

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

MAJALAH BERITA
& DESTINASI
PARIWISATA

edisi 27

Juni 2022

tidak untuk diperjualbelikan



**Hotel tertinggi di dunia
dibuka di Dubai pada tahun
2024**



Mereren Village BACK TO NATURE LIVING

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



ADVERTISEMENT



SPACE AVAILABLE

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

FOREWORD



Di seluruh dunia, pembatasan perjalanan mulai berkurang. Destinasi wisata populer yang telah dihapus pembatasan perjalanannya mulai melihat lonjakan minat karena konsumen mencoba mengimbangi perjalanan yang dibatasi selama dua tahun.

Dunia mulai membaik, peluang untuk bertemu kembali dengan keluarga dan teman-teman yang tidak terlihat selama berbulan-bulan dapat dilakukan. Dunia kembali menjadi mutiara bagi mereka yang mampu memanfaatkannya.

Ada banyak resor dan hotel di luar sana yang sangat membutuhkan kebiasaan itu. Di edisi EXPLORE! by bisniswisata.co.id kali ini kami mengumpulkan artikel menyoroti bagaimana kesiapan dunia perhotelan menghadapi era New Normal.

Untuk sepenuhnya meningkatkan proses pemulihan hotel, ada beberapa tips pemasaran yang dapat diterapkan oleh fasilitas akomodasi. Jika mereka memperhitungkannya, mereka akan dengan mudah menarik tamu yang mulai bepergian lagi.

Seperti terjadi di Italia, perjalanan internasional kembali hadir di negri itu. April 2022 mencatat peningkatan 65% dalam lalu lintas situs web internasional pemesanan hotel dibandingkan dengan akhir tahun 2021. Pengunjung situs web internasional telah mencapai setengah atau lebih dari lalu lintas situs web hotel Italia sepanjang tahun ini, dengan April menduduki daftar teratas di 56,3%.

Bicarq soal Investasi hotel Asia Pasifik juga bangkit kembali pada tahun 2021, tumbuh 46% tahun-ke-tahun (y-o-y) mencapai US\$ 12,1 miliar. Menyambut kembalinya pengunjung internasional, hotel tertinggi di dunia berikutnya dibuka di Dubai pada tahun 2024. Namanya hotel Hotel Ciel yang akan mencapai ketinggian 365 meter, mengalahkan mantan pemegang rekor Dubai, Gevora Hotel, dengan ketinggian lebih rendah sembilan meter.

Keamanan adalah kunci untuk fasilitas akomodasi. Namun, ia memiliki banyak bentuk yang berbeda. Sekarang pandemi telah mendorong jenis keamanan yang sangat spesifik, biosekuriti. Hotel berisiko melupakan masalah keamanan siber hotel yang mengkhawatirkan. Itu melibatkan semua masalah yang muncul dari digitalisasi dan penggunaan alat tertentu.

Hal yang perlu diamati pula adalah sustainable atau keberlanjutan telah menjadi fokus utama di sektor perhotelan dalam beberapa tahun terakhir. Beberapa jaringan hotel berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan mereka dengan menerapkan praktik ramah lingkungan.

Hotel memperoleh keuntungan dari praktik berkelanjutan dalam dua cara: pertama, mereka meningkatkan efisiensi sumber daya dan memberikan penghematan biaya, dan kedua, kebijakan ini berfungsi sebagai alat pemasaran, menarik wisatawan yang sadar lingkungan saat ini.

Nah bijaklah menentukan jenis akomodasi yang ingin Anda lakukan pada musim liburan mendatang. Yuk intip hanya 3 Hotel Asia Masuk Daftar 'luar biasa' Tahun 2022 di Tripadvisor dari 25 teratas berada di Asia Timur.

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM
Pemimpin Umum

DAFTAR ISI

EXPLORE!

by bisniswisata.co.id

Foreword 04

Permintaan Perjalanan: Tanda-tanda
Positif Muncul untuk Industri Hotel Eropa 07

Pengunjung Internasional Wakili Separuh
Lebih Lalu Lintas Web Hotel Italia 11

Pengunjung Internasional Wakili Separuh
Lebih Lalu Lintas Web Hotel Italia 14



Hanya 3 Hotel Asia Masuk Daftar 'luar
biasa' Tahun 2022 di Tripadvisor 16

5 Tips Pemasaran Teratas Untuk
Tingkatkan Pemulihan 19



Ancaman Keamanan Siber Untuk Hotel,
Bagaimana Lindungi Sistem Anda 22

Hotel tertinggi di dunia dibuka di
Dubai pada tahun 2024 26

India: Hotel Ramah Lingkungan untuk Masa
Depan Berkelanjutan 27

Four Seasons Meluncurkan Hotel Mewah di
Diriyah 31

Bermalam di Kampoeng Kopi Banaran dan
Menikmati Beragam Aktivitas 33

10 Tren Hotel yang Wajib Disimak di Tahun
2022 37



Kunjungi



untuk membaca berita
dan artikel lainnya.

REDAKSI

PENASIHAT

Dr. H. Sapta Nirwandar, SE

PEMIMPIN UMUM/ PEMIMPIN REDAKSI

Dra. Hilda Ansariah Sabri, MM

WAKIL PEMIMPIN UMUM

Rita Sri Hastuti

WAKIL PEMIMPIN REDAKSI

Prasetyohadi Prayitno

KEPALA PERWAKILAN

Bali/Nusra - Dwi Yani

Batam - Lusia Kiroyan

Surabaya - Arif Rahman

Yogyakarta - Anton Bayu Samudra

Banjarmasin - Oplah Risanta

Semarang - Dien Ishartini

CREATIVE DIRECTOR

Justin Sabrinsky

CREATIVE TEAM

Junizar Deanil | Haamim Rizalddhi

IT DIRECTOR

Besar Karuniaji

PARTNERSHIP DIRECTOR

Wiwiek Widyawati

SENIOR JOURNALIST

Rahmayulis Saleh

Mohammad Abriyanto

Rin Hindryati

REPORTER

Hana Fahila

Satrio Purnomo

Griska Gunara Keating

Arum Suci Sekarwangi

Evan Maulana

Yusuf Roneo

KONTRIBUTOR

Bruriadi Kusuma

Thamrin B Bachri

Jeffrey Wibisono

Nur Hidayat

Gufron Sumariyono

Julia Bakso

DIVISI IKLAN

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

SEKRETARIAT REDAKSI

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

Tlp/WA: +62 816 1148 745

E-mail : redaksi@bisniswisata.co.id



PERMINTAAN PERJALANAN: TANDA-TANDA POSITIF MUNCUL UNTUK INDUSTRI HOTEL EUROPA

OLEH EVAN MAULANA

Wisatawan Indonesia di Amsterdam, mayoritas lalu lintas pencarian penerbangan berasal dari dalam Eropa 79% dan 73% pencarian hotel.

Di seluruh dunia, pembatasan perjalanan mulai berkurang. Destinasi wisata populer yang telah dihapus pembatasan perjalanannya mulai melihat lonjakan minat karena konsumen mencoba mengimbangi perjalanan yang dibatasi selama dua tahun.

Melansir dari www.hospitalitynet.org, prakiraan permintaan perjalanan menunjukkan sentimen optimisme yang meningkat, dan peningkatan perjalanan balas dendam karena konsumen berupaya menebus waktu yang hilang.

Bulan madu yang tertunda, pertemuan keluarga, dan perjalanan bersejarah kembali terjadi sekali lagi, menciptakan peluang bagi industri perhotelan. Dengan bantuan data intelijen pasar, Anda dapat memantau dengan cermat perputaran industri dalam peruntungan setelah kemerosotan terbesarnya.

Identifikasi gelombang permintaan wisatawan yang meningkat

Menggunakan data berwawasan ke depan dari OTA Insight's Market Insight, kami dapat menganalisis permintaan konsumen untuk menentukan di mana dan hari apa orang mencari hotel. Market Insight mampu memetakan data pencarian penerbangan dan hotel dari seluruh dunia untuk memberikan wawasan terperinci tentang pasar, menyoroti pola permintaan, dan tren pemesanan, dalam tahap perencanaan perjalanan pemesanan pelanggan.

Hal ini memberikan peluang unik bagi hotel untuk menyesuaikan strategi penetapan harga dan pemasaran mereka serta memaksimalkan potensi pendapatan mereka, dengan harga yang tepat, kepada pelanggan yang tepat pada waktu yang tepat.

Saat pembatasan dilonggarkan dan semakin banyak wisatawan mulai memimpikan perjalanan mereka berikutnya, data intelijen pasar memberikan wawasan yang menjanjikan.

Setelah menghapus beberapa pembatasan perjalanan terberat mereka, dan memiliki jadwal yang jelas, Vietnam, Thailand, dan Korea Selatan sekali lagi melihat minat yang meningkat dari pengunjung internasional.

Hawaii menjadi negara bagian AS terakhir yang melonggarkan pembatasan perjalanannya, sementara pembukaan Australia juga menyebabkan meningkatnya minat untuk bepergian ke sana.

Evolusi pencarian penerbangan Thailand, Vietnam, dan Korea Selatan.

Namun, pembatasan perjalanan yang diberlakukan kembali di China menunjukkan masih banyak yang harus diwaspadai. Dan, di Eropa, di mana banyak pembatasan pandemi telah dihapus, pecahnya perang di Ukraina pada akhir Februari memperlambat tren pemulihan perjalanan di hari-hari awal Maret. Sumber daya gratis, wawasan pasar global menunjukkan pasar masih sangat sensitif.

Dalam analisis dua bagian ini, kami akan melacak permintaan melalui beberapa hub metropolitan paling populer di Eropa Barat, di mana kami dapat melihat peningkatan lalu lintas pencarian penerbangan dan hotel, dan tanda-tanda positif di seluruh peta.

Kami melihat permintaan yang lebih tinggi di awal tahun, dan untuk tanggal yang mungkin tidak sejalan dengan musim bersejarah. Waktu tunggu pemesanan telah bergeser selama pandemi, dan tampaknya ada permintaan yang lebih tinggi untuk musim bahu tradisional.

