

EXPLORE!

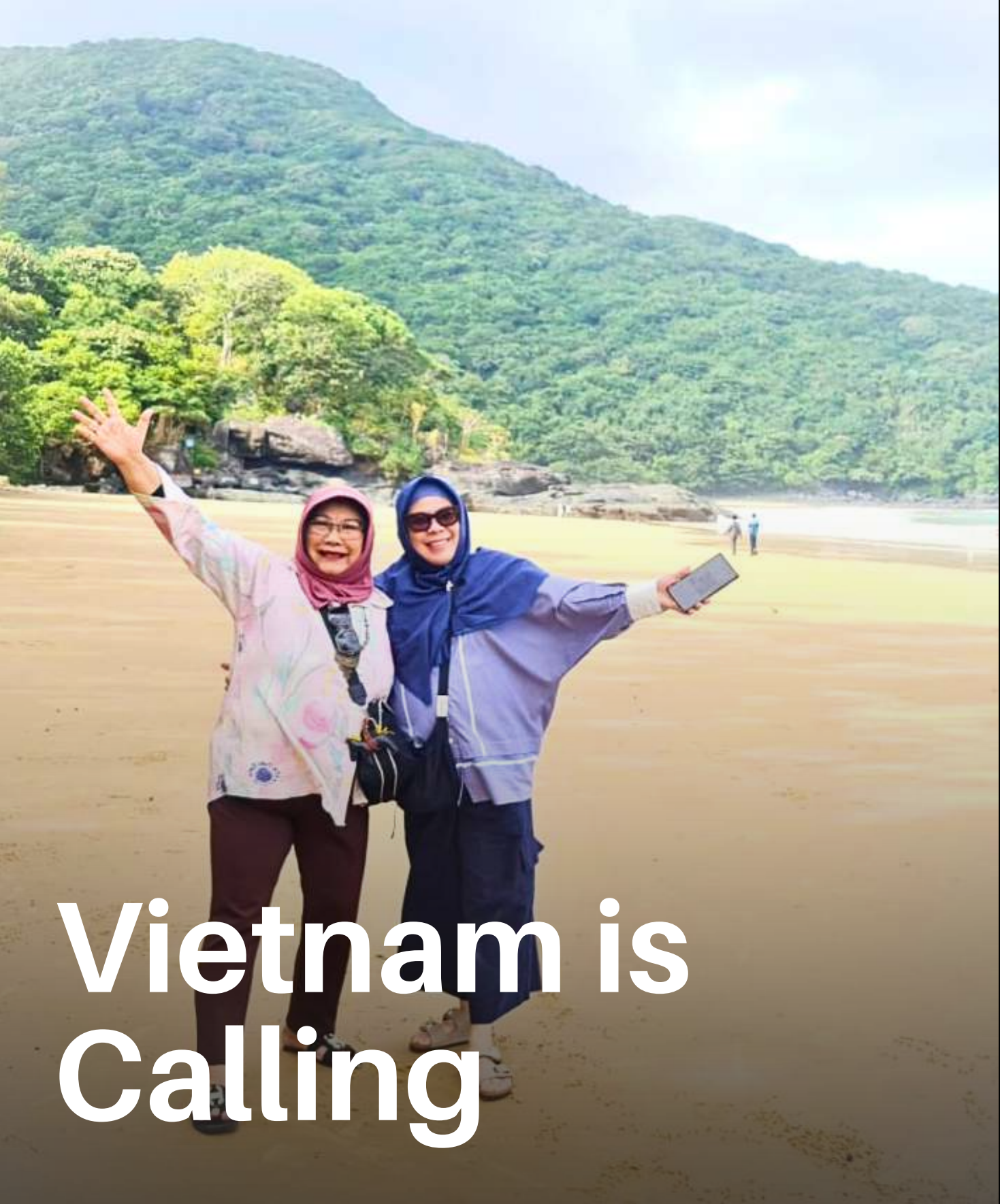
by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 71

April 2026

tidak untuk diperjualbelikan

A photograph of two women wearing hijabs and casual clothing, posing on a sandy beach. The woman on the left is wearing a pink hijab and a light-colored jacket, with her right arm raised in a wave. The woman on the right is wearing a blue hijab and a blue jacket, holding a smartphone in her left hand. In the background, there is a large, lush green hill or mountain under a clear sky, with some rocks and a few other people visible on the beach.

Vietnam is Calling

FOREWORD



Dalam beberapa dekade terakhir, Vietnam telah menjelma menjadi salah satu destinasi wisata yang berkembang pesat di kawasan Asia Tenggara, menawarkan perpaduan harmonis antara keindahan alam, kekayaan budaya, serta dinamika modernisasi yang menarik perhatian wisatawan dunia.

Keunggulan utama pariwisata Vietnam terletak pada keberagaman daya tariknya—mulai dari lanskap alam yang ikonik seperti teluk dan pegunungan, kota-kota bersejarah dengan arsitektur kolonial yang khas, hingga kekayaan kuliner yang autentik dan terjangkau.

Di balik berbagai keunggulan tersebut, masih terdapat sejumlah kelemahan yang perlu menjadi perhatian. Misalnya tantangan 3 A yaitu Akses, Atrasi dan Amenitasnya belum merata serta pengelolaan destinasi yang belum optimal di beberapa wilayah, menjadi pekerjaan rumah yang perlu diselesaikan agar pertumbuhan pariwisata dapat berjalan secara berkelanjutan dan berkualitas.

Adalah Hieutour VN, sebuah tour operator di Vietnam mengundang industri pariwisata dari Indonesia, Singapura, Malaysia dan India untuk mengikuti Famtrip, travel trade bertajuk Vietnam is Calling pada medio akhir November tahun alu.

Nguyễn Hồng Hiếu atau biasa disapa Bob, CEO dan pendiri dari Hieutour VN, tour operator Vietnam mengatakan tujuan Program adalah mempromosikan Vietnam sebagai destinasi wisata pada pelaku pariwisata di Indonesia, Singapura, Malaysia dan India.

"Kami menampilkan produk pariwisata baru dan pengalaman otentik di seluruh Kota Ho Chi Minh dan Wilayah Delta Mekong,".

Dari kegiatan Fam Trip, seminar B to B antara peserta dan para pelaku pariwisata dari Vietnam maka diharapkan akan terjalin koneksi & pertukaran informasi serta kemitraan bisnis untuk mendatangkan wisatawan mancanegara ke Vietnam.

Jadi melalui program Vietnam is Calling kami ingin membangun saluran jaringan langsung antara travel agent (TA) dan travel operator (TO) internasional, perusahaan yang berminat melakukan Foreign Direct Investment (FDI), pemangku kepentingan pariwisata & perdagangan Vietnam," ungkap Bob.

Bagi pihaknya program ini adalah pencitraan pariwisata Vietnam secara internasional dan akan memperkuat citra Vietnam sebagai destinasi yang aman, dinamis, dan berkelanjutan untuk pariwisata dan investasi.

Sedikitnya 80 tour operator dari Indonesia dan 10 tour operator dari Singapura, Malaysia dan India tertarik menjadi peserta, namun destinasi wisata yang dituju tidak sepopuler Da Nang, Phu Quoc, Ha Long Bay dan sawah terasering di Sapa.

Kali ini tujuannya adalah kawasan Delta Mekong seperti Can Tho, dua jam dari Ho Chi Minh. Perjalanannya ke hutan yang berbatasan dengan Kamboja, ke pulau penjara CON DAO dan kembali ke kota Saigon serta HCM untuk bertemu dengan pejabat pemerintah dan kalangan industri pariwisata setempat.

EXPLORE! kali ini selain menguak perjalanan ke Vietnam juga menampilkan sejumlah profil peserta, pengundang maupun destinasi wisata yang dituju serta target-target Vietnam di Halal Tourism. Selamat membaca!

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword	04
Nguyễn Hồng Hiếu dan Pariwisata yang Bertumbuh dari Akar Lokal	06
Nguyễn Hồng Hiếu dan Pariwisata yang Bertumbuh dari Akar Lokal	13
Ketika Nomiko Sari Mayang Mewujudkan Harapan Ayah	15
Binh My – Desa Wisata Vietnam di Tepi Sungai	19
Cikwo Resto and Coffee Pilihan Lengkap Makanan Khas Lampung	25
Vietnam Menunjukkan Potensi dalam Rantai Pasokan Halal Global	29
Vietnam Targetkan Pasar Halal untuk Meningkatkan Ekspor Pangan	30



Vietnam Memimpin Lonjakan Pariwisata Asia yang Menakjubkan	33
Can Tho, Pintu Masuk Mengeksplor Delta Mekong	38
Menikmati Aktivitas Wisata Sungai Cai Rang dan Budaya Lokal	40
Pulau Con Dao, Hidden Gem Vietnam Sekaligus Makam para Martir	44
Silvi Yunaz Satukan Tekad Majukan Bisnis dan Pemberdayaan Umat	47



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 Karunijaji

PICTORIAL DIRECTOR

A. Hadi Malik

PARTNERSHIP DIRECTOR

Wiwiek Widyawati

PHOTOGRAPHER

Hendri Mulyadi

SENIOR JOURNALIST

Rahmayulis Saleh | Wita Dahlan | Rin Hindryati

REPORTER

Evan Maulana | Griska Gunara Keating | Widha Chaidir

Yusuf Roneo | Arum Suci Sekarwangi | Fajar Arifadilla

Duhita Hayuningtyas | Hildea Syafitri | Rifzikka Atmadiningrat

Sri Darnastuti Sahlin | Nina Mussolini Hansson | Rini Clara

KONTRIBUTOR

Bruriadi Kusuma | Jeffrey Wibisono

Nur Hidayat | William Suryaputra

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



Nguyễn Hồng Hiếu dan Pariwisata yang Bertumbuh dari Akar Lokal

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Nguyen Hong Hieu (Bob) berbaju hitam ketiga dari kanan bersama para peserra Vietnam is Calling.

Di Delta Mekong, perjalanan bukan soal jarak—melainkan kedalaman. Di wilayah sungai yang tenang namun sarat kehidupan ini, Nguyễn Hồng Hiếu membangun pariwisata dengan cara yang nyaris berlawanan dengan arus global: pelan, personal, dan berakar kuat pada budaya lokal.

Pria muda berwajah ganteng dan selalu bersikap tenang ini adalah CEO dan pendiri dari Hieutour VN, tour operator yang memberikan pelayanan dari hulu hingga hilir untuk paket perjalanan, pengurusan dokumen perjalanan hingga izin tinggal sementara maupun investasi, kegiatan Meeting, Incentive, Conference and Exhibition (MICE) hingga menawarkan paket wisata dalam dan luar negeri.

Jumpa di hari kedatangan rombongan tour Vietnam is Calling di saat makan malam di restoran Quan Com Muoi Kho. Jam makan malam yang terlambat karena lamanya petugas Imigrasi di bandara Bandar Udara Internasional Tân Sơn Nhất, Ho Chi Minh City melayani lonjakan penumpang pesawat yang berdatangan. Kami baru keluar dari bandara pukul 21.00 setelah mendarat sekitar 4.00 sore waktu setempat yang sama waktunya dengan jam di Jakarta.

Saat menyapa rombongan Vietnam is Calling yang dirancangnya bersama tim, Bob panggilan akrab Nguyễn Hồng Hiếu bahkan melayani tamu-tamunya dengan membawa hidangan ke meja-meja tanpa rasa canggung seolah bagian dari karyawan restoran milik artis Vietnam yang memiliki tiga resto sekaligus di berbagai tempat.

Bob berasal dari Cần Thơ, ia mengembangkan Hieutour VN, sebuah operator perjalanan yang menjadikan pengalaman manusia sebagai inti bisnis dan dia membangun usahanya dari rumah sendiri.

Didirikan pada 2015, Hieutour VN lahir dari pemahaman mendalam akan kehidupan sungai dan masyarakat Mekong. Bagi Hiếu (Bob) pasar terapung bukan atraksi, melainkan ruang sosial; desa bukan latar belakang, melainkan subjek utama perjalanan.

Pantas di profil usahanya banyak aktivitas sosialnya bersama berbagai komunitas dan dia memiliki kepedulian yang tinggi bagi pendidikan anak-anak. Ruang sosialnya melebar, meluas setiap waktu karena dia bukan mengutamakan jiwa bisnis namun juga jiwa sosial yang meningkatkan spiritualitasnya pada sang pencipta.

"Apa yang kamu lihat pada orang sepertiku? Hidupku sangat sederhana. Aku mencintai orang-orang terutama mereka yang berada di posisi rendah dalam hidup. Aku menjalankan bisnisku karena ingin menyediakan pekerjaan yang layak bagi orang miskin," kata Bob merendah ketika diminta menyediakan waktu untuk wawancara khusus.

Tak heran, alih-alih mengejar volume wisatawan, Hieutour menekankan kualitas pengalaman—memberi waktu bagi wisatawan untuk memahami ritme lokal, berbincang dengan warga, dan menyelami keseharian Vietnam yang autentik.

Sehari-hari, Bob yang memiliki jaringan bisnis yang menggurita adalah tipe pimpinan yang tidak bising. Dalam industri pariwisata yang kerap dipenuhi jargon dan ekspansi agresif, gaya kepemimpinan Nguyễn Hồng Hiếu ini justru sunyi, bekerja keras dalam diam namun punya strategi maupun sasaran.

Dia lebih dikenal sebagai problem solver dan experience curator dibanding figur publik yang gemar tampil. Nilai yang ia pegang sederhana namun konsisten: integritas layanan, ketelitian operasional, dan rasa hormat pada komunitas lokal.

Promosikan Mekong Delta

Bisnis perjalanannya terus tumbuh dan para relasi yang bermitra juga memiliki kepercayaan yang tinggi tak lain karena dalam dirinya maupun tim bergerak sebagai mitra perjalanan terpercaya bagi wisatawan domestik maupun internasional, terutama mereka yang mencari pengalaman budaya mendalam di Mekong Delta dan Vietnam secara luas.

Pendekatan ini menempatkan masyarakat lokal sebagai mitra aktif, bukan objek wisata. Pariwisata, bagi Hiếu, hasil kerjanya harus meninggalkan manfaat sosial dan ekonomi yang nyata bagi daerah asalnya maupun tempat lain dan yang jelas terlihat dari aktivitas dan filosofi kerjanya.

Eksplorasi budaya lokal & kehidupan sungai, interaksi komunitas dan cerita keseharian masyarakat menjadi perhatian utamanya. Oleh karena itu dalam mengemas paket wisata maka perjalanan berbasis pengalaman (experiential travel) yang banyak ditawarkannya.

Minat ini tercermin konsisten dalam desain tour Hieutour, pendekatan pelayanan, dan pilihan destinasi yang tidak massal. Ketika dunia pariwisata bergerak menuju keberlanjutan dan pengalaman bermakna, model yang dibangun Nguyễn Hồng Hiếu atau Bob ini menjadi semakin relevan. Dia tidak sekadar menjual perjalanan, tetapi membangun kepercayaan lintas budaya.

Bergerak di bidang Destination Management Company (DMC), Cultural & Experiential Tourism, perusahaan yang didirikannya pada 2015, agaknya memiliki nilai-nilai mendasar yang dibangunnya bahwa "Perjalanan yang baik bukan tentang seberapa jauh kita pergi, melainkan seberapa dalam kita memahami." ujarnya.

Perusahaan ini bangga telah beroperasi dan berkembang secara berkelanjutan di sektor pariwisata Vietnam selama lebih sepuluh tahun. Sepanjang perjalanan ini, Hieutour telah mendapatkan kepercayaan dari ribuan wisatawan domestik dan internasional, menjadi merek yang bereputasi dan dapat diandalkan di industri ini.





Padukan Pariwisata dan Investasi

Sepanjang tahun-tahun awal perusahaan, Bob memainkan peran penting dalam operasional, hubungan mitra, dan pengembangan produk yang mendukung terciptanya tour yang menyoroti keindahan khas Delta Mekong dan Vietnam secara keseluruhan.

