paling mendesak di industri transportasi udara.

"Uniknya, IATA, melalui acara global kami, menyatukan suara-suara paling berpengaruh di seluruh industri untuk mengatasi tantangan dan peluang terbesar transportasi udara," kata Frederic Leger, Wakil Presiden Senior, Produk & Layanan IATA

Baik untuk mengambil langkah selanjutnya dalam digitalisasi operasi kargo, mengembangkan pendekatan bersama untuk mengadopsi solusi pembayaran yang lebih ekonomis, maupun memenuhi kebutuhan untuk membuka produksi Bahan Bakar Penerbangan Berkelanjutan (SAF), acara kami memastikan bahwa para pengambil keputusan yang tepat berada di ruangan untuk mendorong tindakan, tambahannya.

Pada tahun 2025, acara IATA menarik lebih dari 11.000 delegasi industri dan pemerintah di 16 acara. Tahun depan, IATA akan memperluas jadwal acaranya menjadi 18, memperkenalkan dua acara baru pada tahun 2026.

Acara-acara baru 2026 tersebut meliputi:

Simposium Perawatan & Rekayasa Dunia IATA (23-25 Juni) Madrid, Spanyol): Tantangan rantai pasokan dalam industri kedirgantaraan menunda produksi pesawat dan suku cadang baru, perlambatan yang diperkirakan akan merugikan industri sebesar USD 11 miliar pada tahun 2025. Acara ini akan menyoroti masalah-masalah ini dan solusi potensial.

Wings of Change Timur Tengah & Afrika Utara (8-9 September, Manama, Bahrain): Kawasan ini tetap menjadi salah satu pasar dengan pertumbuhan tercepat secara global.

Dengan pertumbuhan yang pesat, ekspektasi penumpang yang terus berkembang, dan meningkatnya tekanan untuk melakukan dekarbonisasi, acara ini akan mempertemukan para pemimpin maskapai penerbangan dan pemerintah dari seluruh kawasan.

Acara penting lainnya meliputi:

Simposium Kargo Dunia (10-12 Maret, Lima, Peru): Ini adalah salah satu konferensi terbesar IATA, dengan lebih dari 1.900 peserta. Simposium ini akan berfokus pada digitalisasi, keberlanjutan, dan keselamatan/keamanan sebagai isu-isu kunci bagi industri kargo udara global seiring adaptasinya terhadap pergeseran geopolitik yang sedang berlangsung.

Simposium Data Dunia (8-9 April, Singapura): Memasuki tahun kedua penyelenggaraannya, acara ini diluncurkan sebagai respons terhadap semakin bergantungnya transportasi udara pada data dan teknologi.

Teknologi-teknologi baru seperti AI, pembelajaran mesin, otomatisasi proses, dan robotika dalam penerbangan serta topik-topik terkait keamanan siber, kebijakan, dan kolaborasi global juga akan dibahas.

Konferensi Keselamatan dan Operasi Dunia (6-8 Oktober, Istanbul, Turki):

Kembali ke Eropa pada tahun 2026, acara ini akan berfokus pada peningkatan keselamatan lebih lanjut di tengah munculnya risiko seperti maraknya baterai litium yang dibawa oleh para pelancong dan gangguan GNSS di dekat zona konflik.

Simposium Keberlanjutan Dunia (Oktober, Brussels, Belgia): Acara ini akan mempertemukan para pemimpin dari sektor penerbangan, energi, keuangan, dan kebijakan untuk memajukan komitmen industri dalam mencapai emisi CO₂ nol bersih pada tahun 2050.

Topik-topik utama akan mencakup pembiayaan transisi energi, produksi SAF, dan penanganan perkembangan kebijakan.

Simposium Penumpang Dunia (Q4 2026, TBC): Acara ini bertujuan untuk membahas tren dan tantangan penting yang bertujuan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan dan mendorong digitalisasi di industri ini.

Simposium Keuangan Dunia (Q4 2026, TBC): Industri penerbangan berada di ambang transformasi keuangan besar-besaran dengan model ritel baru dan teknologi pembayaran yang disruptif.

Acara ini menawarkan kesempatan untuk menilai perubahan-perubahan ini dan belajar dari para inovator terdepan.

Foto: <https://airlines.iata.org/>





Peluang yang Lebih Besar Bagi Bisnis dan Konsumen di MICE 2026

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Melbourne International Coffee Expo 2025 menyambut lebih dari 31.000 profesional dan pencinta kopi. (Foto: Prime Creative Media)

Kembali pada Maret 2026, Melbourne International Coffee Expo (MICE) disebut-sebut sebagai acara kopi paling terpercaya dan berpengaruh di Belahan Bumi Selatan, yang menyatukan seluruh rantai pasok kopi global.

Terkenal dengan lingkungan B2B bernilai tinggi dan audiens lama yang terdiri dari pemilik kafe, penyangrai kopi, pedagang biji kopi hijau, pemasok peralatan, dan distributor, penyelenggara mengatakan MICE terus menetapkan tolok ukur untuk koneksi industri, edukasi, penemuan produk, dan inovasi di seluruh sektor.

Dilansir dari www.gcrmag.com, pengakuan pameran ini sebagai "acara bisnis utama" bagi industri kopi bukanlah rahasia, tetapi kehadirannya yang semakin dekat dengan konsumen telah menjadi ciri khas dari iterasi-iterasi terbarunya.

Merek-merek rumah tangga besar, seperti pemimpin global dan sponsor platinum Breville, dan inovator kopi rumahan lainnya kembali ke lantai pameran pada tahun 2026, menawarkan pengalaman langsung bagi para profesional industri dan barista rumahan yang bersemangat.

Edukasi tetap menjadi inti dari pengalaman MICE, dengan program 2026 yang ditetapkan untuk menghadirkan jajaran pembicara terkuatnya, kata penyelenggara.

Melalui sesi utama, diskusi panel, dan lokakarya praktis, Seri Edukasi MICE memberikan wawasan yang dapat ditindaklanjuti kepada para peserta tentang keberlanjutan, inovasi pemanggangan, kepemimpinan perhotelan, sumber biji kopi hijau, dan masa depan kopi spesial.



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

Para peserta akan mendengar dari beberapa tokoh paling berpengaruh yang membentuk lanskap kopi saat ini, termasuk: Abdullah Ramay, CEO Pablo and Rusty's Coffee Roasters; Amelia Hicks, Direktur dan Salah Satu Pendiri Old Quarter Coffee Roasters, James Hennerbry, CEO Rosslyn Coffee; Abigail Forsyth, Salah Satu Pendiri KeepCup; Kelly Kornacki, Manajer Industri Berkembang, AgriFutures Australia; dan masih banyak lagi.

Penyelenggara mengatakan bahwa jajaran pembicara tahun 2026 menggarisbawahi kualitas para pemimpin yang memilih MICE sebagai platform untuk berbagi keahlian mereka, menunjukkan semakin besarnya pengaruh acara ini sebagai pusat pengetahuan industri.

Para peserta dapat mengharapkan perspektif yang berwawasan ke depan, pengalaman dunia nyata, dan ide-ide yang menantang, menginspirasi, dan mengangkat bisnis kopi masa kini dan masa depan.

"Dari tahun ke tahun, MICE mempertemukan orang-orang yang memajukan industri kopi global," ujar Siobhan Rocks, Manajer Umum – Acara di Prime Creative Media.

Reputasi sebagai tempat tepercaya untuk berbisnis terus berkembang, dan di tahun 2026, kami akan meningkatkan setiap aspek pameran, mulai dari peserta pameran, edukasi, hingga keterlibatan konsumen, tambahnya.

Dengan ruang pameran yang sudah sangat diminati, dan ribuan pengunjung yang merencanakan kunjungan mereka dari seluruh Australia dan dunia, MICE 2026 diprediksi akan menjadi salah satu edisi terbesar acara ini.

Tiket MICE kini tersedia, memberikan kesempatan bagi para profesional dan penggemar kopi untuk merasakan acara terkemuka di industri ini. Para profesional industri, pemilik kafe, barista, dan penggemar kopi diimbau untuk mendapatkan tiket mereka lebih awal agar terhindar dari antrian panjang di acara ini.



Sektor Pariwisata Turki Perkiraan Pertumbuhan Moderat Pada Tahun 2026

OLEH HIELDA SYAFITRI

Survei terbaru dari AKTOB menunjukkan bahwa para profesional pariwisata Turki merasa optimistis namun tetap berhati-hati terhadap tahun 2026.

Meskipun semua orang mengharapkan lebih banyak tamu, terutama dari Eropa dan Rusia, kenyataan tingginya biaya operasional dan inflasi membuat ekspektasi tetap rendah.

Kinerja 2025 dan Prospek untuk 2026

Dilansir dari tourism-review.com, Melihat kembali tahun 2025, suasananya beragam, tetapi secara umum positif. Sekitar 56% industri melihat atau memperkirakan akan melihat peningkatan aktivitas dibandingkan tahun 2024.

Dalam kelompok tersebut, sekitar sepertiganya melaporkan pertumbuhan antara 5% dan 19%. Di sisi lain, 28% tetap stagnan, dan 18% justru mengalami penurunan. Untuk tahun 2026, suasananya sedikit membaik. 62% sektor pariwisata memperkirakan jumlah wisatawan akan melampaui angka tahun 2025.

Sebagian besar memperkirakan peningkatan stabil sebesar 5 hingga 10%. Hanya sebagian kecil, sekitar 7%, yang bersiap menghadapi penurunan, sementara 31% memperkirakan kondisi akan tetap stabil.

Eropa Memimpin Pertumbuhan Pasar Sumber yang Diharapkan

Eropa masih menjadi pendorong utama pertumbuhan tahun depan. Separuh responden memperkirakan peningkatan akan datang dari wisatawan Eropa, dengan sebagian besar memperkirakan kenaikan moderat sebesar 5 hingga 10%.

Pasar Rusia dan CIS tidak jauh tertinggal, karena hampir separuh profesional juga memperkirakan pertumbuhan di sana, sementara 44% berpendapat angkanya akan tetap sama. Perlu dicatat bahwa sangat sedikit orang yang memperkirakan penurunan di pasar-pasar ini.

Menariknya, pasar lokal Turki terlihat kuat, dengan tepat setengah dari responden memperkirakan akan ada lebih banyak wisatawan domestik. Jika diurutkan dari mana pertumbuhan tersebut berasal, Eropa menjadi yang pertama, diikuti Rusia dan CIS, pasar domestik, Timur Tengah, dan kemudian Asia.



Foto: Igor Sporynin

Strategi Penetapan Harga: Fleksibilitas Pertama

Dalam hal harga, fleksibilitas menjadi prioritas untuk tahun 2026. Sebagian besar operator condong ke model fleksibel atau harga premium berorientasi nilai untuk mengatasi kenaikan biaya tanpa kehilangan keunggulan kompetitif mereka terhadap destinasi lain.

Pemesanan Awal dan Saluran Digital Mendapatkan Momentum

Pemesanan awal juga terlihat menjanjikan. Hampir separuh industri memprediksi peningkatan 5 hingga 20% atau lebih. Penjualan online siap melonjak drastis, dengan 81% sektor ini mengharapkan pertumbuhan di kanal digital.

Biaya Tinggi dan Inflasi Puncaki Daftar Risiko Pariwisata Turki

Namun, inilah bagian tersulitnya. Meskipun jumlah tamu semakin banyak, menjalankan bisnis menjadi semakin sulit. Untuk tahun 2025, 58% responden menyebutkan biaya tinggi sebagai masalah terbesar.

Menilik tahun 2026, inflasi tinggi menempati posisi teratas dalam daftar risiko, diikuti oleh perang harga dengan destinasi wisata pesaing dan kesulitan mencari staf yang berkualitas. Kekhawatiran lain yang muncul termasuk ketegangan geopolitik dan dampak dari penyewaan jangka pendek.

Daftar Keinginan Sektor: Pajak yang Lebih Rendah dan Promosi Sepanjang Tahun

Jadi, apa yang perlu diatasi oleh industri ini? Sekitar 21% meminta keringanan pajak untuk meringankan beban mereka. Mereka juga mencari bantuan untuk membuka pasar baru dan meningkatkan standar struktural.

Permintaan terbesar kepada Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Turki cukup jelas: berhentilah hanya berfokus pada musim puncak. 56% menginginkan upaya promosi berlangsung selama 12 bulan penuh.

Hal serupa juga disampaikan kepada Badan Promosi dan Pengembangan Pariwisata Turki (TGA), dengan banyak yang meminta kampanye berkelanjutan dan strategi yang lebih tajam dan spesifik pasar.

Industri yang Tangguh namun Tertekan

Secara keseluruhan, survei ini menggambarkan sektor pariwisata Turki yang tangguh dan sebagian besar telah mendapatkan kembali kepercayaan dirinya sebelum pandemi.

Mereka siap untuk pertumbuhan moderat pada tahun 2026, berkat pasar yang loyal di Eropa dan Rusia. Namun, di tengah melonjaknya biaya, inflasi yang membandel, dan persaingan yang ketat, mempertahankan profitabilitas tetap menjadi tantangan yang berat.

Tanpa keringanan biaya yang signifikan dan reformasi struktural, tekanan tersebut tidak akan berkurang. Turki jelas merupakan kekuatan besar di bidang pariwisata dan tampaknya siap untuk kembali bertumbuh di tahun mendatang, tetapi itu bergantung pada satu hal penting.

Para pembuat kebijakan perlu benar-benar mendengarkan kekhawatiran terbesar industri ini dan memperbaikinya sebelum musim 2026 dimulai.

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**



Thailand akan Jadi Tuan Rumah Global Wellness Summit 2026

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Phuket terpilih sebagai destinasi tuan rumah berikutnya untuk pertemuan puncak ekonomi kesehatan terkemuka dunia, yang berlangsung pada 10–13 November 2026.

Otoritas Pariwisata Thailand (TAT) mencatat konfirmasi bahwa Thailand telah terpilih sebagai negara tuan rumah Global Wellness Summit (GWS) 2026, platform utama dunia untuk ekonomi kesehatan global. Pengumuman ini disampaikan oleh Global Wellness Institute selama GWS 2025 di Dubai, yang diselenggarakan pada 18–21 November.

Pencapaian negara tuan rumah ini dipimpin oleh Biro Konvensi dan Pameran Thailand, bekerja sama dengan Provinsi Phuket dan Departemen Pengobatan Tradisional dan Alternatif Thailand di bawah Kementerian Kesehatan Masyarakat.