Ini adalah tanda-tanda yang menjanjikan bahwa kepercayaan konsumen akan kembali, karena para wisatawan sangat ingin kembali mengunjungi beberapa kota populer di Eropa ini.

Penelusuran hotel ke Amsterdam 7,56 kali lebih tinggi dibandingkan periode yang sama tahun lalu, menunjukkan peningkatan 756%. Pencarian penerbangan juga 10 kali lebih tinggi dari pada waktu yang sama tahun lalu.

Penelusuran GDS ke Amsterdam – sebuah indikator keadaan perjalanan bisnis – juga lebih tinggi dari sebelumnya sejak pandemi dimulai, dan 16 kali lebih tinggi daripada Maret 2021.

Ini menunjukkan peningkatan permintaan perjalanan perusahaan, sektor yang dihancurkan oleh pandemi.



Foto: Markus Winkler



Foto: redcharlie

Evolusi pencarian GDS Amsterdam.

Sejak awal tahun 2022, ada tren peningkatan yang nyata dalam kueri penelusuran untuk penerbangan dan hotel, dan penelusuran saat ini lebih tinggi daripada sebelumnya sejak pandemi dimulai.

Tren kenaikan terganggu pada akhir Februari ketika perang pecah di Ukraina, tetapi penelusuran tampaknya akan meningkat sekali lagi.

Mayoritas lalu lintas pencarian berasal dari dalam Eropa — 79% pencarian penerbangan, dan 73% pencarian hotel, dan waktu tunggu antara pemesanan dan perjalanan juga berkembang.

Pada bulan Maret 2021, ketika masih ada begitu banyak ketidakpastian, 70% pencarian hotel adalah untuk tanggal lebih dari 90 hari ke depan. Tetapi, pada akhir Maret 2022, ini telah menurun menjadi hanya 22% dari pencarian.

Saat ini 34% dari semua pencarian OTA adalah untuk tanggal perjalanan dalam jangka waktu 8-28 hari, menunjukkan bahwa konsumen semakin yakin bahwa mereka dapat menindaklanjuti rencana perjalanan mereka.

Selanjutnya 34% dari pencarian hotel adalah untuk tanggal di window 29-90 hari. Namun, pencarian hotel di window ini tampaknya menurun — di pertengahan Maret 46% adalah untuk tanggal dalam ember 29 — 90 hari. 33% pencarian adalah untuk masa inap antara 4 dan 7 malam, sedangkan 30% untuk 3 malam.



Foto: Carlos Ibáñez

Roma

Roma, pusat pariwisata utama lainnya, melihat 10,75 kali lebih banyak pencarian penerbangan daripada waktu yang sama tahun lalu, dan peningkatan 10,78 kali dalam pencarian hotel dibandingkan dengan waktu yang sama tahun lalu. Pencarian GDS juga naik 5 kali lipat sejak akhir Maret 2021.

Saat perjalanan musim panas bersiap, hotspot perjalanan rekreasi Italia lainnya juga mengalami peningkatan lalu lintas pencarian yang signifikan.

Di Florence, waktu tunggu pemesanan terus berkembang. Pada pertengahan Maret, 46% pemesanan hotel mencari tanggal dalam periode 29-90 hari. Sejak itu turun menjadi 38%.

Sementara pencarian penerbangan untuk tanggal dalam jangka waktu 8-28 hari telah meningkat dari 20% menjadi 30% dari pertengahan Maret. Ada tren serupa di Venesia, di mana waktu tunggu pemesanan bergerak lebih ke arah window 8-28 hari.

Sebanyak 80% dari pencarian penerbangan ini berasal dari negara-negara Eropa lainnya, seperti halnya 72% pencarian hotel. 37% dari pencarian adalah untuk tanggal di awal musim panas, sementara 28% untuk tanggal di bulan berikutnya.

Di keranjang inilah jumlah pencarian ini meningkat, sementara di window 29-90 pencarian telah menurun dari minggu ke minggu sejak pertengahan Maret.

Di Roma, 39% dari semua penelusuran adalah untuk perjalanan dengan lama menginap 4 – 7 hari, dan di Venesia 35% adalah untuk masa inap dengan rata-rata lama waktu tersebut.

Waktu tunggu pemesanan yang lebih lama merupakan indikator yang jelas bahwa permintaan meningkat saat musim ramai mendekat.

Setelah dua tahun permintaan terpendam, konsumen akhirnya mendapatkan kepercayaan mereka kembali.

Pada bagian kedua, kita akan membahas apa yang terjadi di beberapa kota besar lainnya di Eropa Barat, termasuk Paris dan London.



Foto: Caleb Miller

Tentang Transparansi

OTA Insight memberdayakan pelaku bisnis perhotelan untuk memberikan pendapatan, distribusi, dan hasil pemasaran yang lebih cerdas melalui platform komersialnya yang terdepan di pasar.

Dengan pembaruan langsung, dukungan 24/7, dan dasbor yang sangat intuitif dan dapat disesuaikan, OTA Insight terintegrasi dengan alat industri termasuk sistem manajemen properti hotel, solusi RMS terkemuka, dan penyedia benchmark data.

Tim pakar internasional OTA Insight mendukung lebih dari 55.000 properti di 185 negara.

Pemenang Best Rate Shopping & Market Intelligence Solution, Parity Management Software, dan kategori Business Intelligence di HotelTechAwards 2021 dan 2022, OTA Insight secara luas diakui sebagai pemimpin dalam intelijen bisnis perhotelan.



Foto: @earth



PENGUNJUNG INTERNASIONAL WAKILI SEPARUH LEBIH LALU LINTAS WEB HOTEL ITALIA

OLEH ARUM SUCI
SEKARWANGI

Kabar baik untuk Italia adalah bahwa lebih banyak pengunjung yang maju ke Booking Engine sekarang daripada yang mereka miliki di bulan mana pun sepanjang tahun sebelumnya, menduduki puncak grafik di 43,4%.

Dalam artikel ini, kami menganalisis metrik yang dapat membantu Anda membangun strategi saluran langsung yang efektif, berdasarkan kunjungan situs hotel Italia dari Mei 2021 hingga April 2022. Peluang terdeteksi pada tahap akhir dalam proses pemesanan.

Dilansir dari [Traveldailynews.com](https://www.traveldailynews.com), kabar baik untuk Italia adalah bahwa lebih banyak pengunjung yang maju ke Booking Engine sekarang daripada yang mereka miliki di bulan mana pun sepanjang tahun sebelumnya, menduduki puncak grafik di 43,4%.

Meskipun ini adalah metrik yang menjanjikan, pengunjung Mesin Pemesanan tersebut belum dikonversi menjadi pemesan langsung pada tingkat yang sama, dengan konversi keseluruhan sebesar 5,5%.

Skenario ini memberi para pelaku bisnis perhotelan peluang besar untuk meningkatkan rasio konversi mereka secara keseluruhan, karena mereka dapat melihat dengan tepat ke mana harus menargetkan calon pemesan dan memajukan mereka melalui corong pemesanan lainnya.

Pengunjung internasional kembali hadir di tahun 2022

Saat yang kita semua tunggu-tunggu, perjalanan internasional kembali hadir di Italia. April 2022 mencatat peningkatan 65% dalam lalu lintas situs web internasional dibandingkan dengan akhir tahun 2021.

Pengunjung situs web internasional telah mencapai setengah atau lebih dari lalu lintas situs web hotel Italia sepanjang tahun ini, dengan April menduduki daftar teratas di 56,3%.

Mengapa ponsel tidak boleh diabaikan

Para pelaku bisnis perhotelan di Italia tidak boleh melewatkan peluang yang berkembang yang disajikan oleh calon pemesan yang menggunakan perangkat seluler mereka.

Pengunjung seluler merebut kembali sebagian besar lalu lintas situs web, mencapai 54% pada bulan April, sementara pengguna desktop terus menjadi pemimpin dalam hal mengubah lalu lintas menjadi pemesanan langsung.



HOTEL

Foto: Marten Bjork

Dengan pengguna seluler tertinggal dalam konversi sebesar 1,3%, data ini menunjukkan peluang pengusaha hotel Italia harus mengubah jumlah pengunjung situs web seluler mereka yang meningkat menjadi pemesan.

Frekuensi disparitas OTA stabil

Sementara frekuensi disparitas Online Travel Agent (OTA) telah stabil sejauh ini pada tahun 2022, perbedaan harga antara tarif hotel dan tarif OTA juga relatif tidak berubah tahun ini, pada tingkat tertinggi baru-baru ini sebesar 12,2%.

Kunci bagi pelaku bisnis perhotelan dalam skenario ini adalah memahami cerita yang disampaikan oleh data, dalam hal ini menggambarkan hubungan antara seberapa tinggi disparitas harga yang berpotensi menjadi faktor penyebab rendahnya tingkat konversi, dan kemudian membuat rencana untuk memecahkan masalah dan memenangkan pengunjung situs web mereka.

Data menyajikan skenario yang menguntungkan di Italia, dan menyajikan peluang yang jelas bagi pelaku bisnis perhotelan untuk memanfaatkan peluang yang ada di pasar untuk mendorong pertumbuhan di saluran langsung mereka.

Untuk mempelajari tentang Italia, dan juga tujuan utama lainnya, lihat Laporan Wawasan BenchDirect lengkap.

Maksimalkan Benchmarking untuk Bisnis Hotel Anda

Data ini diambil dari BenchDirect, platform perbandingan gratis untuk hotel.

BenchDirect memanfaatkan data dari ribuan hotel di seluruh dunia, menunjukkan evolusi metrik utama yang terkait dengan strategi pemesanan langsung yang efektif, dari perolehan lalu lintas situs web dan tingkat konversi hingga perbedaan harga dan profil pengunjung.