Untuk selaras dengan visi strategisnya Bob lalu memutuskan HIEUTOUR CO. LTD yang kini menjadi HIEUTOUR VN INVESTMENT CO.LTD.

Transformasi ini menandai tonggak penting, mencerminkan tidak hanya model organisasi dan strategi investasi yang ditingkatkan. Tetapi juga memperkuat visi, misi, dan nilai-nilai inti termasuk komitmen untuk membangun ekosistem pariwisata dan investasi berkelanjutan yang hubungkan orang, budaya, dan peluang pembangunan baik di dalam negeri maupun global.

Dia tetap berdedikasi untuk menjunjung tinggi nilai-nilai yang telah dikembangkan selama sepuluh tahun terakhir, sambil secara aktif memperluas jangkauan di luar pariwisata ke bidang-bidang pelengkap seperti perdagangan, teknologi, jaringan komunitas, dan investasi yang berdampak sosial.

"Fondasi ini mendukung tujuan jangka panjang kami yaitu pertumbuhan yang berkelanjutan, inovatif, dan bertanggung jawab secara sosial bagi bisnis, komunitas, dan mitra kami," tegasnya.

Oleh karena itu dia bangga menjadi anggota aktif Asosiasi Pariwisata Vietnam, Asosiasi Pariwisata Delta Mekong, Asosiasi Pariwisata Can Tho, Federasi Dagang dan Industri Vietnam (VCCI) dan Bergabung dengan CBA, pendekatan pariwisata berbasis komunitas.

Itu sebabnya perusahaannya kini berevolusi menjadi Hietour VN Investment Co.LTD dan menegaskan kembali komitmen kepada masyarakat, budaya, lingkungan, dan ekonomi lokal dan mengembangkan model bisnis yang bertanggung jawab.

Bob juga pendiri dari Tadoimex Trading Co Ltd dan tekadnya dimana budaya dilestarikan, alam dihormati, dan setiap perjalanan memberikan kontribusi berkelanjutan bagi destinasi yang dikunjungi tetap akan dijunjungnya tinggi.

Pengakuan Lonely Planet & Rough Guides

Hietour juga telah ditampilkan dalam publikasi ternama dunia seperti Lonely Planet dan Rough Guides (UK) dan secara konsisten diakui sebagai "Pilihan Terbaik" untuk layanan wisata di Delta Mekong dan seluruh negeri sejak 2016. Sebagai operator tour internasional, perusahaannya terus menyediakan layanan perjalanan berkualitas tinggi dan lengkap baik di Vietnam maupun di luar negeri.

Diakui oleh platform perjalanan bergengsi seperti Rough Guides dan Lonely Planet, mata Bob berbinar-binar soalnya keduanya bukan sekadar penerbit buku panduan perjalanan.



Mereka adalah pendamping yang tak tergantikan bagi para penjelajah dan petualang di seluruh dunia.

Dengan misi untuk memberikan pengalaman perjalanan yang dinamis dan mendalam, keduanya telah mendapatkan reputasi sebagai sumber terpercaya bagi para pelancong yang mencari perjalanan otentik.

Lonely Planet, yang dikenal karena fokusnya pada perspektif lokal, menyediakan informasi destinasi penting bersama dengan rekomendasi budaya, kuliner, dan hiburan. Melalui narasi yang detail dan beragam, pembaca tidak hanya mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang destinasi tetapi juga alat-alat yang diperlukan untuk merencanakan perjalanan mereka dengan bijak.entik.

Sementara itu, Rough Guides menawarkan pendekatan yang lebih berbeda dengan penekanan kuat pada eksplorasi budaya, konteks sejarah, dan pengalaman pribadi para penulis di setiap destinasi. Panduan ini melampaui hal-hal mendasar untuk menginspirasi para pelancong menemukan tempat-tempat yang kurang dikenal dan merangkul petualangan baru, yang seringkali tak terduga.

Baik itu Rough Guides atau Lonely Planet, keduanya tetap menjadi sumber daya yang sangat berharga bagi para pelancong—mulai dari petualang pemula dengan semangat baru untuk penemuan hingga penjelajah berpengalaman yang mencari perspektif baru tentang dunia.

Dengan panduan ini di tangan, dunia menjadi lebih luas dan menarik dari sebelumnya dan para traveler menanti perjalanan yang bermakna dan tak terlupakan. "kepuasan pelanggan, profesionalisme, dan pelayanan sepenuh hati tetap menjadi inti dari semua yang kami lakukan " ungkap Bob.

Paket Internasionalnya kini mengajak wisatawan Vietnam untuk outbound ke Asia Tenggara, Asia Timur (termasuk Korea Selatan, Jepang, Tiongkok), serta Eropa, Australia, Amerika Serikat, dan Kanada.

Potensi Tersembunyi

Hieutour VN didirikannya dengan misi yang kuat untuk membuka potensi pariwisata tersembunyi di Delta Mekong, sebuah wilayah yang kaya akan budaya, kearifan lokal, dan warisan alam, namun telah lama kurang terwakili dalam peta pariwisata Vietnam.

Oleh karena itu dalam undangan pada pelaku industri pariwisata dari berbagai negara termasuk Indonesia bertema Vietnam Calling intinya dia ingin mempromosikan destinasi baru Delta Mekong.

Sejak awal, sebagai pendiri Bob membayangkan pengalaman perjalanan yang menghormati masyarakat lokal dan mengangkat kisah — kisah komunitas ke panggung global. Dimulai dengan tour kecil dan otentik melalui jalan setapak desa dan aliran sungai, Bob membangun identitas unik berdasarkan keramahan yang tulus dan pengalaman perjalanan yang bermakna dan berfokus pada cerita.

"Kami secara bertahap berkembang dari pariwisata budaya, ekowisata, dan berbasis komunitas ke pasar domestik di seluruh dunia, sambil memandu wisatawan Vietnam dalam perjalanan internasional di Asia, Eropa, Australia, dan Amerika,"

Tour budaya-sejarah dikurasi dengan cermat lebih dari sekadar wisata. Bagi Bob wisata domestik bagi warga Vietnam maupun inbound tourist dari mancanegara maka tour yang dikemasnya adalah pengalaman yang hidup dan mendalam yang menghidupkan sejarah dan tradisi.

Baik itu mengunjungi peninggalan kuno, kuil suci, museum terkenal, atau menjelajahi desa-desa kerajinan tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi, setiap destinasi menceritakan sebuah kisah, dan setiap pengalaman mengungkapkan lapisan baru identitas Vietnam.

Menyadari meningkatnya permintaan pariwisata MICE, dia juga berinvestasi secara strategis untuk menjadi mitra terpercaya bagi acara internasional, misi bisnis, dan program perjalanan korporat yang menghubungkan orang, industri, dan peluang.

Selain menjadi Destination Management Company (DMC) yang terpercaya dan berkualitas tinggi, Hieutour VN yang dipimpinnya juga berupaya menjadi pusat konektivitas perdagangan yang menghubungkan Vietnam dengan komunitas bisnis global dan membina kerja sama komersial jangka panjang.

Melalui proyek CVTEC, Hieutour VN berperan aktif dalam mempromosikan pembangunan ekonomi di sepanjang Koridor Ekonomi Selatan yang menghubungkan Vietnam, Kamboja, dan Thailand.

"Bekerja sama dengan mitra internasional, kami berupaya untuk menciptakan destinasi wisata baru dan peluang kerja bagi masyarakat di sepanjang rute dari Can Tho melalui pantai Kamboja hingga Thailand," katanya bersemangat. Tujuannya adalah membangun jembatan budaya dan ekonomi yang berkelanjutan antar negara, menawarkan peluang pembangunan jangka panjang bagi penduduk setempat.

Dengan misi untuk memberikan pengalaman perjalanan yang dinamis dan mendalam, keduanya telah mendapatkan reputasi sebagai sumber terpercaya bagi para pelancong yang mencari perjalanan otentik.

Lonely Planet, yang dikenal karena fokusnya pada perspektif lokal, menyediakan informasi destinasi penting bersama dengan rekomendasi budaya, kuliner, dan hiburan. Melalui narasi yang detail dan beragam, pembaca tidak hanya mendapatkan pemahaman yang lebih dalam tentang destinasi tetapi juga alat-alat yang diperlukan untuk merencanakan perjalanan mereka dengan bijak.entik.

Sementara itu, Rough Guides menawarkan pendekatan yang lebih berbeda dengan penekanan kuat pada eksplorasi budaya, konteks sejarah, dan pengalaman pribadi para penulis di setiap destinasi. Panduan ini melampaui hal-hal mendasar untuk menginspirasi para pelancong menemukan tempat-tempat yang kurang dikenal dan merangkul petualangan baru, yang seringkali tak terduga.

Baik itu Rough Guides atau Lonely Planet, keduanya tetap menjadi sumber daya yang sangat berharga bagi para pelancong—mulai dari petualang pemula dengan semangat baru untuk penemuan hingga penjelajah berpengalaman yang mencari perspektif baru tentang dunia.

Dengan panduan ini di tangan, dunia menjadi lebih luas dan menarik dari sebelumnya dan para traveler menanti perjalanan yang bermakna dan tak terlupakan.



"kepuasan pelanggan, profesionalisme, dan pelayanan sepenuh hati tetap menjadi inti dari semua yang kami lakukan " ungkap Bob. Paket Internasionalnya kini mengajak wisatawan Vietnam untuk outbound ke Asia Tenggara, Asia Timur (termasuk Korea Selatan, Jepang, Tiongkok), serta Eropa, Australia, Amerika Serikat, dan Kanada.

Potensi Tersembunyi

Hieutour VN didirikannya dengan misi yang kuat untuk membuka potensi pariwisata tersembunyi di Delta Mekong, sebuah wilayah yang kaya akan budaya, kearifan lokal, dan warisan alam, namun telah lama kurang terwakili dalam peta pariwisata Vietnam.

Oleh karena itu dalam undangan pada pelaku industri pariwisata dari berbagai negara termasuk Indonesia bertema Vietnam Calling intinya dia ingin mempromosikan destinasi baru Delta Mekong.

Sejak awal, sebagai pendiri Bob membayangkan pengalaman perjalanan yang menghormati masyarakat lokal dan mengangkat kisah – kisah komunitas ke panggung global. Dimulai dengan tour kecil dan otentik melalui jalan setapak desa dan aliran sungai, Bob membangun identitas unik berdasarkan keramahan yang tulus dan pengalaman perjalanan yang bermakna dan berfokus pada cerita.

"Kami secara bertahap berkembang dari pariwisata budaya, ekowisata, dan berbasis komunitas ke pasar domestik di seluruh dunia, sambil memandu wisatawan Vietnam dalam perjalanan internasional di Asia, Eropa, Australia, dan Amerika,"

Tour budaya-sejarah dikurasi dengan cermat lebih dari sekadar wisata. Bagi Bob wisata domestik bagi warga Vietnam maupun inbound tourist dari mancanegara maka tour yang dikemasnya adalah pengalaman yang hidup dan mendalam yang menghidupkan sejarah dan tradisi.

Baik itu mengunjungi peninggalan kuno, kuil suci, museum terkenal, atau menjelajahi desa-desa kerajinan tradisional yang diwariskan dari generasi ke generasi, setiap destinasi menceritakan sebuah kisah, dan setiap pengalaman mengungkapkan lapisan baru identitas Vietnam.

Menyadari meningkatnya permintaan pariwisata MICE, dia juga berinvestasi secara strategis untuk menjadi mitra terpercaya bagi acara internasional, misi bisnis, dan program perjalanan korporat yang menghubungkan orang, industri, dan peluang.





Selain menjadi Destination Management Company (DMC) yang terpercaya dan berkualitas tinggi, Hieutour VN yang dipimpinnya juga berupaya menjadi pusat konektivitas perdagangan yang menghubungkan Vietnam dengan komunitas bisnis global dan membina kerja sama komersial jangka panjang.

Melalui proyek CVTEC, Hieutour VN berperan aktif dalam mempromosikan pembangunan ekonomi di sepanjang Koridor Ekonomi Selatan yang menghubungkan Vietnam, Kamboja, dan Thailand.

"Bekerja sama dengan mitra internasional, kami berupaya untuk menciptakan destinasi wisata baru dan peluang kerja bagi masyarakat di sepanjang rute dari Can Tho melalui pantai Kamboja hingga Thailand," katanya bersemangat. Tujuannya adalah membangun jembatan budaya dan ekonomi yang berkelanjutan antar negara, menawarkan peluang pembangunan jangka panjang bagi penduduk setempat.

Bob optimistis, dipandu oleh identitas, profesionalisme, dan tanggung jawab, dia bercita-cita untuk membangun jaringan kemitraan global yang berakar pada penciptaan nilai berkelanjutan.

Sementara ketika di singgung soal Corporate Social Responsibility (CSR) dia memiliki sejumlah program. Pihaknya percaya bahwa setiap anak berhak mendapatkan kesempatan untuk belajar dan berkembang, terlepas dari keadaan mereka.

"Melalui program Festival Pertengahan Musim Gugur yang penuh kasih, kami memberikan hadiah yang bermakna kepada siswa di komunitas pedesaan yang kurang beruntung," jelasnya.

Hadiah-hadiah diberikan bukan hanya sumber kegembiraan tetapi juga simbol dorongan dan harapan, memberdayakan anak-anak untuk melanjutkan pendidikan mereka dan membangun masa depan yang lebih cerah.

Komitmen untuk melanjutkan inisiatif seperti ini untuk meningkatkan kesejahteraan spiritual komunitas yang dilayaninya.

"Mencintai Festival Pertengahan Musim Gugur" adalah memberdayakan siswa di daerah pedesaan" katanya menutup obrolan.

Vietnam is Calling

**TOURISM AND TRADING PROMOTION
HCMC - MEKONG DELTA**

November 20th - 25th, 2025



Vietnam is Calling, Upaya Hieutour Promosikan Delta Mekong & kota lain

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Hieutour VN, sebuah tour operator di Vietnam mengundang industri pariwisata dari Indonesia, Singapura, Malaysia dan India untuk mengikuti Famtrip, Konferensi Pariwisata Internasional dan Perdagangan betajuk Vietnam is Calling pada 19-26 November 2025 lalu.

Nguyễn Hồng Hiếu atau biasa disapa Bob, CEO dan pendiri dari Hieutour VN, tour operator Vietnam mengatakan tujuan Program adalah mempromosikan Vietnam sebagai destinasi wisata pada pelaku pariwisata di Indonesia, Singapura, Malaysia dan India.

"Kami menampilkan produk pariwisata baru dan pengalaman otentik di seluruh Kota Ho Chi Minh dan Wilayah Delta Mekong,"

Dari kegiatan Famtrip, seminar dan B to B antara peserta dan para pelaku pariwisata dari Vietnam maka diharapkan akan terjalin koneksi & pertukaran informasi serta kemitraan bisnis untuk mendatangkan wisatawan mancanegara ke Vietnam.

"Jadi melalui program Vietnam is Calling kami ingin membangun saluran jaringan langsung antara travel agent (TA) dan travel operator (TO) internasional, perusahaan yang berminat melakukan Foreign Direct Investment (FDI), pemangku kepentingan pariwisata & perdagangan Vietnam," ungkap Bob.

Konferensi Pariwisata & Perdagangan Internasional di Ho Chi Minh City tepatnya di Garden 28 Thao Dien pada 24 November 2025 sekaligus penguatan kerja sama di bidang pariwisata dan investasi perdagangan, dan penyerahan Sertifikat apresiasi.

Hieutour VN mendatangkan sedikitnya 100 an peserta yang merupakan perusahaan perjalanan luar negeri (TA/TO) dari Asia, perwakilan dari perusahaan investasi FDI dan asosiasi pariwisata internasional dan regional.