Dipersembahkan dengan tema "Simfoni Kesejahteraan", tawaran ini mencerminkan ambisi Thailand untuk membangun reputasinya yang telah lama berdiri sebagai destinasi wisata kesejahteraan dan berkontribusi lebih besar terhadap ekonomi kesejahteraan global.

Thapanee Kiatphaibool, Gubernur TAT, mengatakan Kami mengucapkan selamat kepada organisasi-organisasi yang telah memimpin Thailand dalam upaya suksesnya menjadi tuan rumah Global Wellness Summit 2026.

TAT siap mendukung upaya mereka dan membantu memastikan acara yang berkesan dan produktif di Phuket. Kekuatan kesejahteraan Thailand yang beragam, mulai dari terapi tradisional hingga pengalaman berbasis alam, memberikan fondasi yang kuat untuk menyambut komunitas kesejahteraan global tahun depan.

Global Wellness Summit 2026, yang dijadwalkan pada 10–13 November di Phuket, diperkirakan akan menyambut lebih dari 600 delegasi dari lebih dari 30 negara, termasuk para ahli terkemuka, investor, pembuat kebijakan, eksekutif Fortune 500, dan peneliti.

Penilaian awal menunjukkan bahwa acara ini akan menghasilkan momentum ekonomi yang positif dan mendukung keterlibatan bisnis dan kebijakan bernilai tinggi di seluruh sektor kesejahteraan yang lebih luas.

Kesiapan Thailand untuk menjadi tuan rumah GWS 2026 dibangun di atas kemajuan bertahun-tahun dalam pengembangan kesehatan dan kebugaran, didorong oleh kapabilitas dalam layanan medis, terapi holistik, pengobatan tradisional Thailand, dan inovasi kesehatan yang sedang berkembang.

Kepercayaan terhadap layanan kesehatan Thailand telah tumbuh secara stabil di pasar-pasar internasional utama, termasuk kawasan Teluk, di mana permintaan akan layanan kesehatan dan kebugaran Thailand terus meningkat.

Arah ini semakin diperkuat oleh Pertemuan Dagang Mewah Timur Tengah tahunan TAT, dengan edisi ketiga yang berlangsung di Kuwait pada 24 November dan di Bahrain pada 26 November, yang menyoroti daya tarik Thailand sebagai destinasi untuk pengalaman kebugaran dan gaya hidup premium.

Sementara itu, kota tuan rumah Phuket sedang memajukan strateginya untuk berkembang menjadi Ibu Kota Kebugaran Global, memperkuat ekosistemnya di seluruh layanan umur panjang, inovasi medis, perhotelan kebugaran, dan pembangunan perkotaan yang berorientasi kesehatan.

Penyelenggaraan GWS 2026 diharapkan dapat mendukung arah jangka panjang ini dengan mendorong investasi, membangun kepercayaan internasional, dan memposisikan Phuket sebagai pusat Asia yang sedang berkembang dalam ekonomi kebugaran yang berkembang pesat.

Komitmen Thailand terhadap kesejahteraan telah menjadi inti arah pariwisata TAT selama bertahun-tahun, tercermin dalam berbagai inisiatif kesehatan, kesejahteraan, dan perjalanan yang penuh kesadaran, termasuk kampanye global terbaru "Pengalaman Tak Terlupakan: Penyembuhan adalah Kemewahan Baru".

GWS 2026 memberikan kesempatan untuk lebih menyoroti kekuatan Thailand dalam kesejahteraan holistik dan bekerja sama dengan mitra nasional dan internasional untuk mendukung kesuksesan KTT ini.

Foto: [Miltiadis Fragkidis](#)





TAT Genjot Kampanye dan Acara Akbar untuk Menarik Turis pada Tahun 2026

OLEH EVAN MAULANA

Otoritas Pariwisata Thailand (TAT) telah meluncurkan strategi stimulus pariwisata 2026, yang ditujukan untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat dari kekuatan regional seperti Jepang, Tiongkok, dan Vietnam, yang semuanya meningkatkan upaya untuk merebut pangsa pasar pariwisata internasional yang menggiurkan.

Dilansir dari www.nationthailand.com, Thapanee Kiatphaibool, Gubernur Otoritas Pariwisata Thailand (TAT), mengungkapkan bahwa agensi tersebut memimpin delegasi sektor swasta Thailand untuk berpartisipasi dalam World Travel Market (WTM) 2025, sebuah pameran perdagangan pariwisata global yang diadakan pada 4–6 November di London, Inggris.

Dia mengatakan TAT ingin memperluas basis wisatawan berbelanja tinggi Thailand, terutama di antara segmen pasar ceruk (niche-market), sambil mempertahankan pasar yang ada, mengembangkan pasar baru, dan revitalisasi pasar target utama.

TAT juga berupaya mempertahankan pertumbuhan segmen liburan berkualitas dengan menawarkan pengalaman perjalanan yang khas melalui produk, layanan, dan kegiatan unggulan Thailand, seperti masakan Thailand, destinasi pantai, pariwisata wellness (kesejahteraan), festival budaya, dan seni tradisional.

Untuk tahun 2026, TAT sedang menyiapkan serangkaian langkah jangka pendek untuk lebih merangsang sektor pariwisata. Ini termasuk meningkatkan citra internasional Thailand di bawah kampanye "Trusted Thailand" untuk membangun kepercayaan wisatawan di pasar domestik dan internasional, dan memperkuat langkah-langkah keselamatan dan jaminan melalui inisiatif "Safe Travels Thailand" untuk memastikan pengunjung merasa aman dalam setiap aspek perjalanan mereka.

Dalam upaya promosi besar, TAT juga akan menunjuk Lisa Manobal dari BLACKPINK sebagai "Amazing Thailand Ambassador" yang baru untuk mempromosikan pariwisata Thailand di seluruh dunia.

Pada saat yang sama, agensi tersebut terus mendorong ambisinya untuk memposisikan Thailand sebagai Destinasi Pusat Acara Dunia (World Event Hub Destination), menggarisbawahi kesiapan dan potensi negara tersebut untuk menjadi tuan rumah acara kelas dunia yang menampilkan pesona dan kreativitas budaya Thailand.

TAT Mengungkapkan Tiga Strategi Kunci untuk Menjadikan Thailand Pusat Acara Kelas Dunia

Untuk tahun 2026, TAT akan fokus pada promosi pariwisata berbasis acara sebagai bagian dari rencananya untuk memposisikan Thailand sebagai pusat global untuk acara kelas dunia.

Dibangun di sekitar tiga strategi inti:
Meningkatkan festival besar Thailand, seperti Festival Songkran, untuk mencapai pengakuan internasional dan perayaan skala global.

Meningkatkan acara budaya lokal, termasuk Festival Prosesi Bintang (Star Procession Festival), Festival Perahu Bercahaya (Illuminated Boat Festival), dan Festival Hantu Phi Ta Khon (Phi Ta Khon Ghost Festival), menjadi acara khas yang unik dengan daya tarik internasional.

Menarik acara global untuk diadakan secara teratur di Thailand, didukung oleh kampanye pemasaran proaktif yang menampilkan influencer dan artis terkenal dunia untuk meningkatkan citra global negara tersebut.

Inisiatif-inisiatif ini dirancang untuk meningkatkan kesadaran akan identitas unik Thailand, menampilkan kesiapannya untuk menjadi tuan rumah pertemuan internasional besar, dan menyoroti kekuatan kreatif bangsa melalui masakan Thailand, seni tradisional, dan warisan budaya.

Ini juga akan menyediakan platform bagi seniman dan penampil Thailand untuk memamerkan bakat mereka di panggung global yang diselenggarakan di Thailand.

Pendapatan Pariwisata Thailand Diperkirakan Mencapai 2,79 Triliun Baht pada Tahun 2026

TAT memproyeksikan bahwa total pendapatan pariwisata Thailand pada tahun 2026 akan mencapai 2,79 triliun baht, didorong oleh pertumbuhan yang stabil di pasar internasional dan domestik.

Dari total tersebut, 1,63 triliun baht diperkirakan berasal dari pariwisata internasional, meningkat 8% dari tahun 2025, dengan perkiraan 34,9 juta kedatangan asing, naik 4% dari tahun ke tahun.



Foto: Saad Irfan



Foto: [Tan Kaninthanond](#)

Sementara itu, pariwisata domestik diproyeksikan menghasilkan 1,16 triliun baht, kenaikan 1%, dari 210,43 juta perjalanan domestik, naik 3% dibandingkan tahun sebelumnya. Untuk tahun 2025, total pendapatan pariwisata diperkirakan mencapai 2,66 triliun baht, terdiri dari 1,51 triliun baht dari pasar internasional, penurunan 5% dari tahun 2024, dan 1,15 triliun baht dari perjalanan domestik, menandai peningkatan 2%.

Negara ini diperkirakan akan menyambut 33,4 juta turis asing, turun 6%, dan mencatat 204,57 juta perjalanan domestik, naik 2% dari tahun sebelumnya.

'Vijit Chao Phraya 2025' Menerangi Bangkok Selama 45 Hari.

Thapanee menyoroti salah satu acara pariwisata akhir tahun utama Thailand, "Vijit Chao Phraya 2025", yang berlangsung dari 9 November hingga 23 Desember 2025, diperpanjang hingga 45 hari berturut-turut tahun ini. Acara ini menampilkan ekstravaganza cahaya dan suara yang spektakuler di sepanjang kedua tepi Sungai Chao Phraya di bawah tema "Cahaya Siam, Ibu Pertiwi," sebagai penghormatan kepada Yang Mulia Ratu Sirikit, Ibu Suri.

Pertunjukan ini mengubah landmark bersejarah, kuil, dan jembatan menjadi instalasi cahaya yang memukau dan merupakan bagian dari upaya TAT untuk merevitalisasi ekonomi malam hari sambil menawarkan atraksi malam hari gratis bagi penduduk lokal dan turis.

Acara ini diperkirakan menarik 1,5 juta pengunjung dan menghasilkan setidaknya 6,2 miliar baht dalam nilai ekonomi. Festival tahun ini menampilkan 15 titik tampilan utama di sepanjang sungai, masing-masing dirancang bekerja sama dengan mitra publik dan swasta untuk memamerkan identitas lokal melalui teknologi cahaya, suara, dan visual yang mutakhir.

Menteri menyatakan acara akan mendorong pariwisata dan ekonomi

Menteri Pariwisata dan Olahraga Atthakorn Sirilathayakorn mengatakan festival Vijit Chao Phraya 2025 akan memainkan peran utama dalam memberi energi pada sektor pariwisata Thailand selama musim puncak (high season). Dari 1 Januari hingga 2 November 2025, Thailand telah menyambut 26,9 juta pengunjung asing, dan jumlah itu diperkirakan akan meningkat secara signifikan pada akhir tahun.

"Vijit Chao Phraya 2025 akan membantu meningkatkan kegiatan pariwisata Thailand ke status acara kelas dunia," kata Atthakorn. "Ini juga akan merangsang ekonomi, mendistribusikan pendapatan ke bisnis lokal, hotel, dan komunitas tepi sungai, serta memperkuat citra Bangkok sebagai destinasi global yang kreatif yang menawarkan pengalaman yang benar-benar unik kepada pengunjung."



Luxury Hotel General Managers (GMs): Apa Fokus Anggaran Tunggal Anda untuk Tahun 2026?

OLEH MENG-MEI MAGGIE CHEN

Akhir tahun adalah saat setiap Manajer Umum (GM) menjadi ahli strategi, menyusun anggaran yang lebih dari sekadar menutupi biaya – anggaran tersebut menentukan arah untuk masa depan.

Dilansir dari www.hospitalitynet.org, anggaran bukanlah sekadar angka di lembar kerja; anggaran merupakan cerminan prioritas, kompromi, dan risiko yang bersedia Anda ambil.

Di dunia di mana ekspektasi tamu, teknologi, dan biaya terus berubah, setiap pilihan anggaran menjadi pernyataan tentang di mana Anda melihat potensi terbesar.

Untuk tahun 2026, setiap GM membuat keputusan tentang hal yang paling penting. Beberapa akan berfokus pada pengalaman tamu, yang lain pada efisiensi, yang lain lagi pada pertumbuhan.

Kami ingin mendengar dari Anda: untuk anggaran 2026 Anda, apa satu area yang paling ingin Anda fokuskan, dan mengapa?

David Salcfas

General Manager di Hard Rock Hotel New York

Menyambut tahun 2025, saya optimistis dengan masa depan industri perhotelan di tahun 2026 dan seterusnya. Industri ini benar-benar tangguh. Wisatawan terus mencari pengalaman yang tak terlupakan, dan sektor korporat kembali menyelenggarakan acara yang mendorong pertumbuhan ekonomi kita!

Alvaro Moreno

Hotel Operations Partner/General Manager di Fusion Hotel Group

Profitabilitas adalah kunci utama setiap anggaran. Namun, menyusun anggaran lebih dari sekadar mengatur atau memasukkan angka ke dalam berkas Excel (jika itu alat andalan Anda).

Ini tentang memahami pendapatan, pengeluaran, dan bagaimana rencana pendapatan Anda menghubungkan semuanya. Pengeluaran Anda menunjukkan batasan dari apa yang dapat Anda capai, tetapi juga menunjukkan di mana peluang terbesar Anda berada.

Firas Mneimneh

General Manager di Radisson Collection Residences Riyadh



Sumber foto: <https://empresasenlared.com/madrid/tiendas/las-mejores-tiendas-alvaro-moreno-en-madrid>

Untuk anggaran 2026 kami, fokus utama saya adalah mempertahankan kesadaran merek dan memperkuat posisi properti. Tamu saat ini semakin memperhatikan konsistensi; mereka mengharapkan tingkat kualitas dan layanan yang sama terlepas dari kondisi pasar atau fluktuasi harga.

Bahkan ketika harga disesuaikan, pada akhirnya mereka membayar untuk janji merek, dan itu berarti kita tidak boleh mengorbankan standar layanan atau pengalaman tamu secara keseluruhan.

Erik Stuebe

General Manager di InterContinental Adelaide

Beberapa tahun, penganggaran didasarkan pada serangkaian keadaan masa depan yang cukup umum untuk memengaruhi faktor-faktor seperti pasokan, permintaan, perubahan pesaing, acara yang direncanakan, angkutan udara, prospek ekonomi, atau pemilihan umum. Namun di tahun-tahun lainnya, ramalannya lebih suram.