Laporan kinerja saluran langsung global THN diperbarui setiap bulan untuk setiap pasar sehingga Anda dapat melihat bagaimana merek atau tujuan hotel Anda dibandingkan dalam hal kinerja saluran langsung.

BE DIFFERENT.

@JIESSPORT

JIES SPORT is a trusted online-based clothing store in Indonesia selling the best quality sport wear and customized shirt for affordable prices since 2014.

Enter promo code "JIESDISKON" on our Tokopedia store to get 10% off for all of your purchases*.

tokopedia.com/jiessport




JIESSPORT

*terms and conditions apply.

CBRE LUNCURKAN ASIA PACIFIC HOTEL MARKET OUTLOOK – TRENDS 2022

OLEH EVAN MAULANA

Steve Carroll, Head of Hotels & Hospitality, Capital Markets, CBRE Asia Pacific.



Investasi hotel Asia Pasifik bangkit kembali pada tahun 2021, tumbuh 46% tahun-ke-tahun (y-o-y) mencapai US\$12,1 miliar.

Rebound stabil sektor ini didukung oleh pertumbuhan volume modal yang berusaha meningkatkan eksposurnya ke sektor ini dalam laporan CBRE Asia Pacific Hotel Market Outlook – Trends to Watch pada tahun 2022 kata Steve Carroll, Head of Hotels & Hospitality, Capital Markets, CBRE Asia Pacific.

Dilansir dari www.thehotelconversation.com.au, rebound stabil sektor ini didukung oleh pertumbuhan volume modal yang berusaha meningkatkan eksposurnya ke sektor ini dan didukung oleh pembukaan kembali perbatasan yang stabil dan pelonggaran pembatasan perjalanan.

investor termasuk REIT, kantor swasta, dan volume ekuitas swasta yang terus meningkat mengakuisisi hotel untuk meningkatkan penawaran tamu dalam mengantisipasi permintaan wisatawan yang terpendam, serta mengubah beberapa aset hotel menjadi perkantoran dan co-living space. CBRE percaya peluang baru untuk industri perhotelan di Hong Kong muncul dari akuisisi dan konversi.

"Hotel adalah salah satu sektor yang siap diuntungkan saat perbatasan kawasan dibuka kembali. Sektor ini menawarkan imbal hasil yang disesuaikan dengan risiko dan peluang reposisi aset yang menarik bagi investor yang mencari pengembalian yang lebih baik," kata Steve Carroll, Head of Hotels & Hospitality, Capital Markets, CBRE Asia Pacific.

Hotel telah mendapatkan daya tarik sebagai lindung nilai inflasi potensial karena periode sewa pendek yang unik di sektor ini, diukur dalam hitungan hari, bukan bulan atau tahun seperti jenis properti lainnya, tambahnya.

Tren di Pasar Hotel Hong Kong

Sektor perhotelan dengan cepat muncul sebagai salah satu yang paling dicari oleh investor yang mengincar peluang nilai tambah tahun ini. Di Hong Kong, sejumlah investor mengubah aset hotel menjadi co-living space.

Dalam enam bulan terakhir, dana asing telah mengakuisisi Butterfly on Prat, Hotel sáv Hong Kong dan Travelodge Central Hollywood Road, dengan rencana untuk memasukkan elemen co-living atau akomodasi siswa dalam pembangunan kembali.

Pada pertengahan Februari, Badan Perencanaan Kota menerima aplikasi untuk mengubah ibis Central dan Sheung Wan menjadi bangunan tempat tinggal.

Pada awal April, CBRE berhasil menginformasikan transaksi Rosedale Hotel di Kowloon, yang akan direnovasi menjadi co-living space sesuai dengan rencana pembeli, dan siap dibuka pertengahan tahun depan.

Meskipun pandemi yang sedang berlangsung di Hong Kong, industri perhotelan belum melihat aset tertekan yang signifikan.

CBRE menemukan dalam Survei Niat Investor Asia Pasifik 2022 bahwa jumlah investor yang mengharapkan diskon pada aset hotel turun dari 99% pada 2021 menjadi 78% tahun ini, menunjukkan peningkatan harga aset.

Kebangkitan Pariwisata dengan Dicapainya Pembatasan

Ketika gelombang kelima wabah COVID-19 secara bertahap terkendali, pemerintah SAR Hong Kong juga melonggarkan langkah-langkah jarak sosial tertentu serta mencabut larangan penerbangan dan mengurangi periode karantina hotel untuk kedatangan pada bulan April. Langkah ini diharapkan memberikan ruang bernapas bagi industri.

Turis daratan telah menjadi sumber utama pariwisata di Hong Kong, terhitung hampir 80% dari pengunjung pada 2019. Saat ini, perjalanan melintasi perbatasan Hong Kong-Daratan masih terbatas – situasi yang akan terus menantang mengingat wabah pandemi yang sedang berlangsung di Cina Daratan.

Stephen Lin, Director, Valuation and Advisory Services, CBRE Hong Kong, mengatakan: "Sementara industri merindukan pemulihan pasar pariwisata, hotel telah mencari cara untuk mempertahankan operasi dan meningkatkan hunian dengan mengejar pendekatan hotel staycation atau karantina.

Sekarang adalah saat yang tepat bagi operator hotel dan investor untuk melihat peluang nilai tambah yang ditawarkan aset tersebut, ujar Stephen Lin.





HANYA 3 HOTEL ASIA MASUK DAFTAR 'LUAR BIASA' TAHUN 2022 DI TRIPADVISOR

OLEH EVAN MAULANA

Dunia mulai membaik kembali, Hong Kong secara bertahap menjadi lebih layak bagi banyak orang. Jadi, di luar perjalanan untuk bertemu kembali dengan keluarga dan teman-teman yang tidak terlihat selama berbulan-bulan, dunia kembali menjadi mutiara bagi mereka yang mampu memanfaatkannya.

Ada banyak resor dan hotel di luar sana yang sangat membutuhkan kebiasaan itu. Tapi kamu pilih yang mana? Dan apakah pilihan hotel Anda menentukan tujuan yang Anda tuju, atau sebaliknya?

Mereka yang berada di kamp sebelumnya mungkin ingin dipimpin oleh Penghargaan Travellers' Choice untuk Hotel dari Tripadvisor, yang dirilis bulan ini. Dilansir dari www.scmp.com, mengingat ini bukan waktu yang biasa, subkategori pertama adalah subkategori yang menarik perhatian Destinations Known.

Jadi di mana tempat-tempat ini? Hanya tiga dari 25 teratas berada di Asia Timur: Our Jungle House (di No 21) dan The Slate (No 17), keduanya di Thailand, dan Ambassador Gyeongwonjae Korea Selatan Incheon Associated with Accor (No 12).

Dibuka lebih dari 30 tahun yang lalu, Our Jungle House menyediakan akomodasi rumah pohon di hutan hujan kuno Taman Nasional Khao Sok, di utara Phuket.

Jika menjadi "kepompong di lingkungan berdaun alami" (seperti yang dikatakan situs web) adalah hal yang menarik hati Anda, maka ini bisa untuk Anda.

Trekking hutan, penjelajahan sungai, dan pengamatan burung adalah beberapa kegiatan yang membuat para tamu sibuk sepanjang hari.



Sumber foto: www.booking.com

Pousada Villa d'amore

Hanya 2,5 jam dengan taksi di selatan Khao Sok (jika Anda suka memasukkan keduanya dalam perjalanan yang sama) adalah The Slate. Dengan nama dan desain yang mengacu pada masa lalu penambangan timah di pulau itu, kreasi Bill Bensley dengan 177 kamar ini menjanjikan untuk menjadi "Dunia rahasia Anda sendiri di dalam Phuket".

Menurut situs webnya, properti tepi pantai ini bukan hanya konsep ulang "sejarah unsur Phuket yang kaya"; itu adalah "REIMAGINING" dari sejarah itu. Namun, untuk semua pembicaraan tentang ini sebagai "dunia yang fantastis", pengalaman yang ditawarkan cukup standar: kelas memasak, snorkeling dan menyelam, klub anak-anak, tinju Thailand.

Namun, kelas seni bunga agak tidak biasa, dan spa terlihat sangat istimewa. Oh, dan anjing juga dijanjikan untuk memanjakannya. Arsitektur tradisional Korea adalah daya tarik di Ambassador Gyeongwonjae yang bernama Incheon Blah Blah Blah. Pemanas lantai Ondol Korea dan tempat tidur bergaya Korea termasuk di antaranya nilai jual unik di hotel kota ini.

Letaknya nyaman untuk Central Park, taksi air, dan belanja di mal NC Cube. Kunjungi pada hari ulang tahun Anda dan mereka akan mentraktir Anda sarapan tradisional Korea. Pada dasarnya, jika "Korea tradisional" menonjol di peta suasana hati Anda, ini adalah tempat untuk Anda.

Lebih jauh lagi, tujuh hotel "luar biasa" teratas, menurut Tripadvisor, adalah, dalam urutan menaik: *Pousada Villa D'Amore, Brasil; satu untuk pecinta, ini tinggal romantis di Monte Verde, itu sendiri dianggap sebagai tujuan romantis di Pegunungan Mantiqueira.

*Ayada Maladewa; resor ini terlihat fantastis tetapi kami berjuang untuk melihat bagaimana itu memenuhi syarat sebagai "tidak biasa", kolam renang pribadi, kepala pelayan pribadi dan detail kemewahan hampir tidak unik di Maladewa.

Mungkin taman dan tanaman hijau tropis yang menjadi ciri resor ini, menurut Tripadvisor, membedakannya. Menurut situs webnya, properti tepi pantai ini bukan hanya konsep ulang "sejarah unsur Phuket yang kaya"; itu adalah "REIMAGINING" dari sejarah itu.



Villa Makassar

Sumber foto: villamakassar.com

Namun, untuk semua pembicaraan tentang ini sebagai "dunia yang fantastis", pengalaman yang ditawarkan cukup standar: kelas memasak, snorkeling dan menyelam, klub anak-anak, tinju Thailand. Namun, kelas seni bunga agak tidak biasa, dan spa terlihat sangat istimewa. Oh, dan anjing juga dijanjikan untuk memanjakannya.