Di Garden 28 Thao Dien, pihaknya mengundang para mitra domestik seperti jaringan hotel WINK di Vietnam, SacoTravel Thaco transportasi, Departemen Pariwisata, Departemen Perencanaan & Investasi, Departemen Kebudayaan Olahraga & Pariwisata, dan para pemimpin senior di Vietnam.

Menurut Bob, perusahaan Vietnam, Operator tour, hotel & resor, maskapai penerbangan, perusahaan transportasi, tempat wisata, restoran, dan lembaga promosi investasi, kalangan Media & Pers, Jurnalis perjalanan, majalah internasional & nasional, media ekonomi, dan KOL (Key Opinion Leaders) mendukung kegiatan ini.

Untuk standar program & partisipasi seperti akomodasi hotel dan resor bintang 3 – 4 – 5. Makanan sesuai yang ditentukan & makan malam penutupan. Eksplorasi Famtrip setiap hari berpindah-pindah kota untuk Inspeksi produk dan pengenalan destinasi.

Rute hari pertama saat kedatangan pada 19 November, peserta menginap di jaringan hotel WINK, Ho Chi Minh City sambil menunggu kedatangan para peserta dari berbagai negara.

Perjalanan selama seminggu di Vietnam ini mengharuskan peserta mengeluarkan biaya sebagai peserta US\$ 115 di luar tiket penerbangan dari negara asal masing-masing. Sementara biaya-biaya lainnya untuk transportasi, hotel dan makan ditanggung oleh peserta.



Usai makan malam bersama pada malam kedatangan, Bob (kiri depan baju hitam) pendiri dan CEO Hieutour VN berfoto bersama sebagian peserta di sebuah resto di Ho Chi Minh City (Foto: Hendro/ Rainbow Holiday)



Ketika Nomiko Sari Mayang Mewujudkan Harapan Ayah

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Nomiko saat menerima apresiasi penghargaan di Ho Chi Minh City, Vietnam dari Bob, CEO Hietour Vietnam belum lama ini.

Julukan wanita super sibuk agaknya tepat untuk Nomiko Sari Mayang, Chief Executive Officer RAC Indonesia, salah satu peserta Vietnam is Caling saat berjumpa di Ho Chi Minh City beberapa waktu lalu.

Bos yang satu ini memang super sibuk tapi sama sekali tidak menunjukkan orang yang sibuk. Tutar katanya lembut, sikapnya santai dan mudah membaur dengan peserta lainnya meski perusahaan perjalanannya melayani masyarakat papan atas dengan pelayan terpadu termasuk yang membutuhkan penerbangan private jet.

Sebagai penyedia layanan perjalanan terlengkap di pasar, Nomiko memastikan klien dapat memenuhi semua kebutuhan perjalanan mereka mulai dari dokumen (visa, asuransi) hingga logistik (transportasi, akomodasi, paket tour di satu tempat).

Ternyata Nomiko sebagai istri dan ibu bos masih bisa bersosialisasi dan ikut beragam organisasi profesi terutama di industri pariwisata. Paket wisatanya beragam di dalam dan luar negeri bahkan termasuk perjalanan ibadah seperti Umroh.

Tak tanggung-tanggung, dia juga aktif sebagai pengurus Indonesia Tour Leader Moslem Association. Lain waktu Nomiko menghadiri B to B dari Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia (ASPPI), menjadi perwakilan usaha perjalanan Turki untuk Indonesia serta sibuk konferensi soal travel ke China dan berbagai negara lainnya.

Dia juga kerap memenuhi undangan dari kedutaan besar Uzbekistan di Tasken untuk berkolaborasi menjaring wisatawan Uzbekistan ke Indonesia dan sebaliknya dari Indonesia ke Uzbekistan.

Aktivitasnya termasuk memenuhi undangan tour operator Vietnam untuk travel trade dan peluang investasi selama seminggu.

Wanita berdarah Minang ini juga menjadi pengurus DPP Ikatan Keluarga Minang (IKM) menangani hubungan internasional. "Sebagai entrepreneur saya memang aktif dalam pengembangan networking. Jadi kalau memiliki jaringan yang luas, banyak peluang dan terus belajar," ungkap Nomiko.

RAC Indonesia didirikan lebih dari 10 tahun yang lalu dan awalnya perusahaan ini fokus pada layanan sewa jet pribadi untuk segmen premium. Seiring waktu, RAC Indonesia telah berkembang dan memperluas layanannya ke berbagai sektor, termasuk tour Umrah, layanan tiket dan hotel (Viscon), asuransi perjalanan, dan proyek B2B.

"Slogan kami Satu untuk Semua dan Semua untuk Satu. Soalnya traveling jangan dibuat ribet karena itu dengan pengalaman lebih dari satu dekade, RAC Indonesia tetap berkomitmen untuk menyediakan solusi perjalanan eksklusif, andal, dan terintegrasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan." tegasnya.

Cita-citanya tak muluk-muluk yaitu menjadikan RAC Indonesia sebagai pilihan pertama dan terakhir bagi semua orang dalam menangani semua kebutuhan perjalanan mereka.

"Jadi mau perjalanan bisnis, leisure atau perjalanan ibadah kami tangani tanpa klien harus repot dengan menyediakan semuanya di satu tempat," kata Nomiko.

Sebagai seorang traveler, Nomiko mengutamakan solusi perjalanan terpadu, membangun reputasi layanan dengan keunggulan membangun reputasi yang kuat untuk keandalan, keahlian, dan layanan pelanggan di semua divisi bisnis.



Foto: Erlia Abdul Hak

Sumber Foto:
<https://www.instagram.com/racindonesia.official/>

**SELAMAT HARI
KARTINI**

21 April 2026



Hj. Nomiko Sari Mayang Iskandar S.Hum.

Pengurus DPP IKM Pengurus DPP ITMA DKI
Anggota ASPPI Sekretaris IWAPI SolSel CEO/Founder RAC Indonesia

"Saya sendiri juga hobi berwisata dan tahu pasti kebutuhan klien termasuk women traveler yang lagi ngetrend di seluruh dunia. Jadi soal kepuasan pelanggan bukan bahasa brosur tapi menjadi keandalan kami," katanya bersungguh-sungguh. Untuk tahun 2026 ini RAC Indonesia berupaya untuk mengoptimalkan semua lini bisnis terutama dengan Turkey Travelshop dan berupaya membuka City Tours di wilayah Jakarta, Jawa Barat, dan Indonesia Timur.

Arahan Ayahanda Tercinta

Nomiko Sari Mayang merupakan anak ke tiga dari alm Drs Iskandar Rosa SAP yang merupakan pensiunan dari Kantor Gubernur Sumatra Barat dengan ibu bernama Syafrida. Lahir di Padang, Sumatra Barat, usai tamat SMA sang ayah berharap anak gadisnya bisa berkomunikasi cas cis cus berbahasa Inggris. Soalnya bahasa Inggris menjadi bahasa internasional. Oleh karena itu sang ayah berharap Nomiko bisa bekerja di kedutaan asing dan luas pergaulan di mancanegara.

Kesederhanaan sang ayah yang seorang pegawai negeri sipil (PNS) meski tidak melalui jalur Departemen Luar Negeri maupun Kedutaan RI di mancanegara kelak membawa Nomiko menjalani karirnya sendiri.

"Selepas SMU almarhum papa menginginkan saya berkuliah di jurusan bahasa asing karena beliau ingin saya aktif berkomunikasi dan aktif di kedutaan-kedutaan besar agar bisa punya hubungan dengan masyarakat internasional," jelasnya lagi.

Akhirnya Nomiko kuliah di jurusan Sastra Inggris Universitas Pakuan Bogor. Namun selepas kuliah langsung bekerja di perusahaan yang bergerak di maskapai penerbangan nasional dan berlangsung sampai 7 tahun.



"Selama di sini banyak ilmu yang saya dapat tanpa bersekolah di bidang transportasi udara seperti paham tiketing, reservasi, sales dan marketing di Garuda Indonesia,"

Tergolong suka mencari tantangan baru, setelah tujuh tahun mengabdikan, Nomiko pindah ke perusahaan penerbangan private jet non regular Indonesia Air Transport. Benar saja di perusahaan ini Nomiko mendapatkan ilmu baru mulai dari membuat file dokumen untuk tender kontrak jangka panjang dengan perusahaan minyak.

"Charter helicopter maupun fixed wing untuk di lepas pantai, menangani penerbangan charter hingga inflight service seperti catering, cost crew preparation, hitung jam terbang dan terjun langsung ke airport dan kordinasi dengan bagian ground handling dan bagian operasional lainnya," katanya bersemangat mengenang masa-masa itu.

Soal operasional sampai urusan pesawat berangkat (departure) maupun mendarat (landing) membuatnya paham Standard Operation Procedure (SOP) dan disinilah Nomiko mulai kenal dengan beberapa operator private jet, kata Nomiko yang mau mempelajari hal-hal secara detil dan teknis.

Merindukan jam kerja kantoran yang tetap, tahun 2015 dia pindah ke VFS Global, perusahaan yang menjadi visa application center di Kuningan City Mall. VFS merupakan frontliner atau bagian terdepan kedutaan bagi yang ingin mengurus visa turis maupun visa bisnis.

"Nah di sini saya dapat ilmu lagi dan selalu berinteraksi dengan management internal secara global. Setelah hampir 10 tahun bekerja di satu tempat, di tahun 2024 bulan april saya memutuskan untuk resign dan menyatukan semua pengalaman kerja dan hobi travelling yang saya tuangkan dalam sebuah perusahaan jasa travel," jelasnya.

Konsep yang diusungnya adalah exclusive untuk melayani jasa visa concierge, penyewaan private jet, MICE, leasure, private tour dan umrah yang dijadikan satu di RAC Indonesia. Usahanya ini punya tiga kepanjangan nama dari Rajawali Air Charter Indonesia untuk yang private jet, kemudian Rajawali Asistence Center untuk tour dan visa dan terakhir adalah Rahadatul achyar untuk umrah.

Pepatah yang menyatakan Banyak Jalan Menuju Roma berlaku bagi Nomiko Sari. Mayang. Meski sang papa membayangkan karir anaknya bisa dimulai dengan menguasai bahasa Inggris dan kerja di kedutaan. Maka dia menapaki jalan karirnya sendiri.

Kiasan itu maknanya dalam kehidupan adalah banyak cara untuk mencapai tujuan yang sama. Tidak harus satu metode saja, tidak harus mengikuti cara orang lain. Intinya bisa juga ditafsirkan jangan pernah menyerah kalau satu cara gagal, masih ada banyak jalan lain. Siapa sangka harapan sang ayah terwujud karena tujuannya sama meski jalannya boleh berbeda.

Setelah melanglang buana ke berbagai benua, ibu tiga anak lelaki yang sudah beranjak remaja yang duduk dibangku sekolah menengah atas, sivtenga duduk di bangku SD dan terkecil usia tiga tahun, urang awak yang suka gulai kepala ikan dan penggila durian ini ingin hidup tenang.

Cita-citanya juga sederhana yaitu sukses menjadi istri, ibu dan pengusaha yang bermanfaat untuk umat. Suaminya yang juga terjun ke usaha travel agent sangat mendukungnya untuk sukses.

"Hal penting dalam hidup adalah sesuai dengan doa-doa yang dipanjatkan di Padang Arafah ketika berhaji tahun 2025 lalu, menjadi keluarga Samawa, bisa membahagiakan keluarga," kata Nomiko.

Selamat hidup di dunia dan akhirat menjadi harapan tiap Muslim dan Nomiko berharap selama sisa hidup diberikan keberkahan serta dapat bermanfaat untuk orang lain serta menjadi hajjah yang mabrurah dan di dikelilingi orang-orang baik.

Di akhir pembicaraan lewat WA dan voice note, wanita cantik yang stylist ini rupanya tengah berada di Tokyo untuk urusan bisnis. Masya Allah, alhamdulillah, jarak tidak lagi masalah karena kecanggihan teknologi telah memungkinkan baginya untuk menyelesaikan tugas di ujung dunia sekalipun. Terima kasih Ya Rabb dipertemukan hamba-hambaMu yang terbaik.

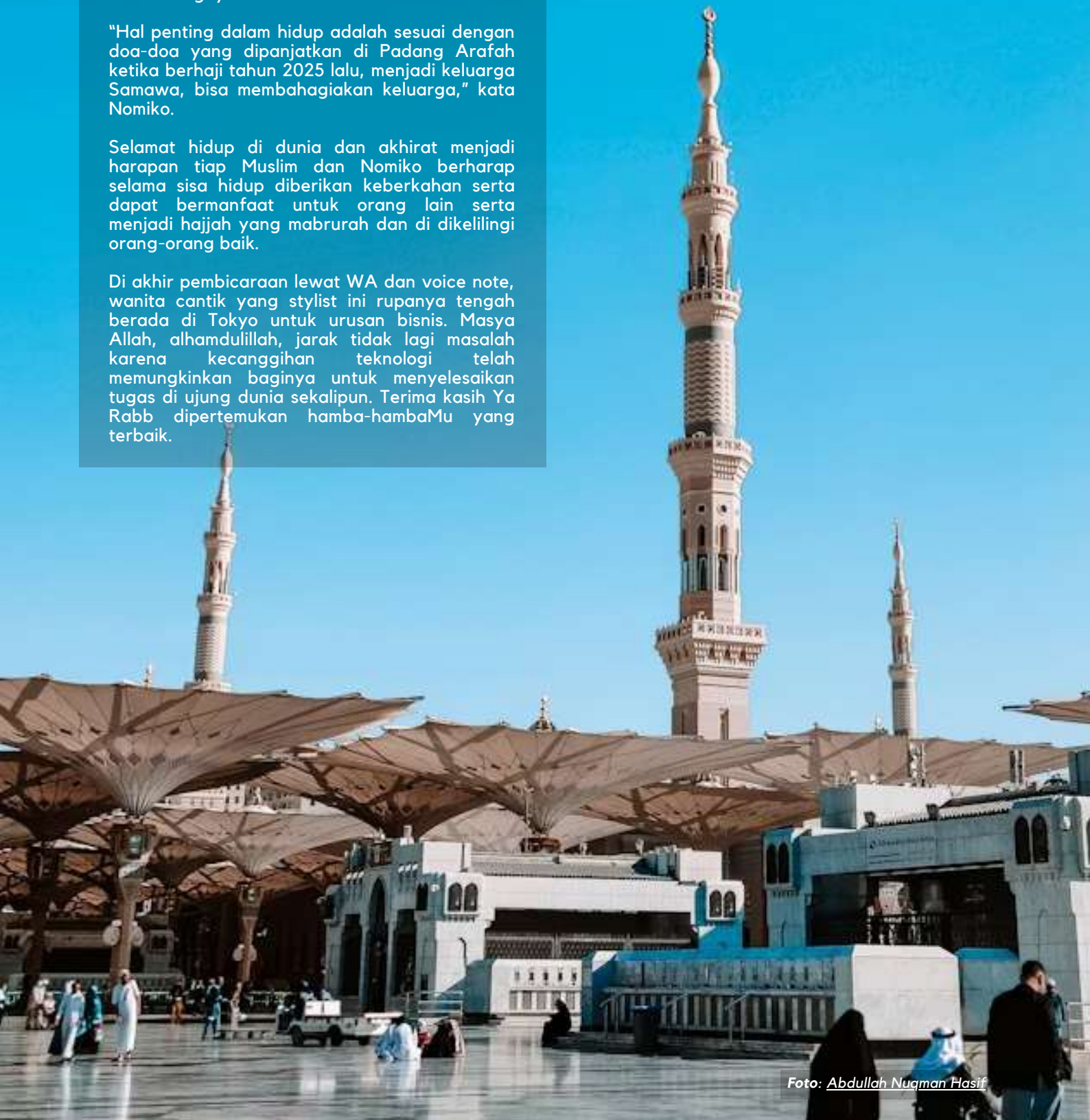


Foto: Abdullah Nuqman Hasif



Petani singkong di Desa Binh My

Binh My – Desa Wisata Vietnam di Tepi Sungai

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sehari sebelum program Vietnam is Calling, para peserta sudah tiba di Bandar Udara Internasional Tân Sơn Nhất, Ho Chi Minh City. Ini bandara terbesar di Vietnam dalam segi luas mencapai 800 hektar dan tahun 2024 menangani 40 juta penumpang. Tahun 2026 diperkirakan jadi lebih dari 50 juta orang karena memang salah satu bandara tersibuk di Asia Tenggara.