George Vlachopoulos

General Manager di Six Senses La Sagesse

Untuk tahun 2026, prioritas anggaran tunggal saya adalah meningkatkan penciptaan nilai melalui transformasi yang terarah, di mana keberlanjutan, sumber daya manusia, dan kecerdasan digital beririsan untuk mendefinisikan batas baru ultra-mewah.

Dalam lanskap kemewahan pascapandemi, medan pertempuran sesungguhnya adalah kesetaraan pengalaman, premi terukur yang bersedia dibayar tamu ketika layanan, penceritaan, dan pengelolaan selaras.

Setiap dolar dalam anggaran 2026 saya diperlakukan sebagai investasi dalam resonansi: dari platform personalisasi berbasis data yang memperdalam hubungan emosional, hingga operasi regeneratif yang mengubah ESG dari kepatuhan menjadi keunggulan kompetitif.

Daniele Vastolo

General Manager di Hotel Mewah, Italia

Untuk properti saya, saya akan memfokuskan anggaran 2026 untuk meningkatkan pengalaman tamu lebih jauh lagi.

Hotel ini memiliki sesuatu yang langka: tidak hanya menjamu tamu, tetapi juga membentuk perasaan mereka. Kami adalah keanggunan yang penuh makna. Sentuhan, suara, ritme, cahaya... semuanya berkontribusi pada rasa percaya diri yang tenang.



Sumber Foto: <https://icadelaide.com.au/things-to-do/what-to-do-near-intercontinental-adelaide/>



Sumber Foto: <https://www.sixsenses.com/en/hotels-resorts/the-americas/grenada/la-sagesse/>



Sumber Foto: <https://www.laminierapattaya.com/>

Identitas itu berharga, dan cara untuk melindunginya adalah dengan terus mengejutkan tamu kita dengan keramahmatan yang terasa diciptakan khusus untuk mereka.

Govnd Joshi

General Manager di La Miniera Pool Villas Pattaya

Untuk tahun 2026, pendekatan penganggaran saya tidak hanya tentang angka, tetapi lebih tentang menciptakan pengalaman yang bermakna. Era di mana wisatawan hanya memesan kamar untuk menginap telah berakhir, tamu masa kini bepergian untuk emosi, kenangan, dan koneksi. Setiap kelompok usia mencari sesuatu yang berbeda, dan rencana kami perlu mencerminkan hal itu.

Chintan Dadhich

General Manager di Conrad New York Downtown & Tempo Times Square

Dalam beberapa tahun terakhir, industri kami telah berinvestasi besar-besaran dalam teknologi, keberlanjutan, dan desain – semua pilar penting pertumbuhan – tetapi pada akhirnya, karyawan kamilah yang mewujudkan janji merek, menciptakan koneksi emosional, dan mendorong kinerja.

Pembeda antara yang baik dan yang luar biasa dalam perhotelan mewah tetaplah keahlian manusia, layanan intuitif dan antisipatif yang tidak dapat ditiru oleh algoritma apa pun.

Rens Breur

General Manager di Pan Pacific Perth

Untuk tahun 2026, fokus anggaran tunggal kami adalah reposisi yang dipimpin oleh pengalaman, mengubah transformasi fisik menjadi nilai emosional.

Di seluruh sektor mewah, banyak properti telah berinvestasi besar dalam renovasi, namun kesuksesan bergantung pada bagaimana investasi ini diwujudkan melalui pengalaman, alih-alih penampilan.

Amardeep Singh

General Manager di Marriott and Courtyard Hyderabad

"Danai apa yang menyentuh tamu, optimalkan apa yang tidak." Setiap rupiah yang dibelanjakan harus meningkatkan pengalaman tamu, kapabilitas karyawan, atau efisiensi keuntungan.

Marie Sheila Malloo

General Manager di LUX Belle Mare Hotel

Untuk tahun 2026, fokus anggaran saya adalah membangun kecerdasan adaptif melalui sumber daya manusia dan tujuan.

Di tengah meningkatnya biaya, ekspektasi tamu yang terus berkembang, dan pasar yang berubah dengan cepat, kekuatan terbesar kami terletak pada kemampuan kami untuk tetap gesit sekaligus tetap autentik dan memberikan pengalaman yang bermakna sekaligus berkesan

Sumber foto: <https://www.panpacific.com/en/hotels-and-resorts/pp-perth.html>



Apa Selanjutnya untuk Perhotelan? 3 Tren Pengubah Permainan untuk Tahun 2026

OLEH EVAN MAULANA

Tahun 2026 menjanjikan tahun transformasi bagi industri perhotelan. Tiga kekuatan besar—teknologi yang lebih cerdas, personalisasi dan wellness (kesejahteraan), serta pengaruh acara lokal yang semakin besar.

Dilansir dari www.phocuswire.com, hal ini membentuk kembali cara hotel beroperasi dan terhubung dengan tamu. Tulisan Ini mengulas tren-tren yang akan menentukan tahun mendatang:

Antara lain mengatasi sistem yang terfragmentasi untuk layanan tanpa hambatan, memberikan pengalaman yang disesuaikan yang membangun loyalitas, dan memanfaatkan permintaan yang didorong oleh acara untuk mendorong pertumbuhan yang menguntungkan.

Setiap tren menangani prioritas inti bagi para pemimpin perhotelan: mendorong permintaan yang menguntungkan, mencapai keunggulan operasional, dan memberikan diferensiasi yang bermakna. Baik Anda seorang pemilik hotel, pemasar destinasi, atau mitra teknologi, wawasan ini akan membantu Anda tetap terdepan.

1. Teknologi yang Berkomunikasi: Menghilangkan Sekat untuk Layanan Tanpa Hambatan

Pada tahun 2026, perhotelan akan terus berupaya mengatasi masalah sistem yang terfragmentasi. Apa itu fragmentasi? Itu terjadi ketika semua alat yang digunakan hotel, seperti mesin pemesanan (booking engines), aplikasi pesan tamu (guest messaging apps), alat manajemen hubungan pelanggan (CRM), dan platform penjualan grup, tidak saling berkomunikasi.

Diskoneksi ini dapat menyebabkan pekerjaan tambahan, peluang yang terlewatkan, dan pengalaman yang merepotkan bagi tamu. Misalnya, sebuah hotel mungkin menyimpan preferensi tamu dalam satu sistem, tetapi informasi itu tidak pernah sampai ke tim yang menangani pemesanan atau masa inap mereka.

Hasilnya? Pengalaman yang kurang personal dan lebih banyak upaya manual di balik layar. Amadeus sudah meluncurkan alat pintar yang membuat pekerjaan tim hotel lebih mudah dan pengalaman tamu lebih baik.

Misalnya, fitur otomatisasi pemesanan grup Delphi dan fitur Email-to-RFP membantu merampingkan tugas yang dulunya memakan waktu. Alat-alat ini mengurangi gesekan di balik layar dan membantu membangun loyalitas tamu dengan membuat operasi lebih lancar dan lebih responsif.

Solusi bertenaga AI seperti Amadeus Advisor dan MeetingBroker juga semakin populer karena kemampuannya untuk mempersonalisasi pengalaman tamu dan mengoptimalkan operasi hotel di sepanjang seluruh perjalanan tamu.

Teknologi ini menawarkan nilai nyata, membantu hotel beroperasi lebih efisien dan memberikan layanan yang sangat personal. Ke depan, hotel perlu merangkul sistem yang lebih cerdas yang menghubungkan platform dan merespons kebutuhan tamu secara real-time.

Media sosial dan influencer juga memainkan peran yang lebih besar dalam cara wisatawan memilih tempat menginap, jadi tetap terlihat dan relevan secara online adalah kunci. Dan seperti biasa, keberlanjutan dan penggunaan data yang cerdas akan menjadi pusat dari setiap strategi teknologi yang sukses.

2.Menjadikannya Personal: Mengapa Pengalaman yang Disesuaikan akan Unggul di Tahun 2026

Pada tahun 2026, personalisasi akan menjadi faktor penentu dalam cara merek perhotelan membangun loyalitas, menonjol dari persaingan, dan benar-benar memenuhi harapan tamu.

Itu bukan lagi hanya sentuhan yang menyenangkan; itulah yang membuat perbedaan antara masa inap sekali pakai dan pelanggan seumur hidup.

Tamu semakin bersedia membayar lebih untuk layanan yang mencerminkan preferensi dan gaya hidup mereka. Baik itu penataan kamar favorit atau pengalaman lokal yang dikurasi, mereka ingin merasa masa inap itu dirancang hanya untuk mereka.

Merek yang menggunakan data untuk memahami apa yang paling penting bagi setiap tamu, dan yang bertindak berdasarkan informasi itu, akan menjadi merek yang akan didatangi tamu lagi dan lagi.

Penjualan Berbasis Atribut (Attribute-based selling)

Adalah salah satu strategi yang memungkinkan tamu menyesuaikan masa inap mereka dengan memilih fitur kamar tertentu, seperti lantai atas, balkon, atau fasilitas khusus, alih-alih memilih dari jenis kamar tetap.

Foto: iam_os





Dengan mengadopsi pendekatan ini, hotel dapat memberikan pengalaman yang benar-benar personal sambil membuka peluang baru untuk pendapatan dan kepuasan tamu.

Untuk memenuhi harapan ini, hotel membutuhkan sistem cerdas yang dapat merespons secara real-time, menyesuaikan dengan preferensi atau kebutuhan tamu saat hal itu terjadi.

Misalnya, jika seorang tamu lebih suka kamar yang tenang atau ingin check-in lebih awal, sistem harus secara otomatis menandainya sehingga staf dapat bertindak tanpa perlu diberitahu.

Personalisasi semacam ini bergantung pada teknologi yang menghubungkan semua bagian yang berbeda dari perjalanan tamu—mulai dari pemesanan dan check-in hingga masa inap mereka, dan bahkan follow-up pasca-kunjungan.

Ketika sistem ini bekerja sama, mereka membantu tim hotel memberikan layanan yang terasa tanpa hambatan dan penuh perhatian.

Wellness (Kesejahteraan) secara alami cocok dengan pendekatan yang dipersonalisasi ini. Baik itu akses ke pusat kebugaran, perawatan spa, atau program yang berfokus pada mindfulness, tamu mencari pilihan yang mendukung tujuan kesejahteraan mereka.

Tetapi keajaiban yang sebenarnya terjadi ketika hotel memahami apa yang paling penting bagi setiap tamu dan menggunakan wawasan itu untuk menyusun pengalaman yang terasa mewah dan bermakna.

Ketika personalisasi dan wellness bekerja sama, mereka menciptakan formula yang kuat untuk kepuasan tamu, yang mengubah masa inap sederhana menjadi perjalanan yang tak terlupakan.

3. Permintaan Berbasis Acara: Mengubah Momen Lokal Menjadi Pendapatan

Pada tahun 2026, perjalanan yang didorong oleh acara akan terus menjadi mesin yang kuat untuk pemesanan hotel dan pertumbuhan pendapatan. Dari festival musik dan acara olahraga hingga konferensi dan perayaan budaya, kejadian lokal membentuk rencana perjalanan wisatawan lebih dari sebelumnya.

Pemilik hotel yang menyelaraskan strategi pemasaran dan inventaris mereka dengan kalender acara dapat memanfaatkan momentum ini, menggunakan kampanye digital dan paket khusus untuk menonjol dari keramaian.



Foto: Phil Desforbes

Menangkap permintaan di sekitar acara bukan hanya tentang timing—ini tentang memiliki wawasan yang tepat. Data Amadeus menunjukkan hubungan yang kuat antara acara lokal dan lonjakan pemesanan hotel, yang berarti hotel yang membuat rencana di sekitar konser, festival, konferensi, dan kejadian lainnya sering kali dapat meningkatkan pendapatan mereka secara signifikan.

Tetapi untuk memaksimalkan peluang ini, hotel membutuhkan lebih dari sekadar kalender; mereka membutuhkan alat pintar yang membantu mereka melihat apa yang akan datang.

Di sinilah data prospektif (forward-looking data) berperan. Dengan platform seperti Demand360, yang didukung oleh AI, hotel dapat melihat tren permintaan lebih awal dan menyesuaikan harga, ketersediaan, dan pemasaran mereka secara dinamis.

Daripada bereaksi setelah fakta, mereka bisa berada di depan kurva menawarkan kamar yang tepat, dengan harga yang tepat, kepada tamu yang tepat. Pada tahun 2026, hotel yang berhasil adalah hotel yang menggunakan data tidak hanya untuk memahami apa yang sedang terjadi, tetapi untuk memprediksi apa yang akan terjadi selanjutnya.

Satu hal yang jelas: perhotelan berkembang dengan cepat, dan merek yang akan maju adalah mereka yang merangkul perubahan—baik itu menghilangkan sekat teknologi untuk memberikan layanan tanpa hambatan, menggunakan personalisasi untuk membangun koneksi tamu yang lebih dalam, atau memanfaatkan kekuatan acara dan data prediktif untuk mendorong permintaan.

Setiap tren ini menawarkan kesempatan bagi para pemimpin perhotelan untuk memikirkan kembali bagaimana mereka beroperasi, terlibat, dan tumbuh. Masa depan adalah milik mereka yang tetap ingin tahu, tetap terhubung, dan mengubah wawasan menjadi tindakan.

JEFFREY WIBISONO V.

 **SAMUDRA
SOLUSI
PROFESIONAL**
PT. SAMUDRA SOLUSI PROFESIONAL

n-JAWA-ni

KEARIFAN LOKAL JAWA GO GLOBAL



PEMESANAN HUBUNGI : +62811398917



ATTA Meluncurkan Kalender Acara Global 2026: Catalonia, Peru, dan Kota Québec Siapkan Panggung untuk Tahun Koneksi

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Adventure Travel Trade Association (ATTA) menyiapkan panggung untuk tahun koneksi, pembelajaran, dan kolaborasi yang tak terlupakan.

Dengan tiga acara global besar yang direncanakan untuk tahun 2026 — AdventureELEVATE Eropa di Catalonia, AdventureELEVATE Amerika Latin di Peru, dan Adventure Travel World Summit (ATWS) di Kota Québec.

Kalender ini disusun untuk menawarkan kesempatan luar biasa bagi para profesional perjalanan petualangan untuk berkumpul, berkembang, dan mendapatkan inspirasi.