Arsitektur tradisional Korea adalah daya tarik di Ambassador Gyeongwonjae yang bernama Incheon Blah Blah Blah. Pemanas lantai Ondol Korea dan tempat tidur bergaya Korea termasuk di antaranya nilai jual unik di hotel kota ini. Letaknya nyaman untuk Central Park, taksi air, dan belanja di mal NC Cube. Kunjungi pada hari ulang tahun Anda dan mereka akan menraktir Anda sarapan tradisional Korea. Pada dasarnya, jika "Korea tradisional" menonjol di peta suasana hati Anda, ini adalah tempat untuk Anda.

Lebih jauh lagi, tujuh hotel "luar biasa" teratas, menurut Tripadvisor, adalah, dalam urutan menaik:

*Pousada Villa D'Amore, Brasil; satu untuk pecinta, ini tinggal romantis di Monte Verde, itu sendiri dianggap sebagai tujuan romantis di Pegunungan Mantiqueira.

*Ayada Maladewa; resor ini terlihat fantastis tetapi kami berjuang untuk melihat bagaimana itu memenuhi syarat sebagai "tidak biasa", kolam renang pribadi, kepala pelayan pribadi dan detail kemewahan hampir tidak unik di Maladewa. Mungkin taman dan tanaman hijau tropis yang menjadi ciri resor ini, menurut Tripadvisor, membedakannya.

Sementara Selandia Baru telah mengumumkan pembukaan kembali sepenuhnya. perbatasannya dari akhir Juli dan Jepang membuat langkah serius untuk membiarkan kembali massa turis berkunjung ke sana.

Fumio Kishida telah mengumumkan Jepang bertujuan untuk membuka kembali turis internasional bulan depan. Perdana menteri mengatakan negara itu akan dibuka kembali secara bertahap, dengan pemerintah memantau dampak liburan "minggu emas" (29 April hingga 5 Mei) sebelum membuat keputusan tegas.

Kantor berita Reuters melaporkan bahwa negara itu akan mulai melakukan "wisata uji coba" dalam bentuk paket wisata terbatas bulan ini. Ada juga pembicaraan tentang batas saat ini 10.000 kedatangan per hari menjadi dua kali lipat.

Namun, pejabat pariwisata menjadi tidak sabar, menurut sebuah artikel baru-baru ini di Time Out Tokyo: "Pada 12 Mei, sekelompok pejabat dari industri pariwisata Jepang mengajukan permintaan resmi kepada Kementerian Pertanian, Infrastruktur, Transportasi, dan Pariwisata untuk membuka kembali pariwisata Jepang dan buka perbatasan dengan turis asing.

Menurut NHK, kelompok yang mengajukan permintaan tertulis termasuk Asosiasi Agen Perjalanan Jepang, Asosiasi Hotel Jepang dan Grup JR, bersama dengan perusahaan transportasi besar lainnya. Dalam permintaan tertulis mereka, para pihak meminta Jepang untuk menghapus batas masuk hariannya sama sekali. Dokumen tersebut juga menyoroti bahwa Jepang adalah salah satu dari sedikit negara di dunia yang tetap tertutup bagi wisatawan.

Larangan masuk berlarut-larut di Jepang dapat menyebabkan wisatawan mancanegara kehilangan minat untuk mengunjungi Jepang.

5 TIPS PEMASARAN TERATAS UNTUK TINGKATKAN PEMULIHAN HOTEL

OLEH HILDA ANSARIAH SABRI

Foto: tomodaji

Untuk sepenuhnya meningkatkan proses pemulihan hotel, ada beberapa tips pemasaran yang dapat diterapkan oleh fasilitas akomodasi. Jika mereka memperhitungkannya, mereka akan dengan mudah menarik tamu yang mulai bepergian lagi.

Para ahli percaya bahwa sudah waktunya untuk mempersiapkan kembalinya perjalanan. Untuk itu, berikut adalah tips untuk membantu fasilitas akomodasi menarik calon tamu. Berikut lima Tips persembahan Tourism Review.

1. Komunikasikan Kebijakan yang fleksibel

Untuk meningkatkan kepercayaan tamu, penting untuk mengomunikasikan dengan tepat kebijakan apa yang diterapkan hotel. Kemampuan untuk membatalkan jika tamu tidak dapat melakukan perjalanan adalah nilai inti yang telah menjadi sangat diperlukan dengan munculnya COVID -19.

Hingga 53% pelanggan merasa lebih nyaman bepergian jika mereka memiliki opsi untuk membatalkan reservasi sepenuhnya dan mendapatkan uang mereka kembali.

Hal Ini sangat penting bagi generasi muda. Juga, untuk penduduk Amerika Latin dan pelancong Cina.

Oleh karena itu, jangan dianggap sepele. Dengan kata lain, detail yang terkait dengan pengembalian uang, reservasi fleksibel, dan perubahan tanggal harus dijelaskan di situs web dan di iklan.

2. Protokol Disinfeksi

Meningkatkan langkah-langkah keamanan kesehatan harus menjadi suatu keharusan. Para tamu tertarik dengan protokol keselamatan, karena memiliki dampak langsung pada keputusan mereka.

Setidaknya 8 dari 10 wisatawan memutuskan pemesanan tergantung pada kebijakan akomodasi dalam hal ini. Faktanya, satu dari dua orang menghindari tinggal di tempat-tempat tertentu karena masalah kesehatan.

Tentu saja, perlu juga untuk mengomunikasikan langkah-langkah yang telah dilakukan oleh lembaga tersebut. Komunikasi proaktif melalui saluran digital adalah praktik yang baik

Adapun protokol yang berlaku antara lain disinfeksi fasilitas, penggunaan masker oleh staf dan tamu, room service, dan contactless check-in.

3. Ulasan Lebih Penting Dari Sebelumnya

Wisatawan berkonsultasi dengan ulasan 41% lebih banyak daripada sebelum pandemi sebelum membuat keputusan. 75% wisatawan mempertimbangkannya, terutama ulasan terkait aspek seperti kebersihan kamar atau kondisi umum akomodasi.

Itulah mengapa ulasan ini harus diperhatikan. Meskipun tampaknya tidak berada di tangan hotel untuk mengontrol apa yang dikatakan tamu mereka secara online, kenyataannya sangat berbeda.

Untuk memulainya, hotel harus mendorong tamu untuk meninggalkan ulasan dengan mengirimkan email pengingat atau dengan meninggalkan tautan di kartu di kamar.

Personil yang tepat harus siap siaga untuk merespons dalam waktu 24 jam setelah penerbitan. Ini menunjukkan komitmen. Jika ulasannya negatif, maka perlu ditanggapi dengan tepat untuk memperbaiki reputasi.

Berterima kasih kepada tamu dengan namanya, meminta maaf, menekankan perubahan yang akan dibuat dan mengevaluasi apakah perlu untuk melanjutkan dengan cara apa pun, seperti menghubungi orang tersebut secara langsung, sangat penting.



Foto: Lala Azizli

4. Pastikan Hotel Menonjol di Mesin Pencari

Bobot yang diperoleh sumber informasi online dalam beberapa tahun terakhir tidak dapat disangkal. Para tamu mencari informasi dan inspirasi sebelum bepergian, apalagi dibandingkan sebelum pandemi.

Oleh karena itu, strategi pemasaran multichannel harus diterapkan untuk memastikan bahwa merek berada pada posisi yang baik. Dengan cara ini, hotel akan berada di urutan teratas saat calon tamu mencari atau memesan.

Untuk alasan ini, disarankan untuk melakukan presentasi di beberapa platform OTA, karena orang-orang berkonsultasi dengan sumber yang berbeda untuk mengumpulkan semua informasi yang mereka anggap penting.

Dengan kata lain, perlu menyelaraskan pesan yang diluncurkan di semua saluran, sehingga konsisten.



Foto: Christian Wiediger



Foto: Markus Spiske

5. Buat Promosi untuk Setiap Target

Untuk mempersonalisasi pesan ke setiap audiens target, Anda harus menyadari minat mereka.

Dengan cara ini, promosi khusus dapat dibuat untuk memenuhi kebutuhan perjalanan mereka. Tentu saja, ada juga masalah umum, yang telah kami sebutkan terkait dengan fleksibilitas dan kebersihan.

Di luar ini, setiap generasi bersifat spesifik. Orang-orang muda lebih optimis tentang masa depan perjalanan. Mereka mengharapkan fasilitas berada pada tingkat yang sama seperti sebelum pandemi.

Singkatnya, untuk menjangkau kaum milenial (1981 – 1995) dan generasi Z (1996 – 2010), menarik untuk menawarkan promosi yang menawarkan kemungkinan bekerja atau belajar dari jarak jauh. Pada saat yang sama, mereka tertarik pada daerah dengan volume pariwisata yang rendah.

Dalam kasus generasi X (1965 – 1980) dan baby boomer (1946 – 1964), mereka mencari perubahan pemandangan. Oleh karena itu, mereka mungkin tertarik dengan pemandangan yang menakjubkan dan lingkungan luar ruangan.

Sementara itu, mereka yang lahir sebelum tahun 1946 menginginkan liburan keluarga dengan akomodasi yang sesuai dengan usianya.



Ancaman Keamanan Siber Untuk Hotel, Bagaimana Lindungi Sistem Anda

OLEH ARUM SUCI SEKARWANGI

Keamanan adalah kunci untuk fasilitas akomodasi. Namun, ia memiliki banyak bentuk yang berbeda. Sekarang pandemi telah mendorong jenis keamanan yang sangat spesifik, biosekuriti.

Hotel berisiko melupakan masalah keamanan siber hotel yang mengkhawatirkan. Itu melibatkan semua masalah yang muncul dari digitalisasi dan penggunaan alat tertentu.

Dilansir dari *tourism-review.com*, laporan risiko teknologi dan keamanan hotel menganalisis pro dan kontra dari mempertahankan teknologi yang ada.