Setelah makan malam dan check in di Hotel WINK Saigon Centre dan tidur lelap besok paginya, hari pertama kami menuju Tan Cang Pier, sebuah dermaga yang dilengkapi dengan taman, restaurant dan fasilitas penunjang lainnya untuk pertemuan.

Pagi ini rombongan peserta Vietnam is Calling bersiap menuju Binh My, sebuah desa wisata di Ho Chi Minh City yang tengah di persiapkan untuk menjadi destinasi wisata kota. Setiap penumpang harus memakai pelampung lalu duduk manis sekitar satu jam menyusuri sungai. Begitu masuk ke dalam speed boat yang mulai bergerak langsung ingat tanah air beta, Indonesia.

Soalnya serasa berada di Sungai Martapura yang membelah kota Banjarmasin yang mirip-miriplah dengan Sungai Barito, Sungai kapuas di Kalbar dan kegiatan susur sungai lainnya.

Cuma bedanya di Ho Chi Minh City yang dilewati pemandangan kota dengan gedung-gedung tinggi yang indah.

Sebagian teman seperjalanan memilih meneruskan tidur, tapi perjalanan sekitar satu jam dari dermaga Tan Cang ke Binh My lebih baik dinikmati apalagi di seberang speed boat kami ada crew TV dari Vietnam yang asyik meliput perjalanan kami.

Dahulu dikenal sebagai kota Saigon dan kini namanya jadi Kota Ho Chi Minh yang hampir semua jalan mengalami kemacetan cukup parah ditambah lalu lintas motor yang semrawut.

Maka begitu menyusuri sungai rasanya lega banget karena meninggalkan kabut asap kendaraan bermotor dan hiruk pikuk kehidupan perkotaan.

Seperti di kawasan Ancol, Jakarta, di tepi Sungai Saigon ini ada kluster perumahan mewah Van Phuc City dengan dermaga khusus untuk kapal-kapal super yach (kapal pesiar kecil) seperti kawasan Marina Ancol, Jakarta Utara. Jadi Van Phuc City merupakan water front city versi Sungai Saigon.

Saat ini, dengan ekowisata dan wisata budaya berbasis komunitas, pemerintah Vietnam ingin memberdayakan desa-desa wisata seperti Binh My di mana pengunjung dapat merasakan kehidupan sungai dan berpartisipasi dalam pembangunan komunitas yang bertransformasi menjadi destinasi potensial dengan perahu di Sungai Saigon.

Serupa tapi tak sama

Akhirnya tiba di gerbang desa Binh My dengan tulisan Moon River. Saat turun dari speed boad bukalah hati untuk mendengarkan penjelasan yang menggambarkan jiwa penghuninya, dan potensi tanah ini, sebuah desa yang terletak di gerbang barat laut Kota Ho Chi Minh tetapi juga tempat yang melestarikan kedalaman sejarah dan budayanya.

Dari speed boad langsung naik jembatan Moon River itu lalu disambut atraksi pencak silat. Ya ampun jadi ingat saat kelas 3 SMPN 13 di Jakarta Selatan dan suka menonton film laga Bruce Lee.

Saya jadi anggota silat Alazhar Seni Bela Diri (ASBD) di Mesjid Agung AlAzhar di Kebayoran Baru dan di sana saya bertemu jodoh saya almarhum suami, Sulisty Nugroho Murcito, pangeran Jogja, uhuuy..

Para pesilat langsung memperagakan gerakan-gerakan bela dirinya. Sementara para tamu otomatis membentuk setengah lingkaran dan asyik mengamati.

Pakai seragam baju hitam, bermain alat bela diri, gerakan-gerakan lincah dari para remaja wanita dan pria. Untuk sesaat saya nggak mampu berbicara dan hanyut dengan kenangan masa remaja pula.

Hal yang bikin melongo adalah kemiripan wajah, warna kulit serta postur tubuh warga Vietnam ini. Alhamdulillah sejak Sekolah Dasar (SD) senang pelajaran sejarah. Langsung cari gambaran besar asal-usul nenek moyang orang ASEAN sekitar ±50.000 tahun lalu

Manusia modern pertama datang dari Afrika, lalu menyebar lewat Asia Selatan, Asia Tenggara Daratan (Myanmar, Thailand, Vietnam), hingga Nusantara. Kelompok ini sering dikaitkan dengan budaya Hoabinhian.

Jejak Hoabinhian ditemukan di Vietnam, Thailand, Malaysia, Laos, Myanmar dan di Nusantara terutama di Pulau Sumatra dan Kalimantan. Artinya nenek moyang awal orang ASEAN berbagi ruang hidup yang sama dan Hoabinhian bukan suku, tapi cara hidup.

Ciri utamanya manusia pemburu, peramu, tinggal di gua & tepi sungai, sangat dekat dengan alam, hidup kolektif & egaliter tidak mengenal hirarki kekuasaan. Fondasi mentalitas rendah hati, adaptif, dan komunal Asia Tenggara ciri khas budayanya yang paling dikenal adalah batu sederhana (pebble tools), batu sungai diasah satu sisi, praktis, tidak rumit.

Mereka makan dari hasil alam seperti umbi, buah, ikan, kerang, hewan kecil, mobilitasnya tinggi berpindah mengikuti alam, bukan menguasainya.



Keseruan di speed boat



Mengapa Hoabinhian penting untuk identitas ASEAN? Karena mereka membentuk cara berhubungan dengan alam, nilai kebersamaan, ketenangan dalam hidup sederhana, Nilai ini masih terasa dalam: Budaya kampung, gotong royong, hidup selaras dengan alam, spiritualitas sunyi (hening, bukan demonstratif).

Mencicipi kue tradisonal

Seperti biasa ritual penyambutan, pidato singkat tokoh Binh My setempat dan cara membuat kudapan yang didemonstrasikan setempat membuat saya tercengang bagaimana kue berbentuk kerucut di bungkus daun pisang yang banyak juga di berbagai daerah Indonesia sama dengan yang kami makan di sini. Bagaimana dulu para leluhur berbagi pengetahuan soal kuliner ini?

Saya jadi asyik memperhatikan semua persamaan Indonesia-Vietnam mulai dari gerakan silat, kue bugis kerucut hingga demo masak ibu-ibu membuat telur dadar isi parutan wortel, udang dan macam-macam sayuran. Di dunia barat sih namanya pancake.

Sibuk icip-icip makanan khas Vietnam dan memperhatikan produk kerajinan tangan warga desa mulai dari tembikar, beragam anyaman eceng gondok untuk aneka wadah dan tempat baju kotor (laundry) seperti di kamar-kamar hotel bintang mewah yang artistik.

Salah satu alasan utama orang mengunjungi daerah ini dari Kota Ho Chi Minh adalah untuk ekowisata dan pengalaman pedesaannya. Ini adalah tujuan akhir pekan populer bagi penduduk lokal dan pengunjung yang ingin melarikan diri dari hiruk pikuk kota untuk menikmati udara segar, pemandangan pedesaan, dan aktivitas luar ruangan.

Kehijauan yang rimbun, pemandangan tepi sungai, dan suasana pedesaan yang damai. Tempat memancing, jembatan bambu, naik perahu di sungai dan interaksi dengan alam. Di sini kita akan menemukan hidangan bergaya Selatan dan makanan khas lokal dengan bahan-bahan segar.

Mengunjungi Binh My memberi kita gambaran tentang kehidupan pedesaan di tepi sungai Vietnam — mulai dari permainan luar ruangan sederhana, rimbunnya pohonan dikebun nsngka hingga pemandangan pedesaan tradisional seperti saluran air dan kebun buah lainnya.

Komune Binh My, Kota Ho Chi Minh saat ini sedang melaksanakan program perencanaan dan pengembangan produk sayuran, bunga, dan buah-buahan. Diharapkan pada Tahun Baru Imlek 2026, komunitas ini akan memanen banyak tanaman.

Pernah ada kunjungan para seniman Urban Sketchers Vietnam rupanya. Karya-karyanya dipajang juga dan buat saya sketsa-sketsa itu bagus-bagus. Maklum saya pernah juga gabung dengan kelompok Garagas di Gelanggang Remaja Bulungan, Jakarta-Selatan dan belajar sketsa dengan para senior.

Nah yang menarik adalah pengelola desa di Binh My ini pandai melakukan pendekatan berbasis komunitas seperti Urban Sketchers karena mereka datang selain berdayakan masyarakat lokal untuk berada di pusat pengembangan pariwisata, tapi juga merekam keindahan desa lewat sketsa berwarna maupun hitam putih. Tangan-tangan mereka piawai menonjolkan kearifan lokal dan nilai-nilai budaya menjadi sketsa artistik.

Keliling desa

Kami lalu di giring ke bis-bis kecil untuk masuk ke bagian dalam desa dan berhenti di rumah seorang tokoh masyarakatnya yang sudah sepuh. Ibu ini saksi sejarah Desa Binh My dan cerita kondisi desa dan ayahnya yang di siksa dan dibunuh oleh Vietcong.

Dari sana kami melanjutkan perjalanan untuk bertemu dengan warga desa yang sudah menyiapkan cemilan berupa buah-buahan hasil kebun mereka seperti pisang emas, nangka, jeruk. Ada juga camilan seperti singkong rebus, pisang rebus dan kue-kue tradisional seperti jajan pasar berupa kue mirip kelepon, sawut dari singkong dan cendil warna warni. Hanya saja disini dibikin panjang-panjang dan tipis-tipis lalu dibaluti kelapa parut.

"Wah mirip banget kue tradisional Indonesia, tapi kalau mau jujur paket wisata ke Binh My kalau untuk turis kita kurang minat lebih tepat jaring bule-bule," celetuk seorang teman.

Saya lalu menjelaskan pengalaman saat di Kamboja mengikuti sebuah konferensi internasional di sebuah hotel bintang lima di Phomh Penh, Kamboja, beberapa tahun lalu. Malah kue tradisional itu di Kamboja dibikin ukuran kecil- kecil gaya Petite Four Perancis seperti kue cucur, talam, onde-onde, kue ketan segi lima yang disajikan dengan kesan mewah.

Rupanya warga desa di sini banyak memanen kangkung. Ibu Hong punya lahan keluarga seluas sekitar 5.000 meter persegi. Dia juga memanen dan membeli kangkung dari beberapa petani lain di daerah tersebut untuk dijual ke Ho Chi Minh City.

Dia dapat memanen 30-40 kg dari pagi hingga siang hari, terkadang 50-60 kg kangkung segar. Ditambah dengan jumlah yang dibelinya, jumlah kangkung yang diolahnya menjadi acar kangkung dapat berkisar puluhan kilogram hingga 200 kg yang dijualnya kepada pelanggan tetapnya.

"Setelah panen, kangkung bisa dipanen lagi dalam beberapa hari. Saya sudah terbiasa dan menganggapnya sebagai profesi utama saya. Setelah dikurangi biaya, saya mendapat sedikit penghasilan tambahan, dan saya memiliki pasokan yang stabil, kirimnya secara teratur setiap hari," kata Ibu Hong, menambahkan bahwa harga beli kangkung segar saat ini sekitar 20.000 VND/kg.





Beristirahat di kebun

Kami berhenti sejenak di dalam kebun buah-buahan dan disuguhi buah kelapa segar yang dipangkas satu-satu bagian ujung nya agar bisa dinikmati dengan sedotan. Petani yang melayani sampai kewalahan diserbu para tour operator yang sudah kehausan.

Saya memilih istirahat bersama warga desa lainnya yang melayani tamu-tamu dari India, Malaysia, Singapura dan terbesar sekitar 85 an orang dari Indonesia. Sebagian diajak menaiki perahu sedikit putar-putar di sungai untuk di shooting crew TV Vietnam.

Selain kangkung mereka juga lebih banyak menanam Moringa di Tahun Baru 2026 atau Tahun Kuda Api ini komunitas Binh My menanam di parit kebun yang diselingi pohon buah-buahan. Permintaan moringa terus meningkat.

Daun moringa segar dan muda untuk diolah menjadi acar moringa, yang kemudian dijual kepada pelanggan tetapnya.

Di Indonesia namanya daun kelor atau merunggai (*Moringa oleifera*), sejenis tumbuhan dari suku Moringaceae. Tumbuhan ini memiliki ketinggian batang 7–11 meter. Daun kelor berbentuk bulat telur dengan ukuran kecil-kecil bersusun majemuk dalam satu tangkai, dapat dibuat sayur atau obat.

Kunjungan terakhir masih ke workshop pembuatan tembikar, namun kreativitssnya masih dibawah produk gerabah Kasongan, Jogja. Rombongan mendapat souvenir gerabah berbentuk kucing.

Kami lalu kembali ke gerbang desa untuk makan siang dsn sholat. Di Desa ini ada kuil Binh My, menciptakan ruang unik yang secara tradisional sakral dan berakar kuat dalam budaya “tepi sungai”.

Namun kami tidak ada jadwal mengunjungi langsung ke sana dan akhirnya berpamitan. Para tokoh dan sebagian warga mengantar hingga kami semua masuk ke speed boad sambil saling melambaikan tangan good bye Binh My ..



TASTY TURKISH

Authentic Cuisine

AVAILABLE ON :



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

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



Cikwo Resto and Coffee Pilihan Lengkap Makanan Khas Lampung

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pagi itu ketika tengah menyaksikan atraksi silat sebagai sambutan bagi famtrip asal Indonesia, Singapura, Malaysia di Desa Wisata Binh My yang masuk wilayah Ho Chi Minh City (HCMC) Vietnam, seorang wanita berada diantara peserta yang saya kira adalah tuan rumah warga desa tersebut.

Ternyata namanya Isna Subari asal Lampung, salah satu peserta Famtrip Vietnam is calling juga dan teman seperjalanan yang datang bersama putranya, Fairuz Axioma.

Maklum kunjungan ke desa wisata itu menjadi agenda hari pertama di Vietnam sehingga baru pagi inilah kami peserta Vietnam is Calling berkumpul setelah semalam datang bergelombang ada yang mengambil penerbangan langsung dari Jakarta maupun via Singapura ke Ho Chi Minh City.

Setelah saya berkenalan dan melepas gelak tawa karena semula saya menyangka dia wanita Vietnam. Barulah Isna Subari menjelaskan dia adalah pemilik dari Restoran Cikwo Resto and Coffee di Bandar Lampung. Tinggi tubuh dan wajah orang Vietnam memang mirip dengan orang Indonesia dan Isna Subari mirip dengan para penyambut yang warga lokal.

Dia langsung akrab bahkan dari handphone sudah siap materi promosinya tentang Cikwo Resto and Coffee yang merupakan salah satu tempat kuliner di Lampung menyuguhkan masakan khas Lampung.

Tak hanya makanan, sebagai tempat kuliner di Lampung, Cikwo Resto and Coffee yang berlokasi di Pekon Gunung Sugih, Kecamatan Balik Bukit, juga menyediakan minuman kopi robusta khas Lampung Barat dengan kualitas premium.

Isna mengatakan, pihaknya ingin perkenalkan makanan khas Lampung serta kopi robusta Lampung ke masyarakat luas. Bahkan saat pertama kali buka cabang di Liwa Lampung Barat, belum ada tempat-tempat makan yang menyediakan makanan khas Lampung khususnya Lampung Barat.