Setahun Koneksi Global

Setiap acara ATTA mempertemukan komunitas operator tur, perwakilan destinasi, penasihat perjalanan, media, dan pemimpin pemikiran yang bersemangat yang mendefinisikan ulang arti perjalanan petualangan di dunia yang terus berubah.

Dari puncak Pyrenees hingga Andes hingga jalanan berbatu di Old Québec, 2026 menjanjikan perjalanan lintas budaya dan benua yang mencerminkan esensi industri ini: kolaborasi, rasa ingin tahu, dan kepedulian terhadap manusia dan planet.

Seri AdventureELEVATE ATTA telah menjadi ciri khas pertemuan intim yang berfokus pada kawasan, tempat kreativitas bertemu dengan strategi.

Dirancang untuk wawasan praktis dan jejaring yang bermakna, setiap ELEVATE menawarkan perpaduan sesi utama, lokakarya interaktif, pertemuan pasar, dan pengalaman lapangan yang menampilkan penawaran petualangan unik dari kawasan tuan rumah.

Adventure Travel World Summit® (ATWS) berdiri sebagai pertemuan global unggulan bagi industri perjalanan petualangan — tempat bertemunya inspirasi, koneksi, dan inovasi. Dirancang untuk operator tour, dewan pariwisata, media, dan mitra industri, KTT ini memadukan keynote yang menggugah pikiran, sesi pendalaman, dan peluang jejaring yang tak tertandingi.

Di luar aula konferensi, para delegasi terlibat dalam sesi Tour Operator Marketplace dan MediaConnect, tempat hubungan bisnis dan ide cerita menjadi kenyataan. Setiap tahun, ATWS mengubah destinasi baru menjadi pusat pembelajaran, kolaborasi, dan petualangan.

Pelajari lebih lanjut tentang perbedaan antara AdventureELEVATE dan Summit di sini dan cara memilih acara ATTA yang tepat untuk Anda dan bisnis Anda di sini.

AdventureELEVATE Eropa — Catalonia, Spanyol

Kalender 2026 dimulai di Catalonia, di mana AdventureELEVATE Eropa akan menyoroti kekayaan warisan budaya, lanskap Mediterania, dan komitmen terhadap pariwisata berkelanjutan di kawasan tersebut.

Acara tahun ini akan berlangsung di Val d'Aran yang indah, sebuah lembah pegunungan yang menawan dan bersejarah yang dengan sempurna menangkap semangat petualangan.

Terletak di antara Pegunungan Pyrenees yang tertutup salju, Val d'Aran adalah permata tersembunyi Catalonia — titik pertemuan cita rasa, tradisi, dan alam liar.

Petualangan mengalir melalui lembah dan punggung bukitnya, dibawa oleh Sungai Garona dari sumber pegunungan Alpen ke dataran di bawahnya.

Baik bersepeda di sepanjang rute bersepeda bersejarah, menyusuri jalur hutan yang tenang, atau menjelajahi ngarai yang deras, para pelancong akan menemukan wilayah yang hidup dan bernapaskan keberlanjutan.

Di Val d'Aran, konservasi, budaya, dan inovasi berpadu menciptakan pengalaman yang tak terlupakan setelah perjalanan berakhir.



Foto: [Angela Compagnone](#)



Foto: [Nils Huenerfuerst](#)

Para peserta dapat menikmati petualangan pra-acara yang imersif, pengalaman kuliner yang berakar pada tradisi Catalan, dan percakapan yang menjembatani inovasi dan konservasi dalam perjalanan Eropa.

Perpaduan pegunungan, pesisir, dan komunitas pedesaan Catalonia yang memukau menjadikannya latar belakang ideal untuk mengeksplorasi bagaimana destinasi-destinasi Eropa memimpin dengan tujuan.

Bagi komunitas Eropa ATTA, AdventureELEVATE Catalonia menawarkan kesempatan yang menginspirasi untuk menghidupkan kembali kemitraan dan memetakan babak selanjutnya dalam pertumbuhan petualangan di seluruh benua dan sekitarnya.

Selanjutnya, AdventureELEVATE Amerika Latin berlangsung di Perú, negara tempat petualangan, sejarah, dan komunitas saling terkait di setiap kesempatan. Dari dataran tinggi Andes hingga lembah Amazon, lanskap Perú mewujudkan keragaman yang mendefinisikan perjalanan petualangan Amerika Latin.

Acara ini akan mempertemukan para profesional regional dan internasional untuk berdiskusi mendalam tentang keberlanjutan, pengembangan produk, dan penceritaan, sambil merasakan keramahan hangat yang menjadikan Perú salah satu destinasi petualangan paling inspiratif di dunia.

Dengan fokusnya pada kepemimpinan Amerika Latin yang terus berkembang dalam pariwisata regeneratif, AdventureELEVATE Perú juga akan menyoroti bagaimana wirausahawan dan komunitas lokal membentuk industri yang lebih inklusif dan tangguh di seluruh kawasan.

Lima, ibu kota Perú dan salah satu gerbang paling mudah diakses di Amerika Selatan, menyambut para delegasi dengan gastronomi ternama dunia, budaya yang dinamis, dan keindahan alam yang memukau yang mencerminkan semangat petualangan dan keberlanjutan.

Adventure Travel World Summit – Kota Québec, Kanada

Acara puncak tahun ini akan tiba pada bulan September 2026 dengan Adventure Travel World Summit (ATWS) di Kota Québec, Kanada — menandai kembalinya KTT yang menarik ini ke Amerika Utara.

"Kami sangat senang Adventure Travel World Summit 2026 akan hadir di Amerika Utara, di Kota Québec yang menakjubkan!" ujar Presiden ATTA, Gustavo Timo.

"Québec menawarkan perpaduan budaya, alam liar, dan keramah tamahan yang luar biasa, menjadikannya tuan rumah yang ideal bagi komunitas global kami." tambahnya.

KTT ini akan mempertemukan ratusan delegasi dari seluruh dunia selama empat hari penuh inspirasi dan pertukaran.

Nantikan pembicara utama yang mendorong batasan keberlanjutan dan inovasi, pasar dinamis yang menghubungkan pembeli dan pemasok, sesi MediaCONNECT untuk penceritaan global, dan tentu saja, Hari Petualangan yang istimewa yang memungkinkan para peserta menjelajahi destinasi tuan rumah secara langsung.

Pesona bersejarah Kota Québec, budaya Prancis-Kanada, dan alam sekitarnya dari Pegunungan Laurentian hingga Sungai St. Lawrence menjanjikan suasana yang dinamis seperti percakapan yang akan berlangsung di sana.

Jeda, Lalu Kembali untuk AdventureELEVATE Amerika Utara

Dengan diselenggarakannya ATWS di Amerika Utara pada tahun 2026, ATTA akan mengambil jeda singkat dari AdventureELEVATE Amerika Utara, bersiap untuk kembalinya yang menarik pada tahun 2027.

"Itu berarti kami akan mengambil jeda selama satu tahun dari AdventureELEVATE Amerika Utara, yang akan kembali pada tahun 2027," kata Timo.

"Sementara itu, terhubunglah dengan komunitas kami di ATWS Québec, atau di ELEVATE Eropa dan ELEVATE Amerika Latin."

Pendekatan ini memungkinkan komunitas Amerika Utara untuk bersatu di KTT sekaligus memastikan setiap acara mendapatkan fokus dan kreativitas yang layak.



Foto: [Jonathan Wheeler](#)

CEREMONIAL SIGNING OF MEMORANDUM OF UNDERSTANDING (MOU)

DECEMBER 10, 2025

The Manila Times®



Foto: photo_comments

DOT dan The Manila Times Tandatangani Perjanjian untuk Asean Tourism Forum 2026

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Department of Tourism Filipina (DOT) dan The Manila Times pada hari Rabu menandatangani perjanjian kemitraan untuk Asean Tourism Forum (ATF) 2026 di The Conservatory of The Peninsula Manila di Kota Makati. Dilansir dari www.manilatimes.net, Asean Tourism Forum, yang akan diadakan di Cebu dari akhir Januari hingga awal Februari 2026, adalah pertemuan pariwisata tahunan terbesar di kawasan ini.

Event ini mempertemukan para menteri, organisasi pariwisata nasional, pemimpin industri, dan pemangku kepentingan perjalanan dari 10 negara anggota Association of Southeast Asian Nations. Forum ini mempromosikan Asia Tenggara sebagai satu destinasi wisata tunggal dan menampilkan Travex, pameran perdagangan perjalanan utama yang menghubungkan pembeli internasional dengan pemasok pariwisata ASEAN.

Filipina ditetapkan menjadi tuan rumah 2026

Blanca Mercado, presiden dan COO The Manila Times, mengatakan kemitraan ini mencerminkan komitmen bersama untuk mempromosikan Filipina sebagai destinasi yang semarak dan berkelas dunia. Atas nama The Manila Times, kami merasa terhormat untuk meresmikan kemitraan ini dengan Department of Tourism untuk ATF 2026," kata Mercado.

"Dia percaya pada kekuatan informasi untuk menginspirasi perjalanan, mendukung komunitas, dan mengangkat sektor pariwisata.

"Melalui kolaborasi ini, kami menegaskan kembali dedikasi kami untuk penceritaan yang bertanggung jawab — menyoroti tidak hanya destinasi, tetapi juga orang-orang, budaya, dan semangat yang menjadikan Filipina benar-benar luar biasa." kata Mercado .

Dia menambahkan bahwa The Manila Times akan bekerja sama dengan DOT untuk memberikan liputan yang bermakna dan konsisten menjelang dan selama forum.

Menteri Pariwisata Christina Garcia Frasco berterima kasih kepada The Manila Times atas dukungannya, dengan mengatakan kemitraan ini akan membantu meningkatkan kesadaran dan keterlibatan publik, dan karena ikut serta saat agensi menghadapi tantangan di industri pariwisata.

Penandatanganan MOU juga dihadiri oleh Asisten Sekretaris Czarina Zara-Loyola, Claire Castro, Wakil Sekretaris Presidential Communications Office, pejabat Department of Tourism, dan organisasi media mitra.



Beijing, Rio, dan Pittsburgh: Mengapa mereka adalah 'kota terbaik di dunia' untuk tahun 2026

OLEH HIELDA SYAFITRI

Bagian Mutianyu dari Tembok Besar Tiongkok terletak di timur laut Beijing, salah satu dari 25 destinasi yang masuk dalam daftar "Terbaik Dunia" National Geographic tahun 2026.

Musim panas telah berakhir, daun-daun mulai menguning. Saatnya membungkus diri dengan selimut dan mulai merencanakan liburan Anda berikutnya.

Dilansir dari CNN.com, National Geographic baru saja merilis daftar Terbaik Dunia 2026, berisi 25 destinasi wajib dikunjungi dipilih tim editor dan penjelajah internasionalnya. CNN berbincang dengan Nathan Lump, pemimpin redaksi majalah berusia 137 tahun tersebut, untuk mencari tahu apa saja destinasi yang masuk dalam daftar tersebut dan alasannya.

Kota-kota

"Pittsburgh adalah kota favorit saya di Amerika," kata Lump. "Liburan panjang yang santai." Kota pascaindustri di Pennsylvania ini memiliki populasi muda yang kreatif dan kancah seni yang ramai berkat statusnya sebagai kota universitas.

Lump merekomendasikan museum-museumnya yang "fantastis" dan "lingkungan yang menyenangkan" dengan banyak toko independen yang unik. Medellín di Kolombia dan Rio de Janeiro di Brasil adalah pilihan penerbit untuk Amerika Selatan.

Sementara itu, Rio memiliki museum baru yang akan segera dibuka dan jalur pendakian baru menuju patung Kristus Penebus.

Kota-kota yang direkomendasikan di Eropa adalah Oulu di Finlandia, Guimarães di Portugal, dan Hull di Inggris. Oulu telah terpilih sebagai Ibu Kota Kebudayaan Eropa untuk tahun 2026, sementara Guimarães adalah Ibu Kota Hijau Eropa untuk tahun mendatang.

"Salah satu keseruan daftar seperti ini adalah memberi orang alasan" untuk pertimbangan kembali destinasi-destinasi yang kurang dikenal di negara mereka sendiri, kata Lump. Hull banyak dikritik di tingkat domestik "Suram," seperti yang dikatakan teman Inggrisnya baru-baru ini, tetapi Lump mengatakan kota itu "sangat penting dari perspektif maritim" dan memiliki "akuarium yang luar biasa."

Jalan yang jarang dilalui

Para pencari matahari mengetahui segala hal tentang daya tarik pesisir Aegea dan Mediterania Turki, tetapi pesisir Laut Hitam di timur laut negara tersebut menawarkan iklim yang lebih sejuk, pemandangan yang spektakuler, kekayaan arsitektur, dan perjalanan petualangan tanpa keramaian.



Foto: Eric Prouzet

Negara Basque di Spanyol masuk dalam daftar sebagai salah satu dari sedikit tempat di daratan di mana penggemar fenomena tersebut dapat menyaksikan gerhana matahari total yang akan terjadi pada 12 Agustus.

Mulai bulan April, pengunjung Taman Nasional Uluru-Kata Tjuta Australia akan dapat bermalam untuk pertama kalinya, mengamati bintang di dekat api unggun di dekat monolit terbesar di dunia.

Bagi mereka yang lebih menyukai bintang olahraga, Vancouver di Kanada dan Dolomites di Italia telah dipilih karena status mereka sebagai tuan rumah Piala Dunia FIFA dan Olimpiade Musim Dingin.

Regenerasi

Maui sedang "bangkit kembali" setelah kebakaran hutan yang menghancurkan pulau Hawaii itu pada tahun 2023 dan "ini bisa menjadi waktu yang tepat untuk mempertimbangkan kembali ke sana," kata Lump.

Namun, ini bukan hanya tentang altruisme. Ini adalah kesempatan luar biasa untuk melihat pantai-pantai yang dulu ramai dalam skala yang lebih intim, dan hotel-hotel terbaik di pulau ini telah memperkenalkan sejumlah pengalaman baru yang menarik untuk menarik pengunjung.

Kepulauan Fiji di Pasifik Selatan, dengan lebih dari 300 pulau surgawinya, "sedang membuat langkah besar dalam pariwisata berkelanjutan," menurut National Geographic. Peluang volunturisme berlimpah, yang membuat koktail di penghujung hari di tepi laut semakin memuaskan.