Hal Ini juga menilai risiko keuangan dan keamanan yang terkait dengan teknologi hotel modern, khususnya PMS (sistem manajemen properti).

Masalah Keamanan Siber Hotel

Untuk memahami apa yang kita hadapi, pertama-tama kita harus memperhitungkan bahwa pelanggaran keamanan telah meningkat sebesar 11% sejak 2018 dan 67% sejak 2014. Oleh karena itu, menurut data Accenture, ini adalah risiko nyata yang dapat terus tumbuh di tahun-tahun mendatang. Terutama di sektor yang menangani data sebanyak industri perhotelan.

Pada akhirnya, perusahaan harus mengontrol informasi sensitif, seperti data yang terkait dengan kartu kredit atau dokumen identitas nasional. Dengan kata lain, mereka harus waspada.

Terutama karena, menurut sebuah penelitian yang dilakukan oleh Security Boulevard, 9% warga AS yang berusia di atas 18 tahun telah mengalami pelanggaran data selama menginap di hotel. Statistik tidak diragukan lagi mengkhawatirkan. Oleh karena itu, keamanan siber menjadi semakin penting. Perdebatan berkisar pada peraturan privasi yang akan diadopsi.

Tindakan tersebut telah menyebabkan beberapa masalah baru-baru ini. Selain itu, di masa depan, mereka dapat menimbulkan tantangan yang lebih besar, karena denda yang lebih tinggi mulai dikenakan untuk pelanggaran data.



Foto: FLY:D



Foto: Bernard Hermant

Penyebab Pelanggaran Keamanan Digital

Menurut sebuah laporan oleh Ponemon Institute, dibutuhkan rata-rata 197 hari untuk menemukan pelanggaran keamanan. Ini tidak diragukan lagi terlalu lama. Selain itu, Anda harus menambahkan 69 hari yang diperlukan untuk memperbaikinya. Selama itu pula kerugian yang dialami korban tidak terhitung.

Laporan tersebut menggunakan sebagai contoh sebuah hotel dengan 500 kamar dengan rata-rata menginap dua malam dan dua tamu per kamar.

Perhitungan cepat menunjukkan bahwa pada saat semuanya beres, semuanya sudah terlambat. Pada saat itu, data 150.000 pelanggan akan terungkap dan mereka akan kehilangan kepercayaan pada merek hotel tersebut.

Sekali lagi, masuk ke data, kenyataannya telah terbukti bahwa 95% pelanggaran keamanan adalah hasil dari kesalahan manusia. Meskipun ini mungkin tampak meyakinkan, namun tidak boleh dilupakan bahwa teknologi dapat mencegah pelanggaran sejak awal.

Dalam hal ini, membuat pilihan yang baik dari alat yang akan digunakan adalah cara untuk mendapatkan ketenangan pikiran dan menghindari risiko yang tidak perlu.

Pentingnya PMS yang Baik

Tidak boleh dilupakan bahwa, karena banyaknya data sensitif yang dikandungnya, performance management system (PMS) adalah salah satu target favorit para peretas.

Akibatnya, Institut Standar dan Teknologi Nasional AS (NIST) baru-baru ini menerbitkan dokumen setebal 224 halaman yang berisi daftar rekomendasi tentang cara mengamankan PMS.

Oleh karena itu, terbukti bahwa sekarang lebih dari sebelumnya, memilih PMS yang baik sangat penting untuk berfungsinya hotel dengan baik. Karena siklus hidup mereka yang panjang, mereka biasanya bertahan hampir satu dekade.

Jadi lebih baik menghabiskan tahun-tahun itu dengan sekutu yang baik di pihak Anda.

Artinya, sebelum mengubahnya, disarankan untuk mengevaluasi opsi yang berbeda dengan sangat baik.

Jika yang saat ini tidak memberikan kepercayaan diri yang cukup, Anda dapat berpikir untuk menggantinya lebih cepat. Namun, secara apriori, prospek mengubahnya sebelum waktunya juga bisa sangat besar, karena cukup mahal.

Tidak hanya secara finansial, tetapi juga dalam hal biaya pelatihan ulang karyawan dan hilangnya data yang kemungkinan akan terjadi.

Kita juga tidak boleh melupakan fakta bahwa solusi lama lebih rentan terhadap pelanggaran keamanan siber, karena infrastrukturnya.





CLOUD COMPUTING

Sumber foto: www.vecteezy.com

Inilah yang terjadi beberapa tahun lalu dengan jaringan hotel Marriott, yang mengalami serangan siber yang mengungkap informasi pribadi 500 juta pelanggan. Oleh karena itu, bersandar pada sistem berbasis cloud dapat membantu mencegah masalah.

Menjaga Keamanan Data di Cloud

Hotel harus menjaga keamanan data pelanggan dengan cara apa pun. Informasi pribadi harus diperlakukan dengan sangat hati-hati untuk menghindari pelanggaran privasi. Oleh karena itu, cloud menjadi sekutu. Harus diingat bahwa dalam kasus sistem yang lebih lama, semua data pelanggan disimpan di tempat, secara fisik di komputer di akomodasi.

Karena sering disimpan di tempat di mana karyawan Anda dapat dengan mudah mengaksesnya, data dapat berpotensi bahaya. Cukup mendapatkan akses ke port USB untuk mencuri data sensitif selama bertahun-tahun.

Sementara itu, di cloud, tidak akan ada cara untuk mendapatkannya. Alih-alih di hotel itu sendiri, informasi disimpan di lokasi yang dikontrol secara ketat, seperti pusat data AWS di negara atau wilayah Anda. Memilih penyedia berdasarkan kepatuhannya terhadap undang-undang kedaulatan data pada akhirnya sangat penting untuk melindungi informasi.

Keuntungan lain dari sistem berbasis cloud dengan arsitektur layanan mikro adalah mereka dapat lebih terintegrasi dengan solusi pihak ketiga. Dengan demikian, PMS modern lebih seperti hub daripada sistem ujung ke ujung.

Pada saat yang sama, penggunaan API memungkinkan pelaku bisnis perhotelan untuk menghubungkan program dan alat lain sesuai kebutuhan, tanpa biaya integrasi yang tinggi dan antrian pengembangan yang panjang

Para ahli berpendapat bahwa pelaku bisnis perhotelan setidaknya harus memiliki kesempatan untuk menguji teknologi sebelum menerapkannya. Jika tidak, ada risiko tinggi bahwa mereka mungkin berakhir menjadi budak dari PMS mereka sendiri, meskipun terbatas.

Risiko Berinvestasi dalam Teknologi Baru

Di luar risiko keamanan, memilih sistem yang salah dapat memengaruhi operasi hotel dan pengalaman pelanggan. Misalnya, telah dipelajari bagaimana penerapan aplikasi pembersihan mengurangi biaya tenaga kerja sekaligus meningkatkan produktivitas hingga 20%.

INamun, sebagian besar PMS tidak menawarkan modul atau mengizinkan integrasi dengan pihak ketiga yang terlibat dalam proses pembersihan. Demikian pula, membuat RMS atau menawarkan pendaftaran online tidak selalu memungkinkan.

Studi ini bahkan mengklaim bahwa sebagian besar hotel menawarkan pengalaman teknologi yang lebih buruk daripada yang didapat wisatawan di rumah. Mereka menunjukkan dampak yang sangat negatif ini terhadap tamu, yang diterjemahkan menjadi reputasi buruk dan pendapatan yang lebih rendah.

Oleh karena itu, sebagian besar ahli percaya bahwa biaya penerapan solusi baru akan jauh lebih murah daripada melanjutkan tumpukan teknologi mereka saat ini, hanya untuk berakhir dengan sistem yang tidak dapat digunakan dan tidak stabil dalam waktu lima tahun.

Dengan mengambil keputusan dengan pola pikir ini, masalah keamanan siber dapat dikurangi di masa depan, serta denda akibat pelanggaran.

HOTEL TERTINGGI DI DUNIA DIBUKA DI DUBAI PADA TAHUN 2024

OLEH ARUM SUCI SEKARWANGI

Hotel tertinggi di dunia berikutnya dibuka di Dubai pada tahun 2024. Hotel Ciel akan mencapai ketinggian 365 meter, mengalahkan mantan pemegang rekor Dubai, Gevora Hotel, dengan ketinggian lebih rendah sembilan meter.

Hotel Ciel sekarang lebih dari setengah jalan dibangun dalam hal konstruksi, dengan 52 dari 82 lantai selesai. Dilansir dari Hospitalitynet.org, Ciel, yang akan menjadi hotel tertinggi di dunia setelah selesai.

Berada di jalur yang tepat untuk memenuhi tanggal penyelesaian yang dijadwalkan pada kuartal keempat tahun 2023, dengan pembukaan dijadwalkan pada paruh pertama tahun 2024.

Gedung pencakar langit setinggi 365 meter ini sedang dibangun oleh mitra pengembangan utama Grup Pertama, China Railway Construction Corporation (CRCC).

Ketika selesai, Ciel akan menampung lebih dari 1.000 kamar dan suite. Tempat F&B termasuk tempat makan sepanjang hari di lantai 13, Sunset Lounge di lantai 74, kolam renang tanpa batas di puncak gedung dan Horizon Bar di lantai 76.

Ada Ciel Observatory & Lounge di lantai 82, dengan pemandangan 360 derajat Dubai. Sebuah spa mewah dan klub kesehatan akan terletak di lantai 54 gedung, menawarkan pemandangan Marina yang mengesankan.



Foto: François Le Nguyen

INDIA: HOTEL RAMAH LINGKUNGAN UNTUK MASA DEPAN BERKELANJUTAN

OLEH ARUM SUCI SEKARWANGI

Keberlanjutan telah menjadi fokus utama di sektor perhotelan dalam beberapa tahun terakhir, dengan beberapa jaringan hotel berkomitmen untuk mengurangi dampak lingkungan mereka dengan menerapkan praktik ramah lingkungan.