"Biasanya makanan-makanan ini tersedia hanya pas acara tertentu saja seperti acara adat seperti perkawinan dan sebagainya, Saat itu orang kalau datang ke Liwa cuma beli kopi robusta saja, namun belum ada tempat untuk menikmati makanan khas Lampung dan kopi robusta tersebut," ungkapnya sambil mengirim file PDF ke HP saya.

Masya Allah banyak sekali kontennya begitu dibuka file yang dikirimnya tertulislah keterangan nama menu Pahakh atau Pahar asalnya dari nama wadah yang mirip dengan piring atau nampan terbuat dari bahan kuningan, perunggu, tembaga, besi. Pahar memiliki kaki atau tapakan berbentuk bundar silinder.

Pahakh yang dijunjung oleh para bebai (ibu-ibu) masyarakat Lampung biasanya berisi makanan berupa nasi, sayuran, lauk tradisional, aneka ragam kue-kue dan yang biasanya dibawa dan disajikan untuk acara adat.

Misalnya seperti; acara Nayuh (pesta perkawinan), Nge-jalang Kubokh (ziarah kubur), Ngantak Pelambakh (berdoa di masjid), dan acara adat lainnya. Pahar diletakkan di tengah-tengah ruangan acara, tetapi isi pahakh tersebut tidak diturunkan, sehingga tokoh adat dan masyarakat dapat menikmati sajian tetap di tempat.

Paket Pahar terdiri dari 2 menu utama dan menu pelengkap yaitu nasi panas, pandap, halipu sambol, gulai kambing/khetak belulang, lalapan, tempoyak, sambal, kerupuk upak. Harga perhidangan dari paket Pahar ini mulai dari Rp 60.000 hingga Rp 85.000 jadi jelaslah memang Isna menyajikan paket premium.

Paket menu andalan lainnya adalah Seruit merupakan kata yang berasal dari kata "nyeruit" yang bermakna melakukan kegiatan bersama-sama. Masyarakat Lampung biasa berkumpul dalam acara adat, keagamaan, maupun acara pesta pernikahan.

Hidangan yang dimakan pada kegiatan seperti itulah yang disebut Seruit dan telah masuk sebagai Warisan Budaya Tak Benda sejak tahun 2015. Seruit biasa dihidangkan dengan ikan bakar (bisa juga dengan olahan ikan lainnya), dicampur dengan sambal terasi, tempoyak, terong bakar/terong rebus, yang kemudian diaduk menjadi satu kesatuan dan disantap dengan nasi panas dan berbagai lalapan.

Sedikitnya ada 23 menu Seruit ini dengan masing-masing seharga Rp 56.000 hingga Rp 69.000 per porsi. Menyua ada:



- Seruit Nila Bakar, Seruit Pindang Patin
- Seruit Pindang Baung, Seruit Pepes Patin
- Seruit Taboh Iwa Tapa, Seruit Pekhos Pati Nila Bakar
- Seruit Pekhos Pati Nila Goreng
- Seruit Pepes Ayam
- Seruit Pepes Nila
- Seruit Layang Bakar, dan lainnya.

Menu Lampung lainnya banyak lagi juga ada menu Nusantara, camilan untuk teman minum kopi serta minuman ke kekinian dengan harga murah meriah dan mengenyangkan di bawah harga Rp 20.000 sehingga terjangkau untuk kalangan mahasiswa sekalipun.

Soal nama resto dan coffee Isna memang membuka tempat agar orang-orang bisa makan makanan khas Lampung dan minum kopi robusta.

Dia juga menata sedemikian rupa ruangan-ruangannya agar pengunjung menjadi betah karena menampilkan budaya Lampung hingga bisa membeli oleh-oleh beragam suvenir.

Fasilitas yang berada di Cikwo Resto ini pun terbilang sangat lengkap, terdapat free wifi, toilet, mushalla, gubuk lesehan. Selain itu ada area bermain anak, ada juga wisata untuk pengunjung yang mau melihat kebun kopi, dan wastafel di tiap sudut.

Pengunjung juga diperbolehkan untuk duduk dan menggelar karpet di bawah pohon kopi yang beralaskan rumput sintetis.

Isna mengaku orangtuanya berasal dari Krui, Kab Pesisir Barat yang sejak tahun 1960 an sudah dikenal turis asing sebagai destinasi wisata surfing. Ada juga beberapa foto yang menggambarkan ciri khas daerah asalnya, ada alat musik gamelan serta pojok baca yang isi bukunya rata-rata tentang adat istiadat dan sejarah Lampung.

Sebelum lahirnya Kabupaten Pesisir Barat tahun 2012, Kabupaten Pesisir Barat masih termasuk wilayah pemerintahan Kabupaten Lampung Barat yang ibukota kabupatennya di Liwa.

Cikwo Resto and Coffee pertama kali berdiri di Bandar Lampung pada tahun 2015, dan saat ini Cikwo Resto and Coffee sudah memiliki 2 cabang lainnya yakni di Liwa Lampung Barat dan satu lagi di Foodcourt yang berada di Fisip Universitas Lampung.

Maksud Isna memberikan nama resto dan coffee ini dengan nama Cikwo dikarenakan Cikwo merupakan nama panggilannya di keluarga.



Sebagai anak perempuan maka Cikwo merupakan panggilan kakak perempuan dalam adat Lampung Sai Batin. Isna merupakan anak perempuan paling tua, dan adik-adik serta sepupunya memanggil Isna dengan panggilan Cikwo.

Pemberian nama Cikwo untuk usahakuliner ini juga dimaksudkan agar orang-orang lebih gampang mengingat dan nama itu memang sudah melekat di dirinya, tambahanya.

Isna mengatakan bahwa untuk menu makanan yang paling banyak dibeli ialah gulai taboh iwa tapa, dan sop iwa tuhu. "Untuk makanan yang best seller itu ada di makanan khas Lampung yaitu gulai taboh iwa tapa dan sop iwa tuhu," kata Isna.

Sementara untuk minuman, Cikwo Resto dan Coffee juga menyediakan beberapa menu yang menarik seperti es kopi susu cikwo, kahud yahud, mango dance.

Selain itu ada juga menu minuman kopi-kopian, teh, jus, es coklat dan menu lainnya yang tentunya tidak kalah menarik.

"Untuk best sellernya itu biasanya orang sering pesan yang es kopi susu cikwo dan kahud yahud, tambah Isna.

Orang rela datang hanya untuk mencoba makanan otentik. Kuliner menggambarkan: sejarah suatu bangsa, karakter masyarakat, cara hidup dan nilai-nilai budaya melalui makanan. Tak heran berkunjung ke Resto Cikwo wisatawan bisa mengenal budaya tanpa harus membaca buku tebal.

Kuliner juga cepat diambil gambar, mudah di share ke sosial media, memiliki daya tarik visual yang bisa menimbulkan rasa penasaran. Makanan unik jadi alasan orang datang bahkan dari luar daerah maupun luar negeri.

Isna Subari telah membuktikannya dan memicu saya ikut melakukan perjalanan wisata ini untuk melakukan food destination trip atau food hunting trip. Sukses ya Bunda Isna!





Stand Vietnam di Expo Halal 2025 (Foto: VNA)

Vietnam Menunjukkan Potensi dalam Rantai Pasokan Halal Global

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Vietnam menunjukkan potensi dalam rantai pasokan Halal Global. Acara-acara diselenggarakan di bawah dukungan Presiden Turki, bekerja sama dengan Standards and Metrology Institute for Islamic Countries (SMIIC) dan Islamic Centre for Development of Trade (ICDT).

Berlangsung dari 26-29 November bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan beragam aspek ekonomi Halal, mendukung pengembangan industri, dan membina kerja sama internasional.

Dilansir dari <https://english.vov.vn/>, di antara organisasi lain di bawah Organisation of Islamic Cooperation (OIC). Kegiatan tersebut mengumpulkan pakar internasional, pejabat pemerintah, akademisi, dan peneliti hukum Islam dari 18 negara, menampilkan 59 pembicara dan sekitar 9.000 delegasi.

Melalui 10 sesi diskusi, para peserta berfokus pada sektor-sektor kunci ekonomi Halal, termasuk keuangan, pariwisata, makanan, farmasi, kosmetik, dan tekstil.

Halal Expo 2025 yang menyertainya menampilkan lebih dari 500 peserta pameran dari sekitar 40 negara di berbagai bidang seperti makanan Halal, kosmetik, keuangan, dan pariwisata. Pameran ini menarik kunjungan antara 40.000 hingga 50.000 pengunjung dari lebih dari 110 negara dan memfasilitasi lebih dari 5.000 pertemuan business-to-business.

Bisnis Vietnam memberikan kesan yang kuat di Halal Expo 2025 dengan dua booth yang memamerkan beragam produk, termasuk produk pertanian, makanan, kosmetik, tanaman obat, dan layanan pariwisata. Partisipasi aktif dari usaha kecil dan menengah (UKM) Vietnam tidak hanya mempromosikan citra produk Vietnam tetapi juga membantu menegaskan potensi Vietnam di pasar Halal global.

Selama Konferensi tingkat tinggi, delegasi Vietnam mengadakan pertemuan dengan Ihsan Övüt, Sekretaris Jenderal SMIIC, dan Zafer Soylu, Ketua Dewan Direksi Halal Accreditation Agency (HAK) Turki.

Diskusi berfokus pada proses pengembangan standar Halal dan layanan akreditasi terpadu di Turki, serta keunggulan Vietnam di bidang ini, dan prospek kerja sama antara Vietnam dan Turki.

Delegasi provinsi Lam Dong mengunjungi provinsi Konya — pusat pertanian dan industri terkemuka di Turki — untuk mencari peluang kerja sama bisnis.

Tentang Expo Halal

KTT Halal Dunia dan Expo Halal, yang diselenggarakan setiap tahun di bawah naungan Tinggi Presiden Republik Turki, diselenggarakan oleh Discover Events bekerja sama dengan Institut Standar dan Metrologi untuk Negara-negara Islam (SMIIC), sebuah lembaga afiliasi Organisasi Kerja Sama Islam (OKI), dan organisasi OKI terkait lainnya, dengan dukungan Badan Akreditasi Halal.

Halal Expo adalah pameran dagang internasional yang mempertemukan perusahaan, investor, dan profesional yang bergerak di berbagai sektor seperti makanan halal, kosmetik, keuangan, tekstil, pariwisata, dan kesehatan.

Acara bergengsi ini, yang diselenggarakan setiap tahun di Istanbul, berfungsi sebagai platform yang menghubungkan jutaan konsumen dan bisnis yang merangkul gaya hidup halal di bawah satu atap.

HỘI THẢO

CHIẾN LƯỢC HALAL: KẾT NỐI THỰC PHẨM VIỆT VÀO THỊ TRƯỜNG GCC VÀ ĐÔNG NAM Á

Thành phố Hồ Chí Minh, ngày 03 tháng 4 năm 2026



VĂN PHÒNG CHUNG NHÃN
HALAL VIỆT NAM (VHC VNO)

دولة دبي
DUBAI CHAMBER

دولة دبي
DUBAI CHAMBER
TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH



Seminar tentang menghubungkan makanan Vietnam dengan pasar Halal di Dewan Kerja Sama Teluk (GCC) dan kawasan Asia Tenggara diadakan pada tanggal 3 April di Kota Ho Chi Minh. (Foto VNA/VNS)

Vietnam Targetkan Pasar Halal untuk Meningkatkan Ekspor Pangan

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pasar Halal global, yang melayani konsumen Muslim, mengalami pertumbuhan yang kuat di beberapa sektor, mulai dari makanan dan farmasi hingga jasa keuangan dan logistik,

Hal ini menciptakan peluang ekspor yang signifikan bagi Vietnam. Namun, untuk mengubah potensi ini menjadi nilai nyata, bisnis Vietnam perlu secara proaktif memenuhi standar dan mengadopsi strategi pasar yang tepat. Namun, untuk mengubah potensi ini menjadi nilai nyata, bisnis perlu proaktif memenuhi standar dan mengadopsi strategi pasar yang tepat.

Ini adalah pesan utama yang disoroti oleh para ahli dalam seminar tentang menghubungkan produk makanan Vietnam dengan pasar Halal di Dewan Kerja Sama Teluk (GCC) dan Asia Tenggara, yang diadakan pada tanggal 3 April di Kota Ho Chi Minh oleh Pusat Promosi Investasi dan Perdagangan Kota Ho Chi Minh (ITPC) bekerja sama dengan Asosiasi Makanan dan Bahan Pangan Kota Ho Chi Minh (FFA).

Menurut Wakil Direktur ITPC, Hồ Thị Quyên, populasi Muslim global telah melampaui 1,9 miliar, yang mencakup sekitar 25 persen dari populasi dunia, dengan sekitar 63 persen secara teratur mengonsumsi makanan Halal. Kawasan GCC dan Asia Tenggara muncul sebagai pasar utama dengan permintaan yang kuat untuk produk makanan bersertifikasi Halal.

Konsumsi Halal juga meluas di luar konsumen Muslim, didorong oleh persyaratan ketat tentang keamanan pangan, ketertelusuran, dan standar etika.

Terlepas dari peluang ini, bisnis Vietnam masih kurang terwakili di pasar Halal. Quyên mencatat bahwa hanya sekitar 0,2 persen perusahaan Vietnam yang memiliki produk bersertifikasi Halal. Hingga saat ini, kurang dari 1.000 bisnis telah memperoleh sertifikasi, dengan hanya sekitar 50 pendatang baru setiap tahunnya.

Hal ini mencerminkan tantangan yang berkelanjutan, termasuk akses terbatas terhadap informasi, standar, dan sistem sertifikasi, serta tidak adanya strategi masuk pasar yang terstruktur. Selain itu, produk Halal di Vietnam sebagian besar terkonsentrasi pada barang mentah atau setengah jadi, dengan nilai tambah yang relatif rendah.

Trương Xuân Trung, kepala Kantor Perdagangan Vietnam di UEA, memperkirakan bahwa ekonomi Halal saat ini bernilai sekitar US\$5 triliun dan dapat mencapai US\$10 triliun pada tahun 2028, sebagian besar didorong oleh permintaan di Timur Tengah, khususnya negara-negara GCC.

Kawasan ini mengimpor hingga 85–90 persen kebutuhan pangannya, menawarkan peluang besar bagi negara-negara pengekspor seperti Vietnam. Di luar pangan, ekosistem Halal berkembang pesat ke bidang farmasi, kosmetik, fesyen, pengemasan, dan layanan keuangan Islam, serta logistik khusus.

Segmen yang sedang berkembang seperti fesyen Halal dan kemasan ramah lingkungan diperkirakan akan mencapai nilai ratusan miliar dolar dalam beberapa tahun mendatang.

Yang perlu diperhatikan, Perjanjian Kemitraan Ekonomi Komprehensif UEA–Vietnam (CEPA), yang mulai berlaku pada 3 Februari 2026, menetapkan peta jalan untuk menghilangkan tarif pada 99 persen barang Vietnam.

Kesepakatan ini diharapkan memberikan keuntungan harga yang signifikan bagi ekspor Vietnam dibandingkan dengan pesaing yang tidak memiliki perjanjian perdagangan bebas dengan UEA. Bisnis juga dapat memanfaatkan posisi strategis UEA di sepanjang jalur perdagangan Asia–Eropa–Afrika, serta infrastruktur pelabuhan dan bandara modernnya, untuk membangun jaringan logistik dan berekspansi ke pasar negara tetangga.

Di Asia Tenggara, Nguyễn Thị Ngọc Hằng, direktur pemasaran Badan Sertifikasi Halal Vietnam, mengatakan bahwa dengan lebih dari 40 persen penduduknya beragama Islam, kawasan ini tidak hanya menawarkan potensi ekspor yang kuat tetapi juga berfungsi sebagai pintu gerbang strategis ke dalam rantai pasokan Halal global.

Biaya transportasi yang lebih rendah, bersama dengan kedekatan geografis dan kesamaan preferensi konsumen, memudahkan bisnis Vietnam untuk memasuki pasar dan berekspansi lebih jauh, tambahanya.