Akhirnya, Oklahoma bersiap untuk peringatan 100 tahun Rute 66, dengan negara bagian menginvestasikan lebih dari US\$82 juta untuk bentangan jalan ikonik sepanjang 640 kilometer tersebut.

National Geographic mengatakan, "Rasanya seperti ada pertunjukan lampu neon yang dihidupkan kembali, tempat parkir mobil yang dihidupkan kembali, dan atraksi pinggir jalan yang menunggu di setiap tikungan."



05
NOV 2025



Paket
Quard
Rp 27,5 Jt
1 kamar ber-4

Alhijaz
Alhijaz Tour & Travel

Umroh Promo Ekonomis

Program 13 Hari

SUDAH TERMASUK

- ✓ Tiket Ekonomi PP
- ✓ Hotel Mekkah & Madinah
- ✓ Makan & Minum (Fullboard)
- ✓ Zam-Zam 5L (Jika diizinkan Maskapai)
- ✓ Muthawif (Bhs. Indonesia)
- ✓ Asuransi Syariah
- ✓ Driver & Transportasi Bus AC
- ✓ Citytour Madinah
- ✓ Citytour Mekkah
- ✓ Manasik di Jakarta
- ✓ Manasik di Madinah
- ✓ FREE Perlengkapan & Handling
- ✓ Free Ayam ALBAIK

Hotel Mekkah ★★★★★
SAJA MAKKAH
EX LE MERIDIEN TOWERS MAKKAH

Hotel Madinah ★★★★★
ODST ALMADINAH / SETARAF

Jan Praba:0816728940



By:
Lion air



Arabian Travel Market 2026 Soroti Masa Depan Perjalanan Global dengan Inovasi dan Teknologi

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Arabian Travel Market (ATM), pameran perjalanan dan pariwisata internasional terkemuka di Timur Tengah, telah mengumumkan tema untuk edisi 2026: "Travel 2040: Mendorong Batas Baru Melalui Inovasi dan Teknologi."

Acara ini akan berlangsung dari 4–7 Mei 2026 di Dubai World Trade Centre (DWTC), yang mempertemukan para pemimpin industri global untuk mengeksplorasi bagaimana inovasi akan membentuk kembali masa depan pariwisata.

Tema ini didasarkan pada proyeksi Forum Ekonomi Dunia, yang memperkirakan bahwa pada tahun 2034 sektor perjalanan dan pariwisata global akan menyambut 30 miliar kunjungan wisatawan dan berkontribusi US\$16 triliun terhadap PDB global.

Pertumbuhan yang diantisipasi ini terjadi di saat perubahan teknologi yang pesat dan meningkatnya tuntutan akan keberlanjutan. Dari personalisasi berbasis AI dan keterlibatan digital yang imersif hingga solusi penerbangan ramah lingkungan dan mobilitas cerdas, inovasi akan menjadi pusat bagaimana orang-orang menjalani, merencanakan, dan menjalani perjalanan mereka dalam beberapa dekade mendatang.

Danielle Curtis, Direktur Pameran ME, Arabian Travel Market, menekankan peran penting dekade mendatang, dengan menyatakan: "Kita berada di titik balik di mana perubahan iklim, disrupsi digital, dan perubahan ekspektasi konsumen bertemu untuk mendefinisikan ulang industri ini," ujarnya.

ATM 2026 akan menunjukkan bagaimana inovasi dapat meningkatkan pengalaman perjalanan, meningkatkan efisiensi operasional, dan mendorong keberlanjutan, sekaligus memastikan Timur Tengah mempertahankan posisinya di garis depan evolusi ini, jelasnya.

Momentum pasar memperkuat fokus ini

Menurut Laporan Tren Perjalanan ATM 2025, pengeluaran perjalanan di Timur Tengah diperkirakan akan melampaui US\$350 miliar pada tahun 2030, dengan pariwisata masuk tumbuh hampir dua kali lipat rata-rata global.

Permintaan akan perjalanan mewah, perjalanan transformatif, dan acara bisnis (MICE) sedang melonjak, memperkuat status kawasan ini sebagai pusat dinamis bagi pariwisata global.

Untuk mencerminkan pergeseran ini, ATM 2026 akan menampilkan beberapa vertikal khusus yang dirancang untuk menyoroti sektor-sektor kunci yang membentuk masa depan perjalanan. ATM Travel Tech akan memulai debutnya sebagai acara yang sepenuhnya berlokasi bersama, memperluas perannya sebelumnya sebagai sektor yang berkembang pesat di ATM.

Bertempat di aula khusus yang terhubung langsung dengan pameran, acara ini akan menampilkan inovasi terobosan di bidang AI, teknologi imersif, fintech, mobilitas, big data, dan keamanan siber.

Inti acaranya adalah Tech & Innovation Zone, sebuah pusat imersif seluas 850 meter persegi yang menampilkan robotika, AR/VR, solusi teknologi ramah lingkungan, dan Future Stage, sebuah teater berkapasitas 250 kursi untuk para futuris dan pemimpin teknologi global. IBTM @ ATM, yang kembali setelah peluncuran sukses di tahun 2025, akan mempertemukan komunitas MICE internasional dengan sektor acara Timur Tengah yang berkembang pesat.

Ini akan menghubungkan para perencana asosiasi, penyelenggara konferensi, dan pembeli korporat dengan biro konvensi, tempat, dan pemasok, memperkuat peran kawasan yang semakin besar dalam menyelenggarakan pertemuan berskala besar dan mega-acara.



Postcard for ATM 2026. The background is a vibrant blue-green water scene with several kayakers in yellow and white kayaks. At the top, logos for 'arabian travel market DUBAI', 'arabian travel market TRAVEL TECH', and 'ibtm @ATM' are displayed. The main text reads 'Get Ready #ATM2026' in large white letters, followed by 'Save the Date 4-7 May 2026' in a smaller font. At the bottom, a green banner says 'Registration coming soon'. Below the postcard, a yellow box contains the source information.

Sumber foto:
https://www.instagram.com/arabian_travel_market/



Postcard for ATM 2026. The background is a dark green stage with a woman in a white blazer speaking into a microphone. At the top, logos for 'arabian travel market DUBAI', 'arabian travel market TRAVEL TECH', and 'ibtm @ATM' are displayed. The main text reads 'Call for Speakers' in large white letters, followed by 'Share your voice – to inform, intrigue and influence' in a smaller font. At the bottom, a green banner says 'Apply now'. Below the postcard, a yellow box contains the source information.

Sumber foto:
https://www.instagram.com/arabian_travel_market/

ATM Ultra Luxury Lounge akan melayani wisatawan berpenghasilan tinggi dan sangat kaya, menawarkan akses eksklusif ke merek-merek mewah terkemuka di bidang perhotelan, penerbangan pribadi, yachting, dan pengalaman perjalanan yang dirancang khusus.

"Vertikal kami menyoroti di mana inovasi dan investasi menciptakan dampak terbesar. Hal ini memungkinkan para pemangku kepentingan untuk terlibat dalam lingkungan yang terkurasi, membentuk kemitraan strategis, dan secara kolektif membentuk peta jalan industri perjalanan menuju tahun 2040." ungkap Curtis.

Berlandaskan kesuksesan edisi 2025-nya, yang menarik lebih dari 55.000 profesional dari 166 negara, ATM 2026 bertujuan untuk menyediakan platform global untuk kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan solusi perintis.

Seiring dengan percepatan sektor pariwisata menuju era yang ditandai oleh inovasi, keberlanjutan, dan pertumbuhan yang terarah, ATM akan tetap menjadi katalisator dalam membentuk masa depan industri ini.



Phu Quoc, "Pulau Terindah" di Asia Salah Satu Destinasi Paling Populer di dunia 2026

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Skyscanner telah mengumumkan laporan Destinasi Tren 2026, dengan Phu Quoc di Vietnam berada di peringkat kedua dalam daftar global berkat lonjakan pencarian perjalanan yang mengesankan.

Setiap tahun, Skyscanner — salah satu platform perjalanan terbesar di dunia dengan lebih dari 100 juta kunjungan per bulan — menganalisis jutaan pencarian tiket pesawat, hotel, dan penyewaan mobil dalam lebih dari 30 bahasa untuk mengidentifikasi tren perjalanan paling luar biasa di dunia.

Daftar Destinasi Tren tahunannya dianggap sebagai "barometer" yang mencerminkan minat wisatawan dan semakin menariknya destinasi di seluruh dunia.

Tahun ini, Phu Quoc, yang bulan lalu dinobatkan sebagai pulau terindah di Asia oleh pembaca majalah Amerika Condé Nast Traveler, mencatat pertumbuhan pencarian penerbangan sebesar 184% dibandingkan tahun sebelumnya.

Peningkatan tajam ini menunjukkan meningkatnya pengakuan merek internasional Phu Quoc, menyusul serangkaian perkembangan baru dan kebijakan pariwisata yang menarik.

Phu Quoc tetap menjadi satu-satunya destinasi di Vietnam yang menawarkan 30 hari bebas visa bagi semua pengunjung internasional. Pulau ini saat ini mengoperasikan sekitar 30 penerbangan internasional per hari, dengan lebih banyak rute langsung yang menghubungkan dari berbagai negara.

Dalam sembilan bulan pertama tahun 2025 saja, Phu Quoc menyambut lebih dari 1,2 juta pengunjung internasional, melampaui total kedatangan tahun 2024 yang mencapai 980.000, sebuah rekor baru bagi industri pariwisata Pulau Mutiara.

Menurut Skyscanner, Phu Quoc menawarkan "liburan indah yang dekat dengan Singapura." Platform tersebut menggambarkan sebagai tempat di mana wisatawan dapat "menikmati kecap ikan dan hidangan laut Phu Quoc yang terkenal di dunia, lalu bersantai di pantai-pantai menakjubkan seperti Bai Kem dan Bai Sao, yang juga dikenal sebagai dua pantai terindah di dunia."

Skype juga menulis: "Dari pegunungan Guiyang yang rimbun hingga pantai-pantai Phu Quoc yang tenang dan memukau, tempat-tempat wisata ini menarik perhatian dan naik daun."

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id



Bergabunglah dengan komunitas ATTA di Catalonia, Spanyol untuk AdventureELEVATE Europe 2026

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Bersiaplah untuk Adventure ELEVATE Europe kedua! Konferensi regional tiga hari, yang dirancang khusus untuk operator tur luar negeri, media, dan para pemimpin pemikiran di komunitas perjalanan petualangan.

Dibingkai oleh puncak-puncak Pyrenees, Val d'Aran adalah harta karun tersembunyi Catalonia, tempat gastronomi, budaya, dan alam bertemu. Di sini, petualangan mengalir bebas seperti Sungai Garona, baik di sepanjang rute bersepeda legendaris, jalur pendakian gunung yang indah, atau di perairan liar dan ngarai yang mengukir lanskap.

Wilayah ini juga berinvestasi besar-besaran dalam aksi iklim: mengukur jejak karbonnya, mengembangkan alat untuk manajemen acara berkelanjutan, melatih pemangku kepentingan lokal, dan menguji coba model pariwisata regeneratif yang didukung oleh proyek-proyek Uni Eropa seperti Regenera4MED dan PITON.

Mengapa Catalonia, dan Mengapa Sekarang?

Pemilihan Catalonia yang beribukota di Barcelona sebagai destinasi tuan rumah AdventureELEVATE Europe 2026 terjadi pada saat momentum yang tepat. Strategi pemasaran terbaru Dewan Pariwisata Catalonia, "(+) Catalonia, Pariwisata yang Lebih Baik," menguraikan ekonomi pengunjung yang memprioritaskan kesejahteraan masyarakat, kohesi teritorial, dan keberlanjutan.

Penduduk bukan hanya pengamat, tetapi juga peserta yang membentuk model pariwisata untuk masa depan. Wilayah ini juga memasuki tahun 2026 dengan tonggak budaya yang signifikan, termasuk peringatan 100 tahun kematian arsitek Antoni Gaudí dan peringatan 150 tahun kelahiran musisi Pau Casals.

Peringatan ini memperkuat peran Catalonia sebagai pusat ekspresi artistik dan budaya – pelengkap yang menarik bagi penawaran aktivitas luar ruangnya.

Kolaborasi yang Kuat dan Bermakna

Dengan menjadi tuan rumah AdventureELEVATE Europe 2026, Catalonia berupaya memperkuat koneksi dalam komunitas wisata petualangan global, berkolaborasi dengan organisasi yang memiliki nilai-nilai keberlanjutan yang sama, dan menyoroti bisnis dan pengalaman lokal yang berakar pada keaslian.

Dengan model pariwisata yang berlandaskan pada pengelolaan dan inovasi, Catalonia bukan hanya latar belakang untuk AdventureELEVATE, tetapi juga mitra dalam membentuk masa depan wisata petualangan.



Gereja Sagrada Familia di Barcelona, Catalonia

Bergabunglah bersama kami di Catalonia!

Acara ini akan berlangsung di Val d'Aran, sebuah lembah pegunungan tinggi di pegunungan Pyrenees yang menawarkan identitas budaya dan ekologis yang khas. Dengan iklim Atlantiknya, tradisi berabad-abad, dan bahasa Aranese yang unik, Val d'Aran terasa sangat berbeda dari Catalonia lainnya, namun tetap terhubung erat melalui warisan bersama.

Dikelilingi oleh satu-satunya taman nasional di Catalonia dan rumah bagi puncak-puncak dramatis yang mencapai ketinggian 3.000 meter, lembah ini merupakan lokasi utama untuk mendaki, bersepeda, dan ekowisata. Keaslian dan keanekaragaman hayatinya menjadikannya ruang belajar hidup untuk pariwisata bertanggung jawab, tema yang menjadi inti tujuan acara ini.



Biaya Perjalanan Bisnis Akan Stabil Tahun 2025 - 2026

OLEH HIELDA SYAFITRI



Naik turunnya harga perjalanan bisnis, akibat langsung pandemi dan dampaknya yang berkepanjangan, tampaknya akan mereda dalam satu setengah tahun ke depan.

Setidaknya demikianlah yang disarankan oleh "Prakiraan Perjalanan Bisnis Global 2025" dari CWT dan GBTA. Laporan tersebut, yang mengumpulkan wawasan dari kombinasi data anonim mitra mereka dan informasi yang dapat diakses publik, mengantisipasi fluktuasi yang relatif minimal dalam biaya tiket pesawat, penginapan, dan transportasi darat hingga tahun 2026.