Hotel memperoleh keuntungan dari praktik berkelanjutan dalam dua cara: pertama, mereka meningkatkan efisiensi sumber daya dan memberikan penghematan biaya, dan kedua, kebijakan ini berfungsi sebagai alat pemasaran, menarik wisatawan yang sadar lingkungan saat ini.

Sementara sebagian besar fokus pada aspek operasional sejauh ini, menggabungkan teknologi hijau dan sumber daya ke dalam konstruksi juga bisa sangat membantu dalam mencapai tujuan keberlanjutan.

Dilansir dari Hospitalitynet.org, merek hotel terkemuka seperti Intercontinental Hotel Group (IHG), Marriott International, Radisson, dan Wyndham, telah memperkenalkan inisiatif untuk mempromosikan konstruksi hijau.

Perusahaan hotel juga mengadopsi sertifikasi bangunan hijau seperti LEED, EnergyStar, BREEAM, WELL Building Standard, antara lain.

Misalnya, Marriott telah mengembangkan serangkaian standar konstruksi hijau dan telah berkomitmen untuk menargetkan emisi gas rumah kaca rantai nilai bersih nol pada tahun 2050.



Perusahaan juga bertujuan untuk mencapai sertifikasi keberlanjutan yang diakui untuk semua propertinya pada tahun 2025, di mana 32% di antaranya telah mencapai status pada tahun 2020.

Sementara itu, IHG Hotels and Resorts telah mengembangkan Sistem Green Engage online yang inovatif untuk mengukur dampak lingkungan mereka, menawarkan empat tingkat sertifikasi, dengan Level 1 penting untuk semua properti IHG.

Beberapa praktik konstruksi yang digunakan untuk pembangunan gedung hotel yang berkelanjutan termasuk menggunakan bahan konstruksi daur ulang, sumber daya dan teknologi lokal, energi alam, dan air yang dipanen, serta mengintegrasikan pengukuran bersih, pengelolaan limbah, dan daur ulang greywater.

Konstruksi modular adalah alternatif lain untuk desain hotel konvensional dengan jadwal yang lebih pendek dan limbah yang lebih sedikit.

Langkah-langkah juga diadopsi untuk meminimalkan dampak negatif pengadaan terhadap lingkungan dengan mencari bahan-bahan lokal.

Palazzo di The Venetian adalah contoh hotel besar yang menerima sertifikasi LEED dengan menggunakan 95% baja struktural daur ulang dan 26% beton daur ulang. Demikian pula, Waldorf Astoria menggunakan 85% bahan yang digunakan kembali atau didaur ulang selama konstruksi.

Pengembangan hotel hijau juga menjadi populer di India, dengan beberapa properti yang disertifikasi oleh LEED, IGBC, GRIHA, ECBC, dan organisasi lainnya; meskipun demikian, penerimaannya masih lambat dibandingkan dengan negara lain.

Menurut laporan media, negara tersebut saat ini hanya memiliki 73 hotel bersertifikasi LEED. Kesan bahwa menciptakan bangunan hijau lebih mahal adalah salah satu alasan utama lambatnya penerapan praktik konstruksi hijau.

Namun, berkat kemajuan teknologi konstruksi, sekarang ada banyak sekali pilihan berbiaya rendah untuk mengembangkan struktur ramah lingkungan. Selanjutnya, setiap biaya tambahan diimbangi oleh efisiensi energi dan peningkatan desain bangunan hijau.

Ini berlaku untuk struktur yang ada juga. Beberapa hotel bersertifikasi LEED di India, termasuk properti ITC tertentu, The Ashoka Hotel, dan Sheraton New Delhi, sebenarnya adalah bangunan yang lebih tua. Instansi pemerintah semakin mendorong pengembangan hotel dengan sertifikat hijau, setelah mengakui pentingnya mengadopsi desain dan praktik bangunan yang berkelanjutan.

Menurut kebijakan turis Gujarat baru-baru ini, hotel dan resor kesehatan yang menerima peringkat hijau dari IGBC akan dikembalikan 50% dari biaya sertifikasi, hingga maksimum INR 10,0 lakh. Inisiatif serupa oleh dewan pariwisata lainnya, serta meningkatnya permintaan dari wisatawan untuk liburan ramah lingkungan di hotel yang memperjuangkan praktik ramah lingkungan, akan semakin mendorong bangunan hijau di industri perhotelan India.



ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id



FOUR SEASONS MELUNCUR KAN HOTEL MEWAH DI DIRIYAH

OLEH EVAN MAULANA

Properti Arab Saudi mendatang akan dibuat dengan hiasan untuk menghormati tradisi desain Najdi regional

Four Seasons Hotels and Resorts dan Diriyah Gate Development Authority bermitra untuk meluncurkan Four Seasons Hotel Diriyah, Arab Saudi. Retret mewah mendatang akan menampilkan desain organik berdampak rendah dari firma arsitektur Aedas dan Elastic Architects yang menghormati warisan regional dengan gaya tradisional Najdi.

Hasil akhir yang terinspirasi secara lokal akan menonjolkan detail interior, termasuk pintu, jendela, pola lantai, dan tekstil seperti dilansir dari <https://hospitalitydesign.com>,

"Tujuan kami adalah untuk memberikan interpretasi modern dari elemen-elemen ini dan menyelaraskannya dengan perabotan garis bersih yang menarik bagi wisatawan global," kata mitra Elastic Enrique Mangalindan.

"Desain interior harus menceritakan kisah sejarah rumah tangga Najdi yang, pada intinya, adalah keaslian yang berakar pada sejarah kerajaan Arab Saudi, sekaligus menghadirkan desain hunian yang tak lekang oleh waktu dan terkurasi yang tidak rumit, intuitif, dan ramah lingkungan. kualitas yang diharapkan dari hotel Four Seasons."

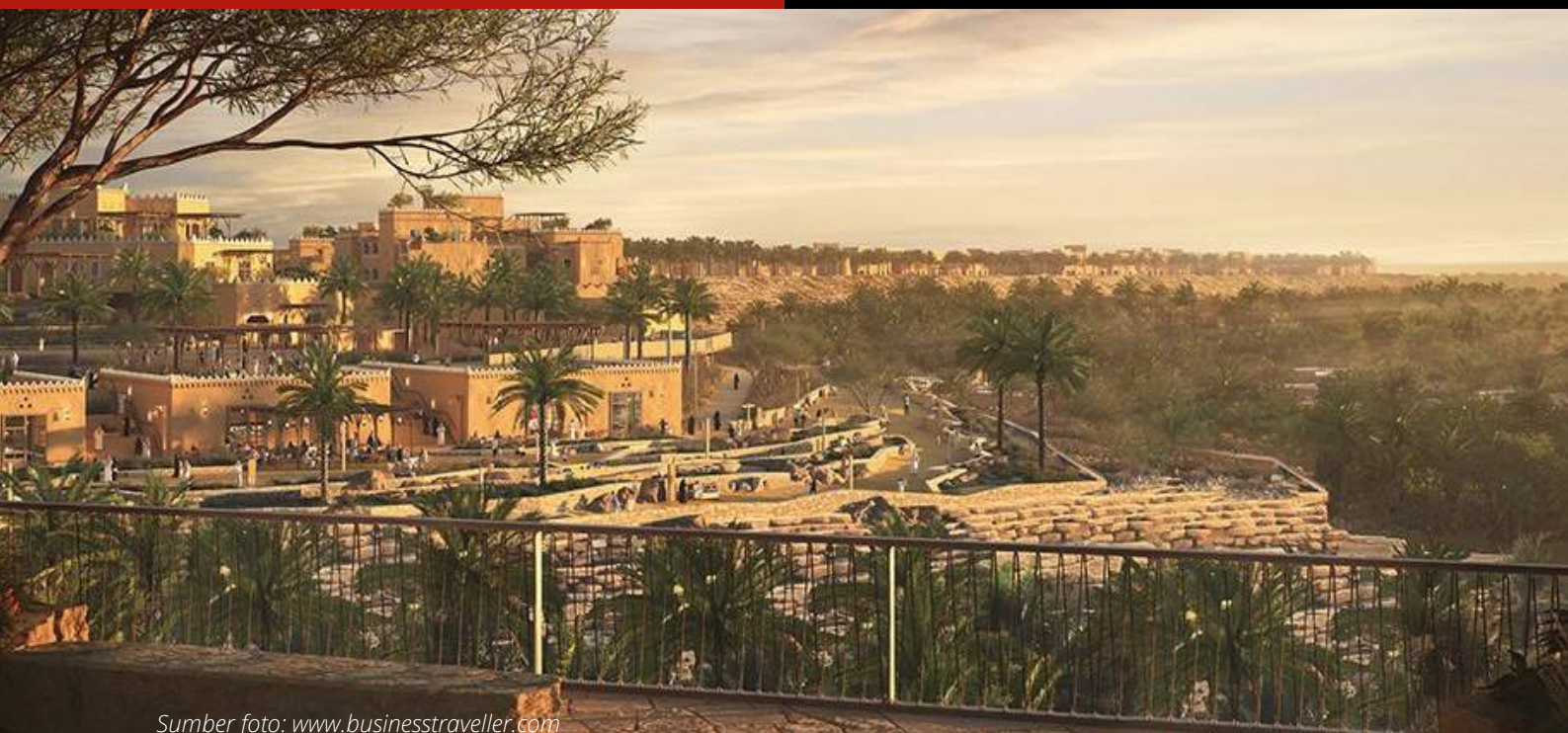
Getaran bergaya perumahan akan dipupuk pada saat kedatangan.

Meja check-in akan menempati sudut-sudut lobi megah, menyatu dengan tata ruang ruang tamunya, sementara halaman atrium tengah akan dibuat mirip dengan tempat tinggal tradisional Najdi.

Lemari pakaian akan menanamkan warna zaitun yang kaya dan menenangkan di seluruh kamar, mempromosikan relaksasi bersama dengan kursi santai yang dalam dan sofa yang menghadap pemandangan lanskap yang indah.