Selama seminar, Ketua FFA Lý Kim Chi menekankan bahwa industri makanan Vietnam berada pada posisi yang baik untuk memperluas ekspor, khususnya ke pasar berpotensi tinggi seperti GCC dan Asia Tenggara. Pasar Halal, khususnya, termasuk di antara segmen yang tumbuh paling cepat, ditandai dengan skalanya yang besar dan persyaratan yang semakin ketat pada standar, kualitas, dan transparansi rantai pasokan.

Untuk berintegrasi lebih dalam ke dalam rantai nilai Halal global, bisnis Vietnam membutuhkan persiapan yang komprehensif, mulai dari meningkatkan kesadaran akan standar Halal dan berinvestasi dalam proses produksi hingga membangun merek dan memperkuat daya saing berkelanjutan.





Foto: jet dela cruz

Pada saat yang sama, dukungan dari lembaga promosi perdagangan, organisasi internasional, dan badan sertifikasi akan sangat penting dalam mengurangi risiko dan memaksimalkan peluang.

Trung juga mencatat bahwa persyaratan produk Halal sekarang meluas melampaui kepatuhan agama dan semakin selaras dengan standar keamanan pangan, pertanian organik, dan kerangka kerja keberlanjutan seperti ESG (lingkungan, sosial, dan tata kelola). Pasar menyaksikan pertumbuhan yang kuat dalam tren "Halal hijau", yang mengutamakan produk berbasis tumbuhan, kemasan yang dapat terurai secara hayati, dan tujuan pengurangan karbon.

Ia menambahkan bahwa peningkatan kapasitas kepatuhan harus dimulai dengan memilih badan sertifikasi Halal yang bereputasi dan berinvestasi dalam lini produksi khusus yang memenuhi persyaratan pasar yang ketat.

Lokalisasi sama pentingnya. Kemasan harus menampilkan label dwibahasa (Inggris dan Arab), citra yang sesuai dengan budaya, dan rasa yang disesuaikan dengan selera lokal, dengan pengurangan penggunaan gula buatan.

Perusahaan juga harus mendiversifikasi strategi masuk pasar dengan menggabungkan saluran ritel tradisional, seperti Lulu Hypermarket dan Carrefour Gulf, dengan platform e-commerce termasuk Noon.com dan Amazon.ae.

Tà Xuân Hiên, wakil ketua Dewan Bisnis Vietnam di UEA, menunjukkan bahwa salah satu keterbatasan terbesar ekspor Vietnam adalah ketergantungan yang besar pada perantara dan ekspor negara ketiga. Hal ini tidak hanya mengurangi margin keuntungan tetapi juga membatasi peluang untuk membangun pengakuan merek secara langsung.

Untuk menembus pasar secara lebih efektif, produk harus menargetkan importir, distributor, dan rantai ritel seperti supermarket dan toko serba ada di UEA, Arab Saudi, dan Qatar, serta saluran HORECA (hotel, restoran, dan layanan katering), di mana permintaan kuat dan stabil.

"Pasar Timur Tengah secara konsisten mempertahankan permintaan yang tinggi tetapi sangat menekankan pada pemasok yang andal. Perusahaan harus menghindari pendekatan yang terburu-buru atau harapan akan keuntungan langsung. Masuk pasar membutuhkan kesabaran untuk membangun kepercayaan jangka panjang dengan mitra lokal," kata Hiên.

"Sangat penting juga untuk secara proaktif mengelola risiko yang timbul dari pemahaman yang terbatas tentang struktur harga dan biaya logistik spesifik wilayah." — VNS



Vietnam Memimpin Lonjakan Pariwisata Asia yang Menakjubkan

OLEH EVAN MAULANA

Vietnam bersatu dengan Jepang, India, Tiongkok, dan Malaysia untuk memimpin lonjakan pariwisata Asia yang menakjubkan, mencetak rekor baru untuk kedatangan internasional. Dilansir dari www.travelandtourworld.com, lonjakan yang belum pernah terjadi sebelumnya ini membentuk kembali lanskap perjalanan global, dengan negara-negara ini mendorong masuknya pengunjung secara besar-besaran dari seluruh dunia.

Seiring dengan pulih dan berkembangnya sektor pariwisata, masing-masing negara ini telah menerapkan langkah-langkah strategis untuk menarik lebih banyak pelancong, baik melalui akses visa yang lebih mudah, atraksi budaya, maupun pengalaman mewah.

Vietnam, khususnya, telah menyaksikan pertumbuhan yang luar biasa, bergabung dengan jajaran rekan-rekan Asianya seperti Jepang, India, Tiongkok, dan Malaysia, yang semuanya mengalami kenaikan angka yang melonjak pada tahun 2025.

Tahun ini berjanji untuk menjadi tahun yang krusial dalam dunia pariwisata, dengan Asia mengambil alih kepemimpinan dan negara – negara ini membentuk masa depan perjalanan global. Jangan lewatkan mengapa tahun 2025 benar-benar merupakan tahun ledakan perjalanan Asia!

Vietnam: Memimpin Jalan dengan Rekor Kedatangan yang Memecahkan Rekor di Tahun 2025.

Vietnam mengalami kenaikan eksplosif dalam pariwisata internasional.

Negara ini berada di jalur yang tepat untuk mencapai 21 juta pengunjung asing yang luar biasa pada akhir tahun 2025. Ini menandai titik tertinggi baru, melampaui rekor sebelum pandemi sebesar 18 juta yang ditetapkan pada tahun 2019.

Pemerintah Vietnam telah bekerja tanpa lelah untuk meningkatkan infrastruktur pariwisatanya, menjadikannya lebih mudah diakses dan menarik bagi para pelancong. Pantai-pantai yang indah, kota-kota yang semarak seperti Hanoi dan Ho Chi Minh City, serta lanskap Teluk Ha Long yang tenang hanyalah beberapa alasan mengapa orang-orang berbondong-bondong ke permata Asia ini.

Menurut Kementerian Kebudayaan, Olahraga, dan Pariwisata, pertumbuhan ini adalah hasil dari kebijakan visa yang ditingkatkan dan kampanye pariwisata yang menonjolkan beragam penawaran negara tersebut. Lonjakan rekor ini tidak menunjukkan tanda-tanda melambat, menjadikan Vietnam sebagai salah satu destinasi utama di tahun 2025.

Jepang: Negeri Matahari Terbit Memecahkan Rekor Lagi.

Jepang mengalami lonjakan pariwisata yang tiada duanya pada tahun 2025. Dengan lebih dari 39 juta pengunjung hingga November, negara ini telah melampaui rekor sebelumnya sebesar 36,87 juta pada tahun 2024.

Lonjakan ini dapat dikaitkan dengan kombinasi menawan Jepang antara budaya tradisional dan atraksi modern. Dari lampu neon di Tokyo hingga kuil-kuil kuno di Kyoto,

Jepang menawarkan sesuatu bagi setiap jenis pelancong. Organisasi Pariwisata Nasional Jepang telah bekerja sama erat dengan otoritas pemerintah untuk mempromosikan negara tersebut secara global, menawarkan akses mudah bagi para pelancong melalui relaksasi visa dan layanan perjalanan yang disederhanakan.

Hasilnya, Jepang terus memimpin dalam pemulihan pariwisata Asia, menunjukkan bahwa daya tariknya lebih kuat dari sebelumnya.

India: Tahun Pertumbuhan yang Belum Pernah Terjadi Sebelumnya dalam Kedatangan Turis.

Industri pariwisata India sedang berkembang pesat di tahun 2025, dengan perkiraan 19 hingga 20 juta kedatangan asing yang diharapkan pada akhir tahun. Daya tarik negara yang semakin meningkat sebagai destinasi budaya dan spiritual menarik pengunjung dari seluruh dunia. Baik itu Taj Mahal yang megah, pusat spiritual Varanasi, atau jalanan Mumbai yang sibuk.

India menawarkan beragam pengalaman yang terus menarik minat turis. Insentif pemerintah seperti e-visa bagi warga negara dari beberapa negara telah mempermudah perjalanan, memungkinkan India mencapai ketinggian baru dalam pariwisata global.

Kementerian Pariwisata India juga telah bermitra dengan agen lokal untuk mempromosikan negara tersebut sebagai destinasi yang wajib dikunjungi pada tahun 2025, mendorong angka kunjungan India ke tingkat yang belum pernah terlihat sebelumnya.

Tiongkok: Pemulihan Cepat dalam Pariwisata Internasional.

Setelah pandemi, sektor pariwisata Tiongkok telah melakukan pemulihan yang luar biasa. Pada tahun 2025, negara ini diperkirakan akan melihat kedatangan turis internasional secara masif, melampaui angka sebelum pandemi.

Menurut data dari UNWTO dan pemerintah Tiongkok yang dengan cepat menjadi salah satu negara yang paling banyak dikunjungi di dunia lagi.

Dengan para pelancong global yang tertarik pada atraksi ikoniknya seperti Tembok Besar, Kota Terlarang, dan kota-kota modern seperti Shanghai, pariwisata Tiongkok diperkirakan akan melonjak lebih tinggi lagi.

Kebijakan bebas visa negara tersebut dan protokol perjalanan internasional yang ditingkatkan telah membuatnya lebih ramah, membantunya memimpin dalam pemulihan pariwisata di kawasan tersebut.

Malaysia: Kekuatan Asia Tenggara dengan Rekor Pertumbuhan.

Malaysia adalah salah satu negara yang paling diuntungkan dari kebangkitan pariwisata Asia. Dengan jutaan turis yang berkunjung setiap tahunnya, angka pariwisata Malaysia diperkirakan akan terus tumbuh pada tahun 2025.



Foto: Mahesh MV



Foto: Steve Le



Foto: Tan Kaninthanond

Perpaduan unik negara ini antara kota-kota modern, sejarah kolonial, dan keindahan alam menjadikannya destinasi yang tak tertahankan.

Kuala Lumpur, Langkawi, dan Penang hanyalah beberapa destinasi yang paling dicari oleh turis. Menurut data pariwisata resmi, badan pariwisata Malaysia telah bekerja keras untuk mempromosikan pengalaman perjalanan multi-aspek, termasuk pariwisata mewah, ekowisata, dan liburan pantai. Upaya-upaya ini telah menghasilkan Malaysia menjadi titik fokus utama di Asia Tenggara.

Thailand: Destinasi Utama bagi Turis di Asia Tenggara.

Thailand terus menjadi destinasi perjalanan favorit pada tahun 2025. 5 Negara ini menarik jutaan pengunjung dengan pantainya yang indah, budaya yang kaya, dan kota-kota yang sibuk.

Bangkok, Pattaya, dan Phuket tetap menjadi destinasi perjalanan utama, seiring semakin banyak pelancong yang menjelajahi semua yang ditawarkan Thailand. Inisiatif pariwisata pemerintah Thailand, termasuk pembebasan visa untuk negara-negara tertentu dan promosi festival budaya, telah meningkatkan jumlah pengunjung secara signifikan.

Kemampuan Thailand untuk menggabungkan atraksi modern dengan tradisi kuno terus menjadikannya salah satu negara yang paling banyak dikunjungi di Asia, mencetak rekor baru untuk tahun 2025.



Foto: Dave Weatherall

Korea Selatan: Pertumbuhan Dua Digit dalam Pengunjung Internasional

Korea Selatan telah mencapai prestasi pariwisata yang luar biasa pada tahun 2025, dengan pertumbuhan jumlah pengunjung internasional sebesar 16% dari tahun ke tahun.

Hingga Agustus, lebih dari 12,38 juta orang telah mengunjungi negara tersebut, jauh melampaui total tahun lalu. Pertumbuhan ini disebabkan oleh fokus Korea Selatan pada ekspor budaya, termasuk K-pop, film, dan kuliner, yang telah menarik perhatian global.

Selain itu, Organisasi Pariwisata Korea telah meningkatkan upayanya untuk membuat negara tersebut lebih mudah diakses dengan memperluas program e-visa dan mempromosikan budaya Korea di seluruh dunia.

Pengunjung semakin bersemangat untuk menjelajahi jalanan Seoul yang sibuk, kuil-kuil Gyeongju yang tenang, dan penawaran ekowisata negara yang terus berkembang. Angka pariwisata Korea Selatan tahun 2025 kemungkinan akan memecahkan lebih banyak rekor sebelum tahun berakhir.

Singapura: Pesaing Utama untuk Negara Asia yang Paling Banyak Dikunjungi.

Singapura melihat kenaikan luar biasa dalam angka pariwisata, dengan prediksi kedatangan untuk tahun 2025 berkisar antara 17 hingga 18 juta pengunjung. Hal ini menjadikannya salah satu destinasi paling menarik di Asia. Negara-kota ini terkenal dengan jalannya yang bersih, cakrawala yang ikonik, dan belanja mewah.

Pengunjung juga berbondong-bondong ke atraksi kelas dunianya seperti Gardens by the Bay dan Marina Bay Sands, menjadikannya perhentian utama bagi para pelancong internasional.

Badan Pariwisata Singapura telah berperan penting dalam lonjakan pariwisatanya, meningkatkan strategi pemasaran dan upaya fasilitasi visa. Pekerjaan pemerintah telah menjadikan Singapura destinasi utama di tahun 2025 dan seterusnya.

Sri Lanka: Pulau Surga dengan Lonjakan Wisatawan.

Sri Lanka melihat peningkatan yang stabil dalam kedatangan internasional, dengan semakin banyak orang menemukan pantainya yang menakjubkan, kuil-kuil kuno, dan kota-kota yang semarak.

Sektor pariwisata negara pulau ini akan terus tumbuh pada tahun 2025, seiring pengunjung mencari pelarian yang tenang dari hiruk pikuk kehidupan sehari-hari.

Menurut Otoritas Pengembangan Pariwisata Sri Lanka, negara ini memposisikan diri sebagai destinasi utama untuk pariwisata kesehatan (wellness tourism), menarik turis yang mencari relaksasi, budaya, dan petualangan.

Lanskap Sri Lanka yang beragam, dari hutan rimbu hingga pantai keemasan, menjadikannya lokasi utama untuk ekowisata dan pariwisata petualangan. Angka pariwisata negara ini diperkirakan akan melonjak dalam tahun-tahun mendatang.

Uzbekistan: Permata Tersembunyi di Asia Tengah. Negeri ini telah muncul sebagai salah satu destinasi wisata dengan pertumbuhan tercepat pada tahun 2025.

Angka pariwisata negara ini telah meroket lebih dari 70% dibandingkan dengan tahun 2019, dengan lebih dari 10 juta pengunjung internasional yang diproyeksikan pada akhir tahun 2025.

Uzbekistan kini diakui karena sejarahnya yang kaya, termasuk kota-kota Jalur Sutra kuno seperti Samarkand, Bukhara, dan Khiva.

Menurut UNWTO, sektor pariwisata Uzbekistan berkembang pesat seiring semakin banyak turis berbondong-bondong ke harta karun bersejarah ini. Dengan fokus pada warisan budaya dan ekowisata, Uzbekistan menjadi destinasi yang wajib dikunjungi di Asia Tengah.

Masa depan Pariwisata di Asia: Cerah dan Penuh Kemungkinan.

Kebangkitan pariwisata di Asia lebih dari sekadar tren dan ini adalah pergeseran besar yang sedang berlangsung dalam perjalanan global.

Seiring negara-negara ini terus membuka pintu bagi pengunjung internasional, mereka menuai hasil dari kerja keras dan perencanaan strategis mereka.

Dengan pemain utama seperti Vietnam, Jepang, India, dan Thailand yang mendorong lonjakan pariwisata, kawasan ini akan mempertahankan statusnya sebagai destinasi utama dunia bagi pelancong internasional.

Seiring negara-negara ini terus berinovasi dan meningkatkan penawaran pariwisata mereka, tidak ada keraguan bahwa tahun 2025 akan dicatat sebagai tahun ketika pariwisata Asia memecahkan semua rekor.