Dilansir dari tourism-review.com, para manajer perjalanan, perlu diperhatikan: sedikit peningkatan prediktabilitas mungkin akan segera terjadi.

Namun, beberapa faktor yang sudah tidak asing lagi masih membayangi, memengaruhi lanskap yang lebih luas yaitu inflasi, momok ketidakpastian ekonomi yang selalu ada, dan ketegangan geopolitik yang terus berlanjut.

Proyeksi dasar laporan ini bergantung pada asumsi pertumbuhan global yang berkelanjutan, meskipun melambat. Namun, skenario yang lebih pesimistis dan didorong oleh resesi, menggambarkan fluktuasi harga yang berpotensi fluktuatif.

Masa Depan yang Lebih Dapat Diprediksi

Stabilisasi biaya perjalanan bisnis di sektor ini tampaknya muncul dari interaksi yang lebih seimbang antara penawaran dan permintaan, yang berjalan beriringan dengan ekspansi ekonomi yang moderat.

Hal ini, pada gilirannya, memungkinkan para manajer perjalanan untuk menyesuaikan program mereka, misalnya dengan berfokus pada harga lokal, taktik negosiasi yang lebih cerdas, dan bahkan mempertimbangkan format acara yang inovatif.

Meskipun masih ada tantangan, seperti tekanan inflasi yang berkelanjutan dan kendala rantai pasokan, munculnya data dan tren yang lebih jelas memfasilitasi perencanaan yang lebih meyakinkan.

Laporan tersebut mencatat bahwa kesuksesan bergantung pada kemampuan untuk tetap terinformasi, adaptif, dan selaras dengan tujuan bisnis secara keseluruhan.

Harga Tiket Pesawat: Prospek yang Beragam

Rata-rata global, harga tiket pesawat (ATP) mengalami lonjakan 4,8% selama tahun 2024. Namun, penurunan tipis – sekitar 2,2% – diperkirakan terjadi pada tahun 2025, diikuti oleh kenaikan tipis sebesar 0,4% pada tahun 2026.

Tren keseluruhan ini didorong oleh kombinasi beberapa faktor: peningkatan kapasitas maskapai dan penurunan biaya bahan bakar. Sayangnya, keterlambatan pengiriman pesawat dapat menghambat pemulihan kapasitas di beberapa lokasi, sehingga menekan harga hingga batas tertentu.

Amerika Utara (NORAM): Juara ATP tahun 2024, mencapai US\$831 (naik 6,9%). Hal ini didorong oleh permintaan penerbangan jarak jauh dan, mungkin tidak mengejutkan, pemesanan premium. Penurunan hampir 3% menjadi US\$807 diprediksi terjadi pada tahun 2025, diikuti oleh kenaikan tipis, sekitar 1,7%, menjadi US\$821 pada tahun 2026.

Europa, Timur Tengah, dan Afrika (EMEA): Di sini, ATP naik 4,8%, mencapai \$823 pada tahun 2024, dengan pertumbuhan yang agak sederhana: 0,6% pada tahun 2025 dan 2,1% pada tahun 2026.

Asia-Pasifik (APAC): ATP meningkat sebesar 2,9% menjadi US\$502 pada tahun 2024. Penurunan tipis diperkirakan terjadi pada tahun 2025 (1,8%), dengan kenaikan kembali sebesar 0,8% diperkirakan terjadi pada tahun 2026.

Amerika Latin (LATAM): ATP naik 1,7% menjadi \$667 pada tahun 2024; antisipasi sedikit penurunan 0,4% pada tahun 2025, dan kenaikan 1,7% pada tahun 2026.

Harga Hotel: Pertumbuhan Moderat di Tengah Keterbatasan Pasokan

Harga hotel, secara umum, sedang naik sedikit. Tingkat hunian yang tinggi dan terbatasnya pasokan kamar baru, yang berkaitan dengan tingginya biaya konstruksi dan persyaratan pinjaman yang lebih ketat, merupakan pendorong utama.

Tarif harian rata-rata global (ADR) naik 1,9% pada tahun 2024, menjadi \$161. Pertumbuhan lebih lanjut, masing-masing sebesar 1,2% dan 1,8%, diproyeksikan untuk tahun 2025 dan 2026.

Amerika Latin (LATAM): Wilayah ini mengalami lonjakan ADR terbesar: lonjakan signifikan sebesar 7,5%, sehingga rata-ratanya mencapai US\$100 pada tahun 2024.

Kenaikan sebesar 7% dan 5,7% diantisipasi masing-masing pada tahun 2025 dan 2026; kemungkinan didorong oleh permintaan domestik yang kuat dan tekanan inflasi yang ada.

Asia-Pasifik (APAC): ADR naik 4,5% hingga mencapai \$138 pada tahun 2024, dengan prediksi kenaikan sebesar 3,6% dan 2,8% untuk tahun 2025 dan 2026.

Amerika Utara (NORAM): ADR di sini naik 3,3%, mencapai \$188 pada tahun 2024; pertumbuhan sebesar 2,1% dan 1,6% diproyeksikan untuk tahun 2025 dan 2026.



Foto: [Ondrej Bocek](#)



Foto: Julian21

Transportasi Darat: Turun Level... dengan Harga Lebih Tinggi. Tarif sewa mobil, yang melonjak drastis pasca pandemi, kini mulai stabil, meskipun pada tingkat yang sebelumnya tinggi.

Secara global, tarif harian rata-rata naik sebesar 6,1% pada tahun 2024, dengan pertumbuhan yang lebih rendah sebesar 2,9% pada tahun 2025, dan 2,8% pada tahun 2026, kemungkinan didorong oleh ketersediaan kendaraan yang lebih baik dan persaingan yang semakin ketat.

Rapat dan Acara: Meningkatnya Biaya, Perubahan Strategi. Biaya per peserta rapat dan acara meningkat 4,5% pada tahun 2024, yang sebagian besar disebabkan oleh biaya tenaga kerja dan produksi yang lebih tinggi, ditambah dengan tren peningkatan acara premium berskala kecil.

Pertumbuhan yang lebih lambat, sekitar 3,7% pada tahun 2025 dan 2,4% pada tahun 2026, diperkirakan akan terjadi, sejalan dengan tren inflasi secara keseluruhan.

Menanggapi kenaikan biaya, para perencana acara semakin memilih lokasi di kota-kota yang lebih kecil dan lebih terjangkau. Di saat yang sama, kekhawatiran akan keberlanjutan dan persyaratan teknis yang lebih canggih terus mendorong anggaran semakin tinggi.

Peluang Strategis di Pasar yang Stabil

Bisnis dapat meningkatkan keuntungan secara keseluruhan dengan memanfaatkan dinamika biaya regional, mengamankan kesepakatan yang lebih menguntungkan, dan memodifikasi gaya acara, sehingga menciptakan lingkungan yang lebih stabil.

Namun demikian, faktor ekonomi dan geopolitik yang berlaku memerlukan pemantauan yang cermat dan kelincahan untuk menyelaraskan rencana perjalanan dengan tujuan perusahaan.

Dalam lingkungan perjalanan bisnis yang terus berkembang ini, pilihan berbasis fakta menjadi penting untuk mengelola biaya perjalanan bisnis secara efektif.



Menjelajahi Kegelapan: Mengeksplorasi Industri Pariwisata Gua Laos

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sebagai rumah bagi beberapa formasi batuan paling kompleks di Asia Tenggara, Laos berupaya memanfaatkan pariwisata gua.

Sejak akhir abad ke-19, keajaiban geologi Laos telah menarik minat para penjelajah asing, bukan hanya karena pegunungannya yang menakjubkan, dataran banjir Sungai Mekong yang subur, dan air terjunnya tetapi juga karena apa yang terletak di bawah permukaan.

Gua-gua yang tak terhitung jumlahnya telah ditemukan di dalam massif karst yang menjulang tinggi dan pegunungan kapur yang mendominasi sebagian besar lanskap Laos yang indah. Dilansir dari www.tourismloas.org, 10, meskipun banyak dari keindahan bawah tanah ini telah diubah menjadi objek wisata yang layak, yang lain masih dalam tahap eksplorasi berkelanjutan.

Bagi Laos yang berkembang pesat, yang ekonomi utamanya adalah pertambangan dan pariwisata, gua-gua tersebut mewakili peluang untuk membuka potensi sebagian besar wilayah terpencil negara yang terkurung daratan ini ke dunia.

Seiring dengan meningkatnya popularitas olahraga penjelajahan gua, desa-desa terpencil berupaya memanfaatkan peningkatan jumlah pengunjung ini.

Namun, seperti yang telah ditunjukkan oleh para ahli, kehati-hatian yang besar perlu dilakukan dalam menyeimbangkan kebutuhan kompleks penduduk setempat dan konservasi ekosistem gua yang rapuh, satu langkah salah dapat menyebabkan kerusakan yang tidak dapat dipulihkan dengan komodifikasi aset alam Laos.

"Mengembangkan wisata gua berarti memilih gua yang tidak terlalu rapuh terhadap kehidupan bawah tanah. Keselamatan juga harus menjadi perhatian. Gua memiliki risiko banjir bahkan jika tidak ada sungai bawah tanah."

Jika Anda memindahkan batu besar atau mengebor lubang, Anda dapat mengubah stabilitas gua. Tindakan pencegahan perlu dilakukan, tetapi tidak mudah untuk memenuhi semua aspek tersebut di tempat yang sama, tambahnya.

Mouret bersama dengan rekan ekspedisinya, Jean-François Vacquié, menyandang predikat sebagai dua penjelajah pertama yang memulai investigasi gua dan karst modern di Laos.

Sejak tahun 1991, duo penjelajah gua ini telah memetakan sekitar 100 gua di negara kecil tersebut, dengan total panjang 170 km. Selain itu, Mouret dan Vacquié telah berkontribusi pada pembukaan beberapa gua "safari" dan "wisata"

Yaitu gua Tham Konglor yang terkenal di provinsi Khammouane serta Xe Bang Fai, salah satu gua sungai terbesar di dunia, dengan saluran sepanjang 7 km yang berkelok-kelok di dalamnya.

"Mengenai pariwisata, kita harus mempertimbangkan dua jenis gua: Gua wisata seperti Konglor atau Gua Tham Nang Aen memiliki instalasi khusus seperti jalan setapak dan tangga untuk meningkatkan keselamatan pengunjung," kata Mouret.

Gua-gua safari seperti Nam Non dan Tham Heup tidak memiliki fasilitas khusus. Gua-gua tersebut menginspirasi rasa ingin tahu dan orang-orang menyukai misteri, perasaan menjadi seorang penjelajah – meskipun mereka sebenarnya bukan penjelajah. Mereka menikmati mengatasi keterbatasan fisik tubuh mereka dan melawan ketakutan mental.

Menurut Departemen Perencanaan dan Investasi di Laos, terdapat 32 desa di distrik Khoun Kham dengan total populasi 22.163 jiwa.

Pada tahun 2015, 27.448 wisatawan mengunjungi Gua Konglor di Khoun Kham, peningkatan yang signifikan sebesar 86% dari tahun sebelumnya. Total pendapatan dari pariwisata untuk distrik tersebut mencapai sekitar \$334.000.

Menyadari nilai ekonomi gua sebagai destinasi wisata, otoritas pariwisata setempat di Khammouane, desa Ban Nahin di Laos tengah, kini memulai upaya ambisius untuk membuka gua yang kurang dikenal namun menakutkan bernama Khoun Keo.



Sumber Foto:

<https://www.wanderlustmagazine.com/inspiration/laos-greatest-river-cave/>



Sumber Foto:
<https://www.hotels.com/go/laos/pak-ou-caves>

Sebagai rumah bagi ular berbisa, kelabang berkaki panjang, laba-laba pemburu berbulu, dan makhluk-makhluk penghuni gua lainnya, Khoun Keo tentu bukan untuk orang yang penakut.

Namun dari sudut pandang otoritas pariwisata yang ambisius, labirin gua yang berliku-liku dengan stalaktit, stalagmit, dan kolom-kolom halus yang mencolok adalah tempat bermain yang sempurna untuk menarik semakin banyak penjelajah yang gemar berpetualang.

"Kita memiliki kesempatan untuk meningkatkan pariwisata di Nahin dengan membuka Khoun Keo untuk umum," kata Vilaisak Souvannarath, direktur Otoritas Informasi, Kebudayaan, dan Pariwisata Khammouane.

"Kita juga memiliki kesempatan untuk mengembangkan ekowisata berbasis komunitas untuk meningkatkan lapangan kerja di desa. Tetapi kita harus melakukannya dengan benar."

Terletak di batuan kapur permo-karbonifer di kaki pegunungan Phou Phaman di distrik Ban Khoun Kham, Khoun Keo sangat dihormati di kalangan penduduk setempat dan otoritas pariwisata. Menurut Souvannarath, gua tersebut yang baru ditemukan pada tahun 2012 oleh seorang petani subsisten bernama Seng memiliki unsur spiritual bagi Ban Nahin.

"Seng menemukan gua tersebut setelah Tuhan menampakkannya kepadanya dalam mimpi, menyuruhnya untuk membuka jalan. Setelah menemukan gua tersebut, ia menemukan bahwa gua itu memiliki tiga danau bawah tanah," kata Souvannarath.

"Tuhan ingin kita membuka gua tersebut tetapi Dia juga ingin kita melindunginya." Pentingnya kolam gua tersebut tidak luput dari perhatian otoritas pariwisata.

Menurut Souvannarath, ratusan penduduk setempat pernah tinggal di tepi Sungai Nam Theun, anak sungai dari Sungai Mekong yang perkasa, dan menggunakannya untuk mengairi tanaman mereka.

Hal ini berubah pada tahun 2011, ketika Pembangkit Listrik Tenaga Air Nam Theun 2 (salah satu proyek pembangkit listrik tenaga air terbesar di Laos), di hulu desa, mulai mengalihkan aliran sungai.

Meskipun banyak orang harus direlokasi, Perusahaan Listrik Nam Theun 2 membangun lebih dari seribu rumah baru serta tangki penampungan air hujan dan pompa air.

Pada awalnya, langkah-langkah yang diambil perusahaan untuk mengurangi dampak lingkungan dan sosial bendungan tersebut dipuji oleh Bank Dunia sebagai model yang patut ditiru, namun menurut laporan terbaru dari Panel Pakar Lingkungan dan Sosial Internasional, tantangan terkait relokasi masih perlu ditangani.