Kamar mandi akan dibuat untuk mengadopsi semangat hammam, lengkap dengan bathtub terpahat yang dipasang di belakang layar kayu dan beraksen oleh pencahayaan tidak langsung yang lembut.

"Kami ingin para tamu merasakan rasa memiliki, kemudahan, dan kenyamanan saat mereka berkunjung ke hotel," tambah Mangalindan.



Sumber foto: www.businesstraveller.com

Penahan halaman akan menjadi air mancur patung dalam ruangan dipasang di bawah lampu gantung berseni yang memberi penghormatan kepada wadi.

Masing-masing dari 150 kamar dan suite hotel akan menyambut tamu dengan pengetuk pintu yang khas dan papan tanda terintegrasi yang menafsirkan kembali estetika Nadji melalui lensa modern.

Pengerjaan serupa akan disampaikan oleh elemen kayu juga.

"Penting bahwa dalam desain kami, setiap momen dan ritual ditingkatkan dan dirayakan, yang merupakan kunci dalam menciptakan kenangan baru yang menyenangkan dan membentuk hubungan emosional yang langgeng."

Fasilitas di Four Seasons Hotel Diriyah, Arab Saudi akan mencakup fasilitas pertemuan dan acara yang luas, serta pusat kebugaran dan spa tujuh kamar.

Sepasang kolam renang luar ruangan dengan deretan cabana pribadi dan empat pilihan F&B akan melengkapi pusat sosial di tempat.

BERMALAM DI KAMPOENG KOPI BANARAN DAN MENIKMATI BERAGAM AKTIVITAS

OLEH EVAN MAULANA



Hujan gerimis menyambut saat rombongan wartawan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Parekraf) tiba di Kampong Kopi Banaran. Frina Bonita, General Manager, selaku tuan rumah menyapa rombongan kami dengan hangat.

Saya langsung mencari mushola untuk sholat Ashar dan berpisah dengan rombongan. Begitu kembali ke cafe tempat semula berkumpul rupanya teman-teman sudah keliling area kampoeng dengan jeep.

Frina Bonita langsung menemani sambil menyeruput kopi dan snack. " Area ini merupakan kawasan terintegrasi yang memiliki fasilitas lengkap dengan akses terjangkau," ujarnya.

Kampoeng Kopi Banaran ini terletak di area Perkebunan Kopi Kebun Getas Afdeling Assinan, tepatnya Jalan Raya Semarang – Solo Km. 35. Lokasinya mudah dijangkau, baik melalui jalan nasional ataupun jalan tol.

Jika diakses dari jalan nasional hanya lima menit dari Terminal Bawen arah ke Salatiga, sedangkan dari Gerbang Tol Bawen kurang lebih juga sama waktu tempuhnya.

Meski terletak di tengah kota, lokasi kawasan dengan ketinggian 480 – 600m di atas permukaan laut (dpl) ini memiliki suhu udara sejuk antara 23°C – 27°C.

Saat rombongan kembali, hujan rintik dan kabut menghalangi pemandangan ke tujuh gunung dengan Rawa Pening di kejauhan. Tujuh gunung itu meliputi Gunung Merbabu, Gunung Sindoro, Gunung Sumbing, Gunung Andong, Gunung Ungaran, Gunung Telomoyo, dan Gunung Ungaran.

Untuk menikmati pemandangan Rawa Pening yang demikian luas, wisatawan yang berkunjung bisa menikmati pemandangan langsung ke Rawa Pening dari atas ketinggian restoran Sky View.

"Sky View punya spot-spot foto favorit, bisa makan atau menikmati hidangan unik sekaligus menikmati pemandangan alam yang luar biasa," kata Frina.

Frina dengan semangat bercerita bahwa kelonggaran pasca pandemi dioptimalkan lagi dengan menjangir tamu dari kalangan komunitas dan membuat berbagai macam event.

Bagi yang datang bersamal keluarga, ada beberapa aktivitas yang bisa diujai. Mulai dari arena bermain anak (play ground), ruang rapat, jogging track, outbound team building, pre-wedding, kolam renang, gazebo, mushala, ballroom, family gathering, kebun buah, lapangan tenis, serta Jelajah Kebun dengan ATV, Off Road dan kereta wisata.



Maklum kampoeng Kopi Banapran (KKB) fasilitasnya berdiri di tengah kebun kopi seluas 40 hektar milik PT Perkebunan Nusantara (PTPN) IX. Kini Dyandra Promosindo (Kompas Gtoup) dipercayakan mengelola kawasan yang kini menyasar , wisatawan Milenial

Hari sudah malam ketika rombongan kami dibagi dua untuk menginap di area perkebunan kopi ini. Sebagai warga senior saya pilih bermalam di villa ketimbang di kemah. Villa tiga kamar yang ada ruang tamu, ruang makan layaknya rumah tinggal.

Terbayang kumpul dengan lima orang anggota rombongan pers seru kali ngobrol sampai tengah malam apalagi sudah dua tahun lebih tidak berwisata bersama akibat pandemi.

Udara segar kebun kopi

Jalan pagi menjadi aktivitas bersama rekan media Yeffi Rahmawati menjadikan kami orang pertama yang keluar dari villa. Padahal jam sudah menunjukkan pukul 7.00 WIB meski matahari belum bersinar terang.

Berdiri di tengah kebun kopi yang luas ini mengasyikkan karena lingkungan yang hijau dan tidak melulu berisi tanaman kopi tapi juga ada kebun buah seperti jeruk Bali maupun jeruk biasa.

Kampoeng Kopi Banaran tidak hanya menyediakan kopi yang terbaik, tetapi sekaligus juga edukasi bagi pengunjung yang ingin mengetahui seluk beluk tanaman kopi.

Tamu bisa didampingi oleh guide yang bisa menjelaskan bagaimana budidaya tanaman kopi ini mulai cara tanamnya, panen, produksi, hingga kopi tersaji dalam sebuah cangkir.

Cerita Frina, jika tamu yang menginap atau pengunjung mau berkeliling kebun kopi sudah disediakan kereta wisata arau maik jeep offroad seperti saat rombongan tiba.

Untuk satu kereta wisata berkapasitas paling banyak 6 orang. Pengunjung akan diajak berkeliling kebun sekitar 30 hingga 45 menit,ungkapnya.

Pagi ini kami beruntung bisa bertemu dengan rombongan ibu-ibu petani yang merawat pohon kopi. Yeffi tidak menyalakan kesempatan dan langsung berfoto Ria. Sebenarnya saat Check-in menjelang malam, saya sudah tertarik dengan konsep Barbeque Camp. Untuk urusan kuliner di sini juga ada Kafe Banaran 9 dan Banaran Sky View.

Pagi ini langkah kaki langsung menuju Barbeque Camp, berkonsep angkringan modern. Mulai buka sore jam 15.00 dan tempat ini untuk menikmati menu barbeque dan steamboat dibalut suasana camping yang menyatu dengan alam.

Meski kami datang diawal hari dan suasananya sepi tapi terbayang tempat ini bisa menjadi lokasi andalan berkumpul bersama sahabat, kerabat, dan komunitas. Kami berdua betah berlama-lama di area barbeque dengan tenda kecil warna-warni sekaligus istirahat sejenak.

Tanaman hias yang berada disekeliling BBQ camp juga tidak luput dari bidikan kamera Yeffi. Kami lalu mencari area Coffee Camp tempat sebagian rekan-rekan media menginap di bawah tenda.



Menurut Frina, area Coffee Camp diluncurkan karena berdasarkan survei Litbang Kompas di tengah pandemi COVID -19, tren wisata dengan konsep outdoor sangat diminati para traveller.

"Coffee Camp ini cocok bagi pencinta adventure, travelling karena dapat langsung menikmati suasana alam dan melihat gunung," kata Frina yang berharap konsep baru di Kampung Kopi Banaran bisa menjadi tujuan bagi wisatawan keluarga dan tamu dari segala umur.

Coffee Camp di Kampung Kopi Banaran

"Wow....yuhu....." teriak saya terkejut melihat Coffee Camp yang menawarkan sensasi berkemah di tengah perkebunan kopi. Kebetulan ada rekan media yang sudah bangun dan beraktivitas di luar tenda sehingga kami bisa langsung bertamu.

Isi kemah ternyata bisa untuk warga senior karena nyaman bergaya glamping dengan berbagai kebutuhan terpenuhi layaknya kamar hotel.

Frina mengatakan, saat ini terdapat 14 tenda kemping berukuran besar di Coffee Camp. Tenda-tenda tersebut langsung mengarah ke pemandangan gunung serta Rawa Pening.

"Spot coffee camp ini memanjakan pengunjung, jadi saat mereka menginap di Coffee Camp bisa langsung melihat pemandangan di bawah yaitu Rawa Pening dan Gunung Telomoyo," ungkapnya. Sesuai namanya, di coffee camp telah disiapkan tenda untuk para pengunjung.

Namun tenda itu tidak seperti tenda pada umumnya. Sebab, di dalam tenda terdapat fasilitas tempat tidur berupa spring bed sehingga pengunjung akan merasa nyaman ketika beristirahat.

Frina mengaku ingin menjadikan Kampung Kopi Banaran yang terdapat fasilitas coffee camp dan sky view sebagai titik kumpul atau tempat kopi darat dari berbagai komunitas terutama milenial dari komunitas sepeda dan olahraga lainnya hingga ke alumni sekolah hingga universitas.

Puas mata memandang dari atas ketinggian keindahan pemandangan yang ada. Terbayang deh bagaimana sensasinya saat menunggu matahari terbit (sunrise) dibalik tenda.

Nikmat mana lagi yang bisa kita dustakan dengan bertadabur alam di pagi hari di Kampung Kopi Banaran ini?

Apalagi kami berdua tidak hanya berkeliling dan melihat-lihat tanaman kopi. Tapi hati ini dibanjiri rasa syukur pada sang pencipta atas keindahan alam yang tinggal dinikmati.