Foto: Dylan Shaw

JEFFREY WIBISONO V.

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

n-JAWA-ni

KEARIFAN LOKAL JAWA GO GLOBAL



PEMESANAN HUBUNGI : +62811398917



Foto: Etienne Girardet

Can Tho, Pintu Masuk Mengeksplor Delta Mekong

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Seolah tanpa henti, perjalanan explore Vietnam terus berjalan dan sore hari kami memulai perjalanan dari Kota Ho Chi Minh ke Kota Can Tho, sekitar 3 jam dan setibanya di sana makan malam di restoran lokal untuk menikmati hidangan khas Mekong lalu check-in hotel di Wink Can Tho Hotel untuk menginap.

Sejak di Jakarta, saya memang paham kami akan menuju destinasi dan obyek-obyek wisata di kawasan Delta Mekong. Bob, si pengundang yang menjadi pendiri tour operator Hieutour VN, memang ingin memperkenalkan Delta Mekong pada rekan-rekan bisnisnya di Asean termasuk Indonesia.

Di perjalanan kalau mempelajari daftar isi tempat-tempat yang dituju bukan tempat populer seperti Ha Long Bay yang paling terkenal di dunia, Sapa yang paling eksotis alamnya atau Ho Chi Minh City yang paling lengkap (gateway).

Kini tujuan rombongan adalah Delta Mekong yang belum terbayang kecuali dua kata yang menggelitik di brosur promosinya disebut — sebut authentic & soulful. Oke sementara saya membayangkan melihat kehidupan yang benar-benar nyata bukan sekedar atraksi dan pengalaman itu sekaligus menyentuh hati.

Memasuki Can Tho seperti kota-kota provinsi yang mewakili kota paling hidup dari kawasan Delta Mekong. Menurut guide pusat kehidupan Delta Mekong memang di sini hampir semua aktivitas khas Mekong seperti perdagangan sungai, pertanian, hingga budaya lokal—terkonsentrasi atau mudah diakses dari kota ini.

Jadi, kalau wisatawan ingin “merasakan Mekong yang sesungguhnya”, Can Tho adalah pintu masuk paling praktis dan banyak hotel-hotel internasional juga. Mungkin seperti kota Surabaya yang jelas kota modern.

Dari berbagai sumber, ternyata wilayah Delta Mekong adalah salah satu kawasan geografis paling penting di Asia Tenggara baik secara alam, budaya, maupun ekonomi. Wilayahnya mulai dari bagian Selatan Vietnam, tepatnya di ujung hilir Sungai Mekong.

Secara sederhana, sungai Mekong mengalir dari Tibet (China), melewati beberapa negara seperti Laos, Thailand, dan Kamboja dan saat memasuki Vietnam, aliran sungai ini pecah menjadi banyak cabang dan menyebar luas membentuk dataran rendah yang sangat subur.

Akhirnya bermuara ke Laut Cina Selatan. Wila-yah delta mencakup sekitar 13 provinsi, dengan kota utama seperti: Can Tho, My Tho, Ben Tre, Vinh Long dan Soc Trang. Jadi kalau dibayang-kan, ini seperti "ujung akhir perjalanan pan-jang Sungai Mekong" sebelum bertemu laut.

Diisebut "Delta Mekong" berasal dari bentuk geografisnya. Dalam ilmu geografi, delta adalah: daerah di muara sungai besar, tempat aliran sungai terpecah menjadi banyak cabang dan membentuk pola menyerupai segitiga atau kipas sehingga Delta Mekong itu kawasan muara Sungai Mekong yang bercabang-cabang luas.

Mengapa Bob melihat tanah kelahirannya sangat istimewa dan kurang dipromosikan sehingga membuat famtrip untuk tour operator Indonesia, Singapura, Malaysia dan India. Apalagi karena proses alam yang luar biasa.

Selama ribuan tahun, Sungai Mekong membawa endapan lumpur subur (sedimen yang membentuk tanah yang sangat kaya nutrisi. Hasilnya: kawasan ini menjadi lumbung padi terbesar di Vietnam.

Selain itu banyak kanal alami & buatan. Kehidupan masyarakat sangat bergantung pada air dengan transportasi utama yaitu perahu. Makanya muncul budaya khas seperti pasar terapung dan desa sungai, tempat pertemuan perjalanan panjang air dengan laut dan jadi simbol kehidupan yang terus mengalir serta menjadi ruang di mana manusia hidup selaras dengan alam.

Bis berhenti di Hotel Wink Can Tho. Perut yang kenyang karena sudah makan malam dulu sebelum tiba di hotel membuat mata sudah hampir mengatup. Apalagi sebelum turun dari bis diingatkan besok jam 5 subuh sudah di pasar terapung atau disebut Cai Rang Floating Market. Ini salah satu pasar terapung terbesar dan paling aktif di Vietnam.

Layak dipromosikan bukan sekedar atraksi wisata, tapi aktivitas ekonomi nyata. Buat saya dan rombongan rekan-rekan tour operator dari Banjarmasin Cai Rang suatu ajang studi banding dengan pasar terapung sungai Martapura, Barito atau di Lok Baintan di ibukota Kalimantan Selatan itu. Yuk lihat dan langsung ke sana...



Pemandangan kota Can Tho, Delta Mekong





Menikmati Aktivitas Wisata Sungai Cai Rang dan Budaya Lokal

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Sumber foto: <https://www.klook.com/id/activity/30003-cai-rang-floating-market-mekong-delta-tour-ho-chi-minh/>

Sekilas, Can Tho tampak seperti kota yang ramai dengan arus perdagangan yang terus mengalir di Sungai Hau. Namun, turis yang datang dengan menginap di kamar di tepi sungai akan mendapatkan pengalaman kehidupan sungai yang lebih terasa. Pagi itu, guide sudah mengingatkan harus cepat ke dermaga jangan makan pagi dulu. Oleh karena itu masih dengan muka 'bantal' alias masih mengantuk, saya sudah bergabung dalam bis karena makan pagi setelah mengunjungi pasar terapung Cai Rang.

Saat semua sudah duduk di boat baru ingat handphone masih di dalam bis, jadilah si andung (nenek) ini berlari mengambil dulu. Kurang tidur dan berangkat dengan gaya sat-set serba cepat begitu setelah menyusuri air sungai malah mata langsung terbelalak dan mulut komat-kamit mengucapkan Asmaul Husna, 99 nama-nama Allah SWT.

Masya Allah berada ribuan kilometer dari Banjarmasin tapi saya merasakan atmosfer yang sama dengan pasar terapung Kuin, Martapura. Wajah-wajah yang serupa tapi tak sama, budaya jual-beli yang sama dan beragamnya mata dagangan yang ada. Tumpukan buah-buahan yang matang di dalam sampan, ikan sungai segar, melihat orang lokal dan turis berlayar dengan sampan di kanal-kanal membuat saya terkesima. Masya Allah, bagaimana wajah-wajah para pedagang itu bisa begitu familiar karena banyak kemiripan.

Kalau dibandingkan saat kedatangan semalam, sepiintas melihat kota besar Can Tho itu hanyalah setengah dari cerita kehidupan pagi ini di sungai. Setengah lainnya ke mana?

Mengalami pengalaman melihat matahari terbit diudara yang berkabut di atas air sambil mencicipi kuliner lokal dari atas jukung seperti di Banjarmasin padahal tengah berada di Delta Mekong.

Berlangsung sejak subuh, aktivitas di pasar terapung ini sangat autentik dan visualnya kuat dimana perahu berseliweran, buah tropis menggunung dalam perahu, melihat interaksi warga lokal maupun dengan para turis yang datang bergelombang. Rombongan saya saja ada 6 bis. Terpesona rasanya melihat suasana di obyek wisata unggulan Can Tho ini.

Bisa dibilang "living culture", bukan atraksi atau pertunjukan buatan tapi denyut kehidupan nyata. Apalagi dari hotel akses mudah tapi tetap disuguhi pemandangan yang alami.

Di tepi sungai banyak rumah-rumah kayu warga, rindangnya pepohonan. Kebayang nggak sih ketika malam tiba maka denyut kehidupan malam di atas sungai pastinya tidak kalah seru dimana warga lokal melepas lelah dengan santai berayun di tempat tidur gantung, dan malam yang hangat diiringi oleh paduan suara serangga. Kombinasi sungai, desa, dan budaya dari Can Tho, membuat turis bisa menjelajah: Kanal-kanal kecil dengan perahu tradisional.

Mengunjungi kebun buah tropis, desa lokal yang masih alami. Pengalaman ini memberi paket lengkap: Nature + culture + human connection, membuat wisatawan diajak untuk menikmati pengalaman "slow tourism" setelah di Ho Chi Minh City dua hari sebelumnya harus melewati kemacetan lalu lintas darat yang luar biasa.



Sumber foto: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303942-d455150-Reviews-Cai_Rang_Floating_Market-Can_Tho_Mekong_Delta.html

Di era pariwisata modern, banyak wisatawan mencari ketenangan, keaslian, koneksi spiritual dengan alam. Maka Can Tho dengan pasar terapung dan sungainya menawarkan itu semua dengan ritme hidupnya pelan, selaras dengan sungai.

Nah, kalau dibandingkan dengan pasar terapung di Banjarmasin perbedaannya cukup menarik—bukan hanya soal lokasi, tapi juga “jiwa” pasarnya. Kalau di Cai Rang skala & karakter aktivitasnya skala besar, ada ratusan perahu dan lebih ke perdagangan grosir (buah, sayur dalam jumlah besar).

Aktivitas ekonomi utama masyarakat Banjar- masin skala lebih kecil dan intim karena lebih ke eceran dan tradisional. Banyak unsur budaya & interaksi sosial. Sederhananya begini, Cai Rang cenderung ke pasar sungai skala ekonomi besar sedangkan Banjarmasin pasar sungai berbasis budaya lokal.

Dalam hal jenis perahu & penampilan visualnya maka Cai Rang perahunya lebih besar. Ada tiang tinggi untuk menggantung contoh dagangan supaya terlihat dari jauh sehingga lebih fungsional.

Sementara kalau di Banjarmasin perahunya jukung jadi lebih kecil. Pedagang yang biasanya ibu-ibu atau dipanggil acil memakai caping jadi secara visualnya lebih ikonik dan fotogenik dan kental dengan romantisme. Soal perdagangan di atas air, Cai Rang pelakunya lebih sibuk, ritme cepat dan mereka adalah pedagang profesional yang interaksi cepat dan fokus pada transaksi untuk segera dapat uang (cuan).

Sedangkan sungai di Delta Mekong ini kuat di keunikan global & skala besar dan cocok untuk wisatawan internasional mewakili kehidupan sungai Asia Tenggara.

Tapi kalau di Banjarmasin banyak interaksi ibu-ibu penjual dengan turis yang lebih manusiawi, hangat dan ngobrol santai. Mereka dagang dari subuh hingga sekitar jam 8 pagi dan ibu-ibu pedagang ini punya nuansa spiritual setelah waktu ibadah pagi (sholat subuh).

Tak heran pasar terapung kita kuat di keaslian budaya & kearifan lokal karena menjual kehangatan & kedalaman budaya terutama kuliner karena bisa mencicipi makanan khas Banjar sambil berkeliling di atas perahu kayu.

Kalau mau jujur dari sisi “pengalaman” sebenarnya pasar terapung di Banjarmasin seperti di sungai Martapura, Sungai Kuin/Barito maupun Lok Baintan lebih menyentuh hati dari Delta Mekong karena interaksi yang baik.

Sayangnya para pemimpin daerah Kalsel ini belum mau serius mendatangkan wisatawan Asean dan mancanegara. Padahal peluang meningkatkan ekonomi masyarakatnya besar. Di Medsos, mau pesan paket perahu di Cai Rang harganya di atas Rp 2,5 juta.

Mau lihat kebun buah ramai-ramai dengan turis umum perborang sudah Rp 650 ribu per orang. Nah kalau pimpinan dan industri wisata Kalsel mau konsentrasi jualan pasar terapung kan warganya sejahtera.

Kota Banjarmasin sebagai wilayah Kota yang dijuluki ‘Seribu Sungai’ entah mengapa belum punya keseriusan menggarap pasar terapung yang dimiliki.

Padahal sudah banyak study di lakukan ke negara-negara Asean seperti Thailand, Vietnam yang memiliki produk serupa tapi tak sama ini. Bahkan di saat pasca Covid-19 muncul produk Halal Tourism di seluruh dunia bahkan dari negeri- negeri Non Muslim, Pemimpin daerah Kalsel baru sekedar lisan belum menunjukkan aksi nyata menjadikan Pasa terapung Kalsel jadi tujuan wisata halal.

Padahal julukan kota 'Seribu Sungai' itu memiliki pesan sebagai sikap kegotong – royongan, dan kebersamaan untuk mencapai tujuan bersama. Maka seharusnya untuk pasar tertentu tinggal dikemas dengan narasi yang tepat mempromosikan sunrise, doa, interaksi tulus, sarapan pagi bersama di atas sungai.

Tinggal meneruskan dan kreatif ternyata sulit bagi pimpinan dan warga lokal karena pasar terapung ini sudah ada sejak zaman Kesultanan Banjar di abad 17. Di bawah langit biru cerah Delta Mekong, Can Tho, saya bersyukur bertambah ilmu dan melihat langsung masyarakat Vietnam yang lebih memilih Atheis dan agama Kepercayaan mampu menjaring wisatawan mancanegara hingga 21,2 juta orang.

Vietnam menutup tahun 2025 dengan pencapaian bersejarah berupa 21,2 juta kedatangan wisatawan internasional, menandai peningkatan luar biasa sebesar 20,4% dari tahun sebelumnya. Ini merupakan jumlah pengunjung asing tertinggi yang pernah diterima negara tersebut, menurut Kantor Statistik Umum. 20 Jan 2026. Nah bagaimana? Berani menerima tantangan?

Foto: @marlonnys



Sumber foto: https://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g303942-d455150-Reviews-Cai_Rang_Floating_Market-Can_Tho_Mekong_Delta.html

JanPraba:0816728940

Rombongan
JAMAAH HAJI KHUSUS
PT. ALHIJAZ INDOWISATA
TAHUN 1446H / 2025M

DAPATKAN...!!
**SOUVENIR
MENARIK**

AIW
Alhijaz Tour & Travel
Izin Umrah No. U.490 Tahun 2020 - Izin Haji No. 304 Tahun 2022



HAJI KHUSUS

WUJUDKAN
Keinginan Anda Pergi
ke Baitullah

“ SETELAH MENDAPATKAN NO PORSI SELAMA 2 TAHUN ”
BISA MENGAJUKAN PERCEPATAN

Paket UHUD - Hotel ★4

QUARD	TRIPLE	DOUBLE
USD 12.500	USD 13.000	USD 14.000

Akomodasi Hotel :
Mekkah : PRESTIGE EX ELAF AL MASHAER *4 | Madinah : AL RITZ AL MADINA/setaraf *4
Apartement Transit (sekamar Ber-4)
Akomodasi Pesawat :
Garuda Indonesia | SAUDIA

Paket RAHMAH - Hotel ★5

QUARD	TRIPLE	DOUBLE
USD 15.700	USD 16.400	USD 17.400

Akomodasi Hotel :
Mekkah : SOFWAH ROYAL ORCHID/Setaraf *5 | Madinah : ANWAR ALMADINAH MOVENPICK/Setaraf *5
Apartement Transit (Sekamar Ber-4)
Akomodasi Pesawat :
Garuda Indonesia | SAUDIA

DP Hanya \$4500 bisa di CICIL
Porsi Kemenag RESMI
ESTIMASI 9 TAHUN

❁
Janji Allah
Subhanahu Wa Ta'ala
kepada Hambanya :
Allah akan menggantikan
semua biaya yang dikeluarkan
untuk Umroh & Haji
(HR. Imam Baihaqi)
❁

**DI COVER
dengan
ASURANSI
Perjalanan**

**Estimasi
Waktu
Pelaksanaan
25 Hari**

Pembiayaan PORSI HAJI
bekerjasama dengan :

AMITRA
syariah financing

**Bank
Muamalat**

*Harga Bisa Berubah Sesuai Kebijakan Dari Kemenag Ditahun Keberangkatan



Foto: <https://vietnam.travel/places-to-go/southern-vietnam/con-dao>

Pulau Con Dao, Hidden Gem Vietnam Sekaligus Makam para Martir

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Perjalanan di hari ke tiga program Vietnam is Calling setiap peserta harus pasang alarm pukul 3.00 pagi untuk berkumpul di lobby hotel dan berangkat ke pelabuhan Tran De Port, sekitar 2,5 jam perjalanan dari Can Tho.