Beberapa LSM juga mempertanyakan dampak bendungan terhadap ekosistem sungai dan masyarakat yang bergantung padanya di hilir.

Di Ban Nahin, Seng dan beberapa tetangganya memilih untuk pindah ke sebidang tanah di samping Pegunungan Phou Phaman. Meskipun bendungan telah membersihkan lahan, penduduk desa tidak memiliki akses mudah ke air. Menurut Souvannarath, penemuan kolam gua di dalam pegunungan telah memungkinkan penduduk desa untuk meningkatkan ketahanan pangan mereka secara signifikan.

"Penduduk setempat menggunakan danau bawah tanah ini untuk mengairi tanaman mereka. Alih-alih hanya menanam padi, mereka sekarang menanam berbagai tanaman seperti nanas dan singkong sepanjang tahun," katanya. "Kita benar-benar harus mempertimbangkan hal ini."

Hingga baru-baru ini, Monenoy Keomanixai mantan pemandu wisata di Ban Nahin bekerja sama dengan pihak berwenang membuka gua tersebut bagi wisatawan. Meskipun Keomanixai sekarang bekerja sebagai administrator untuk skema pembangkit listrik di provinsi Bolikhamxay, ia terus mengawasi perkembangan proyek tersebut.

"Kami ingin orang-orang datang dan kami ingin orang-orang tinggal, tetapi kami juga perlu fokus pada pelestarian warisan alam dan budaya daerah ini. Kita tidak bisa membiarkan wisatawan berjalan-jalan di ladang petani dan merusak tanaman untuk sampai ke Khoun Keo." ujarnya.

Pihaknya juga tidak bisa membiarkan mereka terluka saat menjelajahi gua, dan kita tidak ingin wisatawan tidak peduli dengan desa dan penduduknya. Kita tidak ingin Vang Vieng terulang kembali," katanya.

Terletak sekitar 450 km jauhnya, Vang Vieng menjadi pelajaran berharga bagi Keoma Nixai, yang ingat pernah mendengar cerita tentang desa tersebut dan transformasinya menjadi pusat bagi para backpacker berpakaian minim yang ingin mabuk dan bermain tubing di sungai.

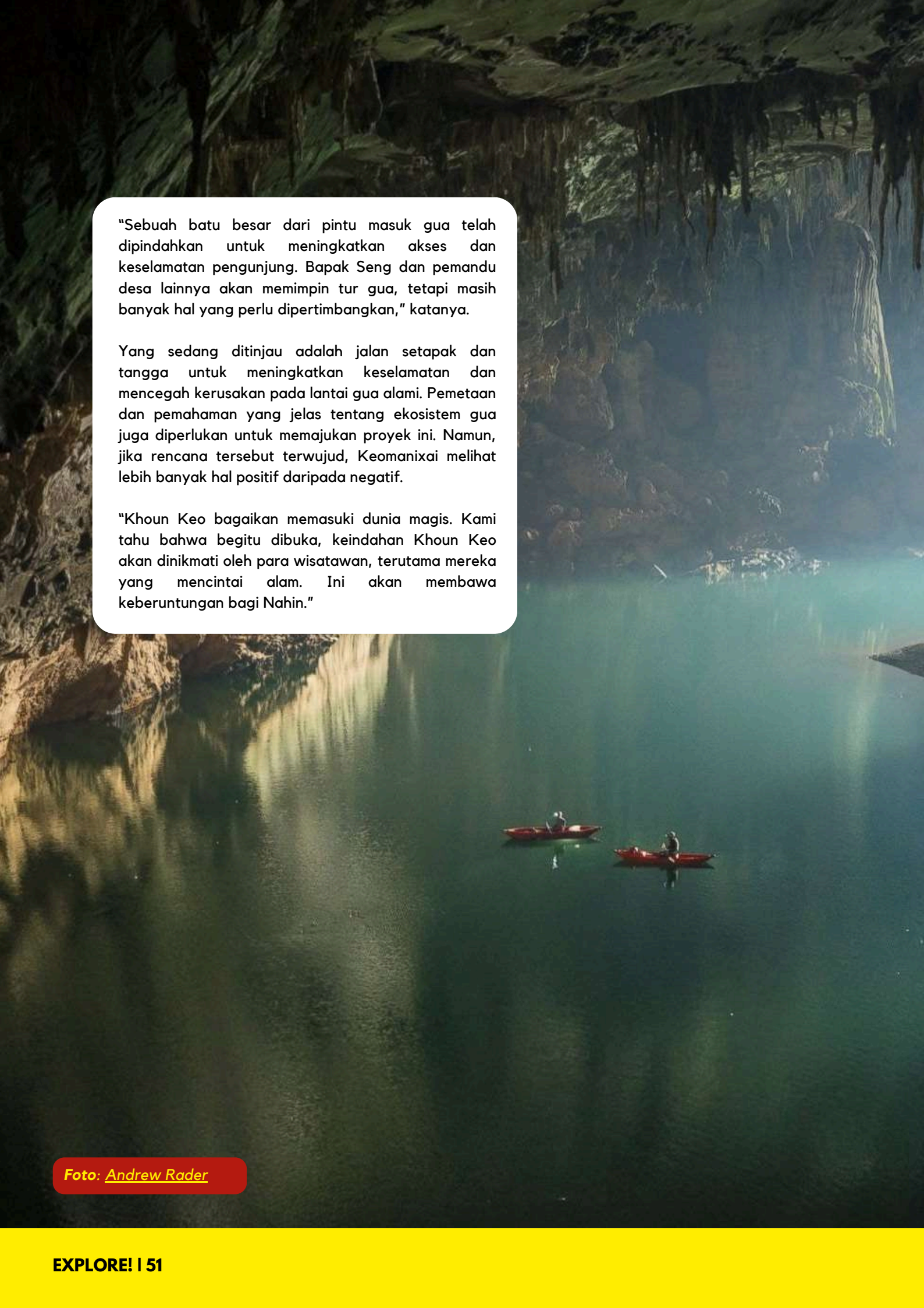
Setelah serangkaian kematian dan cedera, pemerintah menutup pesta tersebut pada tahun 2012. Meskipun tidak lagi berada di masa kejayaannya yang hedonistik, desa tersebut terus menarik para pengunjung yang mabuk – meskipun dalam skala yang jauh lebih kecil.

"Dalam beberapa tahun terakhir, semakin banyak wisatawan yang datang melalui Nahin. Mereka melakukan perjalanan dengan sepeda motor mulai dari Thakhek. Ini menjadi sangat populer dan mendatangkan uang ke daerah tersebut," kata Keomanixa.

Meskipun pariwisata telah menjadi komponen yang semakin penting dalam kebijakan pembangunan Laos, yang memungkinkan pengurangan kemiskinan di banyak komunitas pedesaan, Keomanixai mengatakan Khoun Keo tidak akan dibuka hingga tahun 2017 atau 2018.



Sumber Foto:
https://www.tripadvisor.co.id/Attraction_Review-g10138992-d2306807-Reviews-Kong_Lor_Cave-Phoun_Hin_Boun_Khammouane_Province.html



"Sebuah batu besar dari pintu masuk gua telah dipindahkan untuk meningkatkan akses dan keselamatan pengunjung. Bapak Seng dan pemandu desa lainnya akan memimpin tur gua, tetapi masih banyak hal yang perlu dipertimbangkan," katanya.

Yang sedang ditinjau adalah jalan setapak dan tangga untuk meningkatkan keselamatan dan mencegah kerusakan pada lantai gua alami. Pemetaan dan pemahaman yang jelas tentang ekosistem gua juga diperlukan untuk memajukan proyek ini. Namun, jika rencana tersebut terwujud, Keomanixai melihat lebih banyak hal positif daripada negatif.

"Khoun Keo bagaikan memasuki dunia magis. Kami tahu bahwa begitu dibuka, keindahan Khoun Keo akan dinikmati oleh para wisatawan, terutama mereka yang mencintai alam. Ini akan membawa keberuntungan bagi Nahin."

Foto: [Andrew Rader](#)



Foto: [Faruk Kaymak](#)

Dana Maskapai Penerbangan Senilai USD 1,2 Miliar Diblokir oleh Pemerintah, Mayoritas di Afrika dan Timur Tengah

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Asosiasi Transportasi Udara Internasional (IATA) melaporkan bahwa US\$ 1,2 miliar dana maskapai penerbangan diblokir dari repatriasi oleh pemerintah hingga akhir Oktober 2025.

Peningkatan marginal sebesar US\$ 100 juta telah dicapai sejak laporan terakhir pada April 2025. Dari total dana yang diblokir yang dilaporkan, 93% terperangkap di Afrika dan Timur Tengah (AME).

IATA menyerukan kepada pemerintah untuk mencabut semua pembatasan repatriasi mata uang dan mengizinkan maskapai penerbangan untuk mengakses pendapatan mereka dalam dolar AS dari penjualan tiket, penjualan kargo, dan aktivitas lainnya, sebagaimana dijamin dalam perjanjian layanan udara bilateral dan kewajiban perjanjian.

Pembatasan tersebut mencakup prosedur yang memberatkan atau tidak konsisten untuk mendapatkan persetujuan repatriasi, penundaan dalam mendapatkan persetujuan, kekurangan atau ketiadaan devisa, atau batasan lain yang diberlakukan oleh pemerintah atau bank sentral.

"Maskapai penerbangan membutuhkan akses yang andal ke pendapatan mereka dalam dolar AS untuk menjaga operasional tetap berjalan, membayar tagihan mereka, dan mempertahankan konektivitas udara yang vital.

Pemerintah telah berkomitmen untuk repatriasi dana tanpa hambatan dalam perjanjian bilateral. Dengan margin yang rendah dan biaya yang signifikan dalam denominasi dolar, maskapai penerbangan bergantung pada pemerintah untuk memenuhi komitmen tersebut.

Pemerintah juga berkepentingan untuk mendorong katalis ekonomi yang diberikan maskapai penerbangan dengan menghubungkan ekonomi mereka secara global.

"Itulah mengapa kami mendesak pemerintah untuk memfasilitasi repatriasi dana maskapai penerbangan secara efisien dan memprioritaskan hal ini dalam alokasi devisa, bahkan ketika mata uang langka," kata Willie Walsh, Direktur Jenderal IATA.

Sepuluh Negara Bertanggung Jawab atas 89% Dana yang Diblokir. Sepuluh negara di Afrika, Timur Tengah, dan Asia Selatan bertanggung jawab atas 89% dari total dana yang diblokir, yang berjumlah US\$ 1,08 miliar.

Sorotan Negara

Untuk pertama kalinya, Aljazair berada di puncak daftar negara dengan dana yang diblokir. Peningkatan signifikan telah dilaporkan karena persyaratan persetujuan baru oleh Kementerian Perdagangan, yang menambah beban persyaratan dokumentasi yang sudah ada.

IATA mendesak pemerintah Aljazair untuk menghapus proses dan persyaratan yang tidak perlu bagi maskapai penerbangan.

Meskipun dana yang diblokir di Zona XAF sedikit menurun sejak laporan terakhir pada April 2025 dari USD 191 juta, maskapai penerbangan terus menghadapi tantangan repatriasi meskipun telah menyerahkan dokumentasi yang diperlukan.

Kami menyerukan kepada BEAC untuk menyederhanakan proses validasi tiga langkah internal dan meningkatkan waktu pemrosesan untuk terus menyelesaikan tumpukan pekerjaan yang tertunda. Kawasan AME menyumbang 93% dari total dana yang diblokir di 26 negara, yaitu sebesar US\$ 1,12 miliar pada akhir Oktober 2025.

"Ketidakstabilan politik dan ekonomi merupakan pendorong utama pembatasan mata uang di seluruh Afrika dan Timur Tengah, yang mengakibatkan sejumlah besar dana diblokir." tambah Walsh. Kami menyadari bahwa alokasi valuta asing adalah keputusan kebijakan yang sulit, tetapi manfaat jangka panjang bagi perekonomian dan lapangan kerja lebih besar daripada bantuan keuangan jangka pendek,"

Transparansi

Untuk memberikan transparansi yang lebih besar mengenai masalah dana yang diblokir, IATA meluncurkan halaman web untuk melacak kemajuan setiap kuartal, memberikan informasi latar belakang, dan menyoroti perkembangan.



Foto: Ahmed El Amine Nakib



Scoot Airlines Kini Layani Surga Dunia Labuan Bajo dari Hub Singapura

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Labuan Bajo salah satu dari lima Destinasi Super Prioritas yang sedang dikembangkan di Indonesia, kerap disebut sebagai surga tersembunyi yang ada di Indonesia bagian timur. Desa ini terletak di Kecamatan Komodo, Kabupaten Manggarai Barat, Provinsi Nusa Tenggara Timur yang berbatasan langsung dengan Nusa Tenggara Barat dan dipisahkan oleh Selat Sape.

Di lansir dari Indonesia. travel, Labuan Bajo merupakan sebuah surga tersembunyi yang menyimpan keindahan alam menakjubkan dan hewan purba endemik komodo di Pulau Rinca dan Pulau Komodo, deretan pulau eksotis, keragaman hayati bawah laut, hingga pantai aduhai, semua bisa ditemukan dengan memulai perjalanan di Labuan Bajo.

Menikmati pemandangan langit senja saja sudah bisa menjadi cara lain menikmati Labuan Bajo. Spot strategis untuk menikmati keindahan senja ini berada tak jauh dari Bandar Udara Internasional Komodo.

Selain itu wisatawan dapat memilih destinasi Bukit Cinta, seperti Puncak Amelia, dan Puncak Silvia, untuk abadikan langit senja yang menenangkan jiwa. Ada juga Gua Rangko yang memiliki pesona bak oasis dengan kolam air asinnya yang begitu menyejukkan.

Labuan Bajo dan Taman Nasional Komodo adalah satu entitas yang tidak dapat terpisahkan. Keduanya saling terhubung sehingga ketika wisatawan berada di Labuan Bajo, perlu mengunjungi Taman Nasional Komodo.

Untuk mencapai kesana bisa menggunakan kapal feri atau kapal cepat. Ada banyak pilihan keberangkatan mulai dari pagi hingga sore hari.