Tujuannya adalah naik kapal cepat ke Con Dao untuk mengunjungi ke Makam Hang Duong dan memberikan penghormatan kepada para pahlawan yang pernah dipenjarakan oleh para penjajah Perancis dan Amerika.

Selama perjalan tak terelakkan terjadi mabuk masal diantara peserta sehingga ketika tiba langsung merasa lega karena kapal ferry yang ditumpangi padat penumpang dan padat kursi. Jangan membayangkan kapal ferry besar yang melayani rute pelabuhan Merak – Lampung. Kapal ke Con Dao jauh lebih kecil.

Peserta menginap di SaiGon Con Dao Resort dan setelah makan siang ada kunjungan ke Penjara Con Dao. Sebagian peserta yang mau melongok fasilitas hotel resort lainnya diantar untuk inspeksi fasilitas yang ada. Acara pertama setelah tiba opsinya adalah inspeksi Six Senses resort hotel, Tan Son Nhat Con Dao Resort dan hotel lainnya bagi yang berminat.

Seperti pulau Bali yang menjadi destinasi wisata dengan hotel-hotel internasional namun saya membayangkan Con Dao justru lebih mirip Pulau Nusa Kambangan karena pulau ini banyak memiliki penjara.

Rupanya mengunjungi pemakaman untuk memberi penghormatan kepada para martir yang heroik menjadi tradisi bagi warga Vietnam dari semua kalangan terutama pada hari TET atau Imlek.

Penjara Con Dao sebuah epos semangat bangsa Vietnam. Terletak di tengah lautan. Penjara ini bukan hanya sekadar sebuah situs peninggalan sejarah saja, tetapi cagar sejarah. Setiap batu bata dan setiap batang besi disini seakan menyerap keringat, darah, dan air mata para pahlawan yang telah gugur demi kemerdekaan bangsa Vietnam.

Penjara ini dibangun pada tahun 1862, dan menjadi kompleks penahanan para pejuang revolusi, terdiri dari sejumlah blok tahanan seperti Blok Phu Hai, Blok Phu Son, Blok Phu Tho, Blok Phu Tuong, dan lain-lain. Di antara semuanya, area yang dikenal sebagai "kandang harimau", tempat dengan tingkat kekejaman yang paling tinggi tempat tahanan politik ditahan dan disiksa.

Para tahanan dipaksa telanjang, ditaburi kapur, disiram air dingin, dibiarkan kelaparan, dan dipukuli tanpa ampun. Namun justru dalam kondisi yang paling kejam itulah, semangat revolusi tetap menyala dan menyebar di antara para pejuang. Tempat ini menjadi tempat menempa semangat juang yang gagah berani, dan memupuk cita-cita revolusioner.

Le Anh Tuyet, pemandu di situs Penjara Con Dao yang dengan penuh emosi berbagi kisah kepada para pengunjung:

"Di sini kami harus menjelaskan mengapa tempat ini disebut kandang harimau, karena sel-sal tahanan ini tidak berbeda dengan kandang untuk hewan buas. Bentuk penyiksaan terhadap para tahanan di sini adalah agar para tahanan merasakan batas tipis antara hidup dan mati," kata Le Anh Tuyet.

Para penjaga akan berusaha menghidupkan kembali, lalu memaksa mereka untuk memilih: jika ingin hidup, mereka harus meninggalkan cita-cita mereka. Namun jika tetap mempertahankan cita-cita revolusi, maka mereka harus siap untuk mati di dalam kandang. Pada masa itu memang ada tahanan yang rela mati demi cita-cita revolusi.

Pemerintah kolonial Prancis memilih Con Dao sebagai lokasi pembangunan penjara karena letaknya yang jauh dari daratan dan para tahanan tidak memiliki cara untuk melarikan diri.

Saat mengunjungi area kandang harimau, tidak ada seorang pun yang tertawa atau bercanda. Semua terdiam dan merasakan langsung penderitaan penghuni penjara. Seorang turis lokal tak mampu menahan kesedihan dan memahami betapa mahalanya kemerdekaan dan kebebasan warga Vietnam.

"Perlakuan kejam membuat generasi muda saat ini merasa sangat berterimakasih kepada para pahlawan dan martir yang telah berkorban di tempat ini," kata Phan Thi Vinh, seorang wisatawan dari Provinsi Nghe seperti dikutip dari VOVWORLD.

VuTham, seorang veteran perang menyampaikan: "Saya sangat semangat atas keteguhan dan keberanian para pejuang di Penjara Con Dao. Pada masa yang penuh penderitaan seperti itu, mereka tetap mampu mempertahankan pendirian politiknya, menjaga keteguhan hati, dan bertekad untuk merbut kemerdekaan".



Penjara Con Dao

(Sumber foto: https://en.wikipedia.org/wiki/C%C3%B4n_Dao_Prison)

Penjara Con Dao tidak hanya meninggalkan jejak kekejaman kolonialis dan imperialis di masa lalu tetapi juga menunjukkan semangat pantang menyerah dari para anggota Partai Komunis. Setiap batang besi adalah saksi mata. Setiap dinding yang terkikis menyimpan sebuah kisah. Sejarah dapat dibaca di atas kertas, tetapi jika ingin benar-benar “merasakan” sejarah, kita harus berdiri di sini, di tempat yang dijuluki sebagai neraka dunia, kata Pemandu wisata Le Anh Tuyet.

“Di area kandang harimau terdapat sekitar 500 tahanan. Para tahanan ini ditaburi kapur, disiram air, diborgol, disiksa dan dipukuli, mulai dari orang tua, pelajar, mahasiswa, biksu, perempuan dan banyak -banyaknya lagi”.

Setiap tahun, ribuan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara mengunjungi penjara Con Dao. Bagi banyak orang muda, kunjungan ke Penjara yang sulit menimbulkan perasaan campur aduk.

Anh Vu, seorang wisatawan dari Kota Hanoi, berbicara dengan terbata “Ketika datang ke sini barulah saya benar-benar merasakan betapa besar pengorbanan nenek moyang kita. Dalam kondisi yang keras, penuh semangat juang mereka tetap tinggi, semangat revolusi tetap menyala, dan mereka tidak pernah menyerah. Saya sungguh mengagumi itu”.



Sumber foto: <https://vietnam.travel/places-to-go/southern-vietnam/con-dao>



Kini, Penjara Con Dao merupakan peninggalan sejarah nasional istimewa. Namun, keistime-waan itu bukan terletak pada arsitekturnya, tetapi pada nilai kenangannya. Setiap batu bata, setiap batang besi terkandung darah dan keringat para tahanan komunis yang teguh dan setia. Setelah meninggalkan tempat setiap pengunjung merenungkan bagaimana menjalani kehidupan yang pantas dengan pengorbanan demi kemerdekaan dan kebebasan dari generasi- generasi pendahulu.

Karena destinasi berupa pulau kecil dan hutan- hutan di kelilingi lautan, besoknya pagi-pagi saya memilih naik pesawat kecil kembali ke Ho Chi Minh City untuk mengikuyi travel trade bersama industri pariwisata Vietnam.

Saat pesawat berisi 60 orang tinggal landas mata saya terus melihat kebawah lewat kaca jendela pesawat, berupaya melihat kotak-kotak atap penjara dan perjuangan para martir. Saya baru saja belajar tentang keteguhan hati dan rasa terima kasih pada para pahlawan yang membuat Vietnam terbebas dari penjajahan.

Kemarin setelah mengunjungi dua penjara, saya sempat menikmati warung-warung tepi pantai menyeruput kelapa muda. Goodbye Con Dao, doaku untuk para martir yang bersedia mati daripada menyerah pada penjajah.



Silvi Yunaz Satukan Tekad Majukan Bisnis dan Pemberdayaan Umat

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Pelayanan secara personal yang ditawarkan Silvi Yunaz, pendiri Naradi Tour & Travel membuat aktivitasnya tak pernah berhenti. Ibarat pribahasa Kecil-kecil Cabe Rawit, maka Silvi menjalani usahanya dengan nikmat dan terbukti meski usahanya tergolong kecil tapi berprestasi.

Maksudnya paket-paket wisatanya unik karena melayani opentrip, family trip, company trip, jasa sewa mobil bukan hanya di daerah asalnya di Sumbar tapi bisa di berbagai negara. Jadi para turis Indonesia yang merancang sendiri perjalanan wisatanya bisa dijemput di negara-negara tujuannya tinggal hubungi Naradi.

Prestasi lainnya punya networking yang luas dan selektif memilih mitra kerja sehingga industri pariwisata yang bermitra dengannya paham betul bagi Silvi para customer ibarat keluarga sendiri sehingga hubungan emosionalnya adalah selalu berupaya memberikan pelayanan prima, semua urusan lancar, perjalanan berkesan dan ada repeat order lagi.

Tidak mudah mengelola usaha yang sekaligus membangun kepercayaan layaknya keluarga, namun Silvi memiliki kemampuan untuk itu sehingga di tampilan media sosialnya maka foto-foto yang terlihat selalu menunjukkan keakraban bahkan seperti bagian dari keluarga klien yang dilayaninya layaknya bagian dari keluarga besarnya sendiri.

Tak heran karena selain mengurus perjalanan wisata sendiri dan langsung turun memandu grup tour ke berbagai daerah di tanah air maupun di mancanegara, Silvi punya paket tergolong unik misalnya paket wisata medis, pelayaran mengarungi sungai-sungai di Eropa bersama kapal khusus Avalon Waterways, liburan dengan kereta api melintasi berbagai negara di Eropa atau tour dengan kapal pesiar di Eropa.

Kembali ke era keemasan kemewahan di atas kereta api, peserta paket diajak berpetualanglah dengan kereta api dan menikmati petualangan perjalanan kereta api yang dipadukan dengan kemewahan modern dan pemandangan panorama yang indah.

"Liburan kereta api Globus dan Cosmos akan membawa peserta melewati lanskap legendaris Amerika Utara, Eropa, Australia, dan India," ujarnya.

Paket Aseannya dari Singapura, Malaysia, Bangkok, Vietnam hingga Kamboja. Sedangkan paket domestik mulai dari piknik ke kota Bandung hingga tour Bromo-Bali, Belitung, Jogja, Padang – Bukittinggi hingga Labuan Bajo dan tempat-tempai dengan hidden gem.

Umumnya memang peserta dari satu keluarga kecil atau keluarga besar, komunitas emak-emak, sekelompok profesional muda dari kantor-kantor berbeda maupun cukup dari satu divisi yang memilih paket-paket yang mengikat kebersamaan dan team work.

Kantornya berlokasi di kawasan Kayu Putih, Kec. Pulo Gadung, Jakarta Timur dan line bisnisnya mulai dari menyediakan nasi box, sewa mobil sampai mobil Van dan bis, paket wisata di dalam dan luar negeri, Open Trip ke berbagai negara, Airline Tickets, Tourist Attraction, voucher Hotel, Airport Shuttle, Passport & Visa Services sampai export biji kopi hijau (Green Coffee Bean), export Vanili dan export arang (Charcoal).

"Pokoknya segala ada, mau ke desa saya di Kabupaten Agam, Sumatra Barat juga bisa, menikmati hidup di guest house melebur bersama masyarakat setempat," tantangnya.

Sosok Silvi ini adalah sebagai kordinator peserta program Vietnam is Calling, program Famtrip sekaligus travel trade bersama mitranya dari Vietnam yang berlangsung akhir tahun lalu dengan peserta dari Indonesia, Singapura, Malaysia dan India.

Kali ini dia bermitra dengan Nguyen Hong Hieu atau dikenal dengan nama Bob sang CEO dan juga Founder dari Hieutur VN Investment Co.Ltd untuk menjaring investor dari Indonesia (Foreign Direct Investment).

"Kelebihan FDI di Vietnam kan pengurusan izin usahanya satu pintu, investasi minimal US\$ 50.000," ungkap Silvi. Kalau sehari-hari berada di Jakarta dia juga aktif di berbagai organisasi industri pariwisata dan rajin ikut seminar-seminar terutama digital marketing untuk menambah pengetahuannya termasuk membantu dalam berbagai kegiatan charity.

Ringan langkah dan riang hatinya dalam membantu rekan-rekan seprofesinya inilah yang membuatnya juga memudahkan segala urusannya oleh sang khalik. " Cita-citaku sekarang mau memiliki guest house sendiri dan mengajak anak muda dikampungku meleak digital dan sadar wisata," katanya.

Intinya sih Silvi ingin melengkapi kiprahnya di dunia pariwisata dengan melakukan pemberdayaan umat dan menggerakkan sadar wisata di berbagai kalangan dengan program edukasi hospitality yang memadai, ujaranya dan mengakhiri obrolan diiringi senyum manisnya. Good Luck girl...





Sumber Foto:
<https://www.gcs.gov.mo/news/detail/en/N25CVkmVS6>

Pengalaman yang menonjol adalah malam pacuan kuda yang mendebarkan di Hong Kong Jockey Club, tempat para peserta dapat membenamkan diri dalam budaya pacuan kuda ikonik Hong Kong sambil menikmati pemandangan malam yang menakjubkan dari kota yang semarak ini.

Pengalaman MICE Pertama di Asia

Connect Marketplace Hong Kong dengan bangga didukung oleh lembaga dan asosiasi industri terkemuka, termasuk Hong Kong Tourism Board, AsiaWorld-Expo, dan Corporate Travel Community.

Selain itu, organisasi seperti Korea MICE Association, SACEOS, Meetings & Events Australia, bersama dengan lebih dari sepuluh organisasi lainnya, menyadari potensi signifikan dari acara ini dalam membentuk masa depan industri MICE di seluruh Asia.

Dengan dukungan luas dari anggota industri, antusiasme untuk acara yang inovatif ini semakin meningkat, yang menjanjikan untuk mendorong pertumbuhan, inovasi, dan kolaborasi yang signifikan bagi industri MICE Asia.

Pameran ini terbuka untuk profesional perdagangan dan media saja dan pengunjung harus berusia 18 tahun ke atas. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi

Tentang Informa Markets

Informa Markets menciptakan platform bagi industri dan pasar spesialis untuk berdagang, berinovasi, dan berkembang. Portofolio kami terdiri dari lebih dari 550 acara dan merek B2B internasional antara lain di pasar termasuk Kesehatan & Farmasi, Infrastruktur, Konstruksi & Real Estat, Mode & Pakaian, Perhotelan, Makanan & Minuman, dan Kesehatan & Nutrisi.

Kami menyediakan pelanggan dan mitra di seluruh dunia dengan peluang untuk terlibat, merasakan, dan berbisnis melalui pameran tatap muka, konten digital spesialis, dan solusi data yang dapat ditindaklanjuti.

Sebagai penyelenggara pameran terkemuka di dunia, kami menghidupkan beragam pasar spesialis, membuka peluang, dan membantu mereka berkembang 365 hari dalam setahun.(PRNewswire)-

Jies

THE LABEL

Welcome to where fashion meets humor! We offer a delightful collection of funny shirts designed to add a dash of wit and playfulness to your wardrobe.

Previously known as Jiessport, we're now expanding to offer you unforgettable attire that will make you stand out in the crowd.

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



Instagram : [@jiesthelabel](#) | Tokopedia : **JIES the label**

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