Taman Nasional Komodo terdaftar sebagai Situs Warisan Dunia UNESCO sejak tahun 1991 terdiri dari Pulau Komodo, Pulau Rinca, Pulau Padar, dan beberapa pulau lain di sekitarnya. Kehadiran komodo (*Varanus komodoensis*) yang merupakan kadal raksasa di dunia ini pertama kali diliput dalam jurnal ilmiah pada tahun 1912.

Jurnal tersebut ditulis oleh Pieter Antonie Ouwens, Direktur Museum Zoologi Bogor. Penemuan tersebut menjadi awal mula eksistensi Labuan Bajo di mata dunia karena banyak turis dan ilmuwan yang datang untuk melihat langsung ora, sebutan komodo dari warga lokal.

Memiliki alam dan atraksi yang menakjubkan, salah satunya adalah berfoto bersama Komodo akan menjadi pengalaman yang tidak terlupakan seumur hidup bersama hewan langka yang hanya ada di Indonesia itu.

Panoramanya mempesona, sebut saja Pulau Padar yang ikonik dengan pulaunya yang berbentuk perbukitan serta gradasi laut biru di latar belakang. Momen di puncak pulau Kelor dengan pemandangan pulau dan laut biru jernih indah juga sayang untuk dilewatkan.

Spot lain yang tidak boleh ketinggalan adalah Pink Beach atau yang dikenal sebagai Pantai Merah oleh masyarakat lokal.

Warna merah di pantai ini ternyata berasal dari hewan mikroskopis dan pecahan batu karang berwarna kemerahan di sekitar pesisir pantai.

Untuk berwisata ke Labuan Bajo dari Jakarta untuk keberangkatan antara pagi dan siang hari, waktu tempuh hanya sekitar empat jam.

Nah, bagi wisatawan mancanegara yang ingin menikmati surga dunia ini kabar baiknya adalah adanya akses udara terbaru dari Scoot Airlines yang mulai melayani rute langsung dari Singapura – Labuan Bajo sejak Minggu lalu.

Rute penerbangan langsung yang menghubungkan Singapura dan Labuan Bajo (LBJ) resmi dibuka dan mulai beroperasi melalui penerbangan perdana maskapai penerbangan Scoot pada Minggu, 21 Desember 2025.

Pembukaan rute internasional ini menjadi langkah strategis dalam memperkuat konektivitas Labuan Bajo sebagai Destinasi Pariwisata Prioritas Nasional di kancah global. Selanjutnya, penerbangan rute Singapura–Labuan Bajo ini akan beroperasi dengan frekuensi dua kali seminggu menggunakan pesawat Embraer E190-E2.

Sebagai satuan kerja di bawah Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores (BPOLBF) memandang pembukaan rute ini sebagai momentum penting untuk mendorong peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara, khususnya dari Singapura dan pasar global lainnya yang terhubung melalui hub Singapura.

Bandara Changi Singapura sendiri dikenal luas sebagai salah satu hub penerbangan global utama dan gerbang penting kawasan Asia-Pasifik. Dengan konektivitas yang luas, Bandara Changi menjadi titik transit strategis bagi jutaan wisatawan internasional yang menuju berbagai destinasi dunia.

Hadirnya penerbangan langsung Singapura ke Labuan Bajo membuka akses ke pasar yang lebih luas sekaligus meningkatkan potensi Labuan Bajo untuk menjangkau wisatawan global secara lebih efisien.

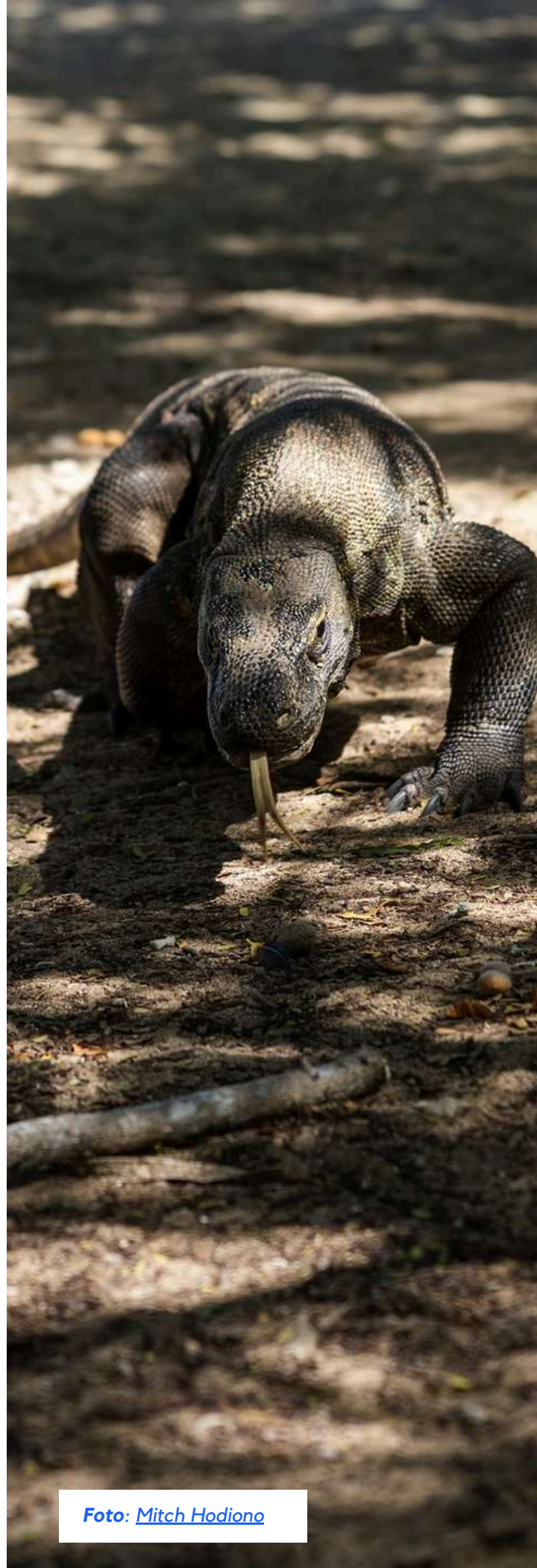


Foto: [Mitch Hodiono](#)

Pelaksana Tugas Direktur Utama BPOLBF, Dwi Marhen Yono, menyampaikan bahwa pembukaan rute penerbangan langsung Singapura–Labuan Bajo oleh maskapai penerbangan Scoot merupakan langkah strategis untuk memperkuat aksesibilitas dan meningkatkan daya saing Labuan Bajo di pasar internasional.

“Penerbangan langsung ini secara signifikan memangkas waktu tempuh bagi wisatawan mancanegara, khususnya dari Singapura dan pasar global yang terhubung melalui hub Singapura.

Hal ini menjadi bagian penting dari upaya bersama untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, memperluas jangkauan pasar, serta memastikan pertumbuhan pariwisata Labuan Bajo yang berkelanjutan,” ujar Dwi Marhen Yono.

Marhen juga menambahkan, BPOLBF akan terus memperkuat kolaborasi dengan maskapai penerbangan, kementerian dan lembaga terkait, pemerintah daerah, serta para pemangku kepentingan lainnya guna memastikan keberlanjutan rute, meningkatkan tingkat keterisian penumpang, serta memastikan kesiapan destinasi dari sisi layanan dan kualitas pengalaman wisatawan secara keseluruhan.

Lebih lanjut, Chief Commercial Officer Scoot, Calvin Chan, mengatakan bahwa peluncuran rute baru ini mencerminkan komitmen Scoot dalam memperkuat konektivitas kawasan.

“Kami senang dapat memperluas kehadiran Scoot di Indonesia melalui pembukaan layanan penerbangan ke Labuan Bajo.

Dengan pantainya yang masih alami serta keanekaragaman hayati laut yang memukau, Labuan Bajo menawarkan pengalaman unik dan eksotis bagi para pencinta alam.” ujar Calvin.

Bagi masyarakat lokal, rute ini menyediakan koneksi udara langsung ke Singapura serta akses yang lebih mudah ke jaringan penerbangan Scoot yang luas.

“Kami berterima kasih kepada Badan Pelaksana Otorita Labuan Bajo Flores atas dukungannya dalam mempromosikan rute baru ini dan berharap dapat menghubungkan lebih banyak wisatawan ke destinasi yang indah ini,” tambahnya.

BPOLBF optimistis bahwa pembukaan rute penerbangan langsung Singapura–Labuan Bajo oleh Scoot akan memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan pariwisata, investasi, dan perekonomian daerah, sekaligus semakin memperkuat citra Labuan Bajo sebagai destinasi pariwisata kelas dunia.

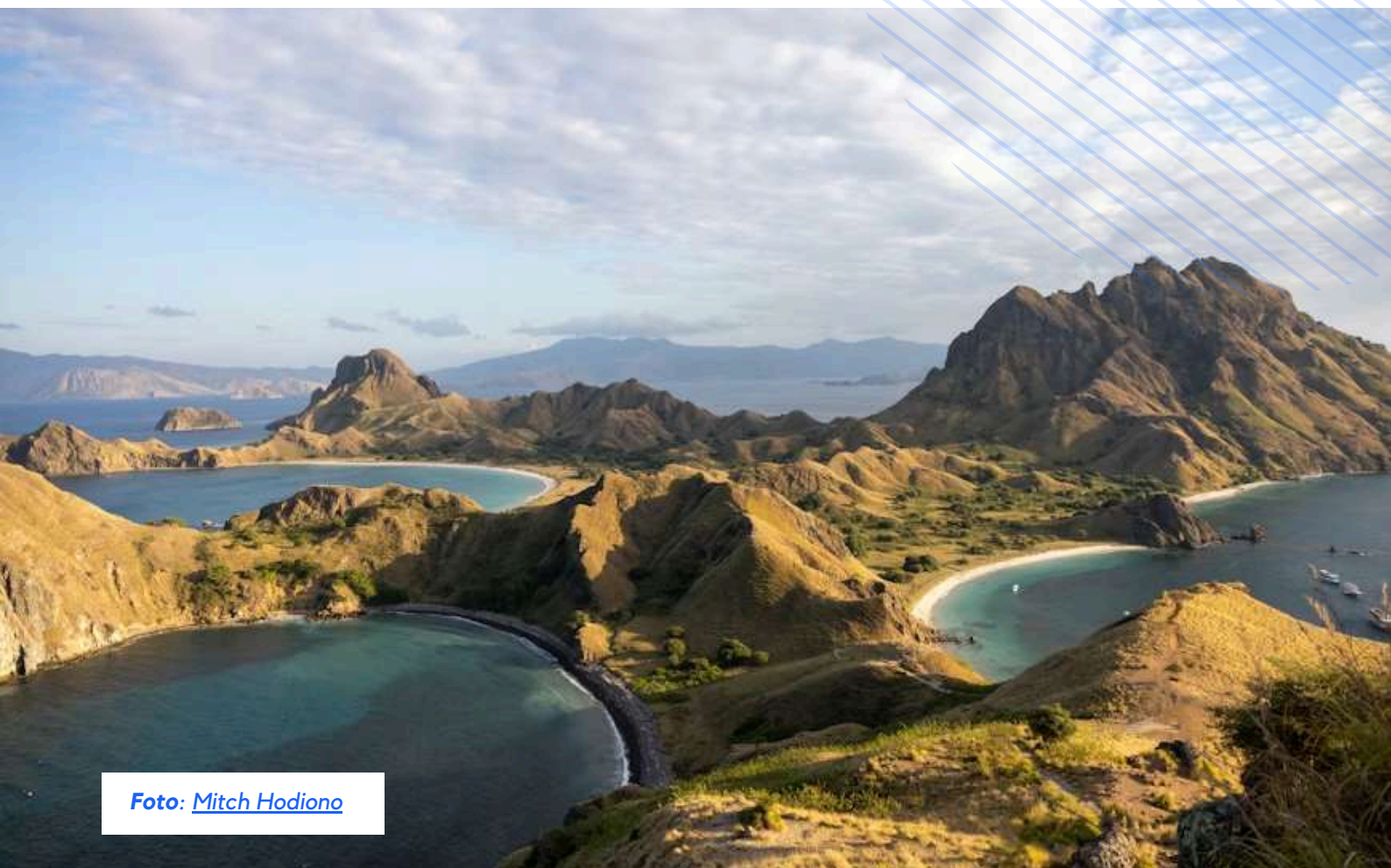


Foto: [Mitch Hodiono](#)



Foto: [Wayan Aditya](#)

Nah lengkap sudah kemudahan akses untuk mencapai surga dunia di Indonesia Timur karena 3 aspek penting yang menjadi dasar dalam perencanaan pengembangan pariwisata yang disingkat dengan 3A (atraksi, amenitas, aksesibilitas) sudah terpenuhi semua.

Aspek 3A merupakan syarat minimal bagi pengembangan sebuah destinasi wisata. Setiap destinasi wisata sudah pasti mempunyai keunikan dan ciri khasnya masing-masing yang membuat banyak orang tertarik untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut.

Menyaksikan Atraksi budaya dan membawa buah tangan sepulang dari Labuan Bajo akan melengkapi perjalanan ke Labuan Bajo dan ada beberapa souvenir khas yang tak boleh ketinggalan, salah satunya adalah kain songke khas Tanah Manggarai.

Kain ini umumnya berwarna dasar hitam dengan beragam motif warna-warni di atasnya. Sama halnya dengan kain Nusantara lain, motif kain songke sangat beragam dan memiliki maknanya tersendiri dengan motif Ranggong (laba-laba) menyimbolkan kejujuran dan kerja keras.

Wela Kawu (bunga kapuk) yang bermakna keterkaitan manusia dengan alam sekitarnya, motif Wela Runu (bunga runu) yang melambangkan bahwa orang Manggarai bagaikan bunga kecil namun menjadi sumber keindahan.

Motif lainnya Ntala (bintang) yang bermakna harapan dan doa baik serta motif Ju'i (garis-garis batas) yang memiliki filosofi mendalam bahwa semuanya ada batas akhirnya.

Beberapa oleh-oleh lain seperti kopi manggarai yang terkenal dengan cita rasa pahit yang unik, roti kompiang yang terbuat dari terigu dengan taburan wijen di atasnya, atau camilan yang terbuat dari olahan tepung beras dan kelapa parut, bernama rebok.

Bagaimana sudah tahu kan mengapa Pulau Komodo layak dikunjungi. Nah siap berangkat ? Let's go, liburan di Indonesia saja yuk....