Mengunjungi satu area yang begitu banyak spot menarik untuk berfoto, dimanjakan kuliner yang beragam, sempat menikmati live musik di malam hari, uji nyali di tempat-tempat spot foto yang menantang di Sky View. Terima kasih Ya Rabb.





foto: Pedro Colaco, CEO GuestCentric Systems

10 Tren Hotel yang Wajib Disimak di Tahun 2022

OLEH **HILDA ANSARIAH SABRI**

Melihat kembali pada tahun 2021, saya bangga melihat betapa banyak hotel sekali lagi bersatu dan tumbuh melalui gelombang perubahan dan ketidakpastian.

Terlepas dari liku-liku pembatasan yang berubah, 2021 telah menjadi tahun yang harus diingat dalam hal permintaan perjalanan yang terpendam, dan bagaimana hotel beradaptasi dengannya.

Anda mungkin bertanya-tanya sekarang: "Apa yang tersedia untuk hotel di tahun 2022?" Dari perspektif kami, kami mengantisipasi bahwa sejumlah tren yang muncul selama resesi akan berlanjut di 2022, termasuk interaksi langsung hotel dengan tamu, fokus pada pariwisata lokal.

Dilansir dari Hospitalitynet.org, pada artikel ini, Pedro Colaco, CEO di GuestCentric Systems membagikan apa yang diharapkan menjadi 10 Tren Hotel teratas untuk Ditonton pada tahun 2022

2021 sedikit seperti rollercoaster, dengan pergeseran gelombang dari harapan vaksinasi yang meluas, ke varian baru, dan, entah bagaimana, pemesanan hotel melebihi tingkat pra-pandemi selama periode tertentu dalam setahun.

Hotel diharapkan dapat menjaga momentum ini, tetapi kami juga akan melihat sejumlah perkembangan pasar baru. Dilansir dari Hospitalitynet.org, Pedro Colaco, CEO di GuestCentric Systems membagikan apa yang diharapkan menjadi 10 Tren Hotel teratas untuk Ditonton pada tahun 2022

1. Online Travel Agent (OTA) akan kembali ke strategi pemasaran yang agresif, dan para pelaku bisnis perhotelan harus berjuang lebih keras untuk pemesanan langsung.

Sejak tahun 2020, pemesanan langsung hotel terus tumbuh secara eksponensial, menunjukkan ketahanan paling besar selama krisis dan pulih lebih kuat setelah permintaan perjalanan yang dilanjutkan.

Namun, akhir tahun 2021 sudah menunjukkan tanda-tanda bahwa beberapa pemain utama di ruang OTA meningkatkan investasi pemasaran dan penawaran untuk menangkap momentum pemulihan.

Phocuswire melaporkan bahwa Booking.com lebih dari dua kali lipat pengeluaran pemasarannya pada Q2 tahun 2021 menjadi \$988 juta, naik dari \$461 juta pada Q1, 2021.

Ke depan, raksasa tersebut menyatakan rencana untuk memanfaatkan kampanye serupa dengan inisiatif "Back To Travel", diluncurkan di AS pada bulan April dan di Inggris pada bulan Mei, menawarkan kredit perjalanan untuk masa inap di masa mendatang.

Expedia juga telah menyatakan bahwa mereka telah "mendorong secara agresif ke pemasaran" menjelang tahun 2022. Laporan pendapatan Q2 mengungkapkan penyesuaian beban penjualan dan pemasaran untuk periode tersebut hampir \$1,2 miliar, meningkat 320% dari tahun ke tahun.

OTA biasanya fokus pada grup tertutup, seperti program Genius Booking, dan memiliki kebebasan untuk menyesuaikan tarif sesuai keinginan mereka.



Sejak awal pandemi, pemesanan dan OTA lainnya secara signifikan menurunkan hambatan bagi tamu untuk memasuki grup tertutup ini, yang pada dasarnya berarti OTA memiliki kebebasan untuk menawarkan tarif yang lebih rendah.

Meskipun hotel independen, secara teori, dapat membentuk grup tertutup dengan cara yang sama, mereka tidak memiliki jangkauan sebanyak OTA. Oleh karena itu, kami mengantisipasi bahwa Hotel perlu berjuang lebih keras pada tahun 2022 untuk mendapatkan lebih banyak pemesanan langsung.

Hotel memenangkan lebih banyak pemesanan langsung pada tahun 2021 berdasarkan perjalanan domestik dan iklim yang tidak menentu, di mana tamu lebih cenderung berinteraksi langsung dengan hotel.

Setelah kembali beroperasi seperti biasa, dan pasar internasional dibuka kembali, hotel kemungkinan akan mengalami penurunan dalam pemesanan langsung.

Tetapi hotel harus ingat bahwa kekuatan mereka terletak pada bagaimana situs web mereka mengubah pengunjung menjadi tamu. Pada tahun 2022, hotel perlu memastikan saluran langsung memiliki nilai terbaik.

Meskipun tidak mungkin untuk mengalahkan raksasa dalam hal visibilitas, hotel perlu memastikan saluran langsung mereka (termasuk seluler) dengan jelas memandu keputusan konsumen dan mendorong penjualan langsung.

2. Para pelaku bisnis perhotelan akan sangat fokus untuk mengurangi kekurangan tenaga kerja dan meningkatkan keterampilan tenaga kerja mereka. Ketika dunia ditutup pada tahun 2020, hotel-hotel di AS memberhentikan sekitar 6,2 juta karyawan.

Ketika beberapa negara bagian dibuka, industri melihat sepertiga dari pekerjaan ini pulih musim panas lalu, meskipun pandemi yang sedang berlangsung menghentikan harapan untuk bangkit kembali dengan cepat.

Sektor perhotelan Prancis memperkirakan bahwa 150.000 pekerja telah meninggalkan industri ini. Di Jerman, para ahli serikat memperkirakan bahwa setiap pekerja keenam (hampir 300.000 orang) meninggalkan sektor ini tahun lalu. Ada sekitar 200.000 lowongan di sektor ini di Inggris, di mana efek pandemi telah diperparah oleh Brexit.

Para pelaku bisnis perhotelan perlu menarik dan mempertahankan talenta baru, sekaligus mengurangi pengurusan tenaga kerja yang ada dengan memotivasi mereka dalam pekerjaan mereka.

Teknologi akan membantu memecahkan masalah, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga membuat tim yang ada menjadi lebih efektif, dengan memungkinkan staf mengembangkan hubungan yang bermakna dengan tamu, daripada menghabiskan banyak waktu untuk proses.

Karena permintaan dan hunian terus meningkat, hotel sekarang harus memastikan mereka memiliki orang-orang yang terampil untuk melayani masuknya tamu.

Para pelaku bisnis perhotelan akan sangat fokus pada pertumbuhan dan peningkatan keterampilan tenaga kerja mereka pada tahun 2022.

Menurut penelitian PULSE Hotelier kami yang sedang berlangsung, sebagian besar pelaku bisnis perhotelan yang disurvei menempatkan 'Meningkatkan Keterampilan Tenaga Kerja' di antara prioritas utama untuk pemulihan yang lebih kuat.



foto: Eunice Stahl



foto: Possessed Photography

3.AI dan Otomasi akan diadopsi secara luas di seluruh industri, sebagai sarana untuk mengurangi biaya operasional tanpa mengorbankan layanan.

Karena kondisi sosial dan perjalanan yang disebabkan oleh Covid-19, para tamu kini semakin menghargai interaksi yang lebih efisien dengan hotel yang dengan jelas memandu keputusan pembelian. Hotel harus menanggapi permintaan ini pada tahun 2022.

Mengingat kendala tenaga dan biaya saat ini, kami mengharapkan adopsi teknologi AI secara luas, termasuk Asisten Virtual, ChatBots, Big Data, dan Pembelajaran Mesin, dari hotel pada tahun 2022.

Ini akan lebih memungkinkan hotel untuk merespons permintaan pelanggan yang meningkat, tanpa mengorbankan layanan. Hotel ingin memastikan bahwa mereka memiliki perangkat lunak yang memungkinkan karyawan memberikan layanan yang lebih baik dan lebih efisien dengan waktu dan biaya yang lebih kecil bagi bisnis.

Menurut laporan riset pasar baru yang diterbitkan oleh Global Market Estimates, AI di Pasar Perhotelan akan tumbuh dengan nilai tingkat pertumbuhan tahunan gabungan sekitar 10% dari tahun 2021 hingga 2026.

Adopsi teknis yang tinggi di industri perhotelan karena perubahan dalam operasi bisnis yang terpengaruh dengan adanya pandemi covid-19 akan mendukung pertumbuhan industri. Karena virus corona, berbagai industri memilih alat transformasi digital untuk mengoptimalkan dan mengatur operasi mereka.

Jelas bahwa ada hubungan kuat antara mengadopsi AI yang menyederhanakan masa inap para tamu di semua tahap, sehingga membebaskan anggota tim terbaik di hotel untuk benar-benar terlibat dengan tamu kapan dan bagaimana mereka membutuhkannya – yaitu layanan pramutamu atau hubungan tamu proaktif.

4. Hotel Independen akan ditantang untuk Mengkomunikasikan Keunikan di Google Marketplace. Pada awal Maret 2021, Google mengumumkan peluncuran program Link Pemesanan Hotel Gratis, memberikan Hotel listingan gratis sebagai ekstensi non-bayar Iklan Hotel Google.

Hal ini memberikan peluang bagi hotel untuk meningkatkan visibilitas online dan pemesanan langsung di tempat yang dulu didominasi oleh pengiklan berbayar seperti Booking dan Expedia. Hal ini menyebabkan daftar hotel tersebar luas di program Google Hotel Free Booking Links.

Namun, dengan membanjiri hasil mesin telusur dengan opsi pemesanan, Google menciptakan pasar yang ramai, sehingga memaksa hotel, OTA, dan situs web pemesanan lainnya bersaing untuk mendapatkan visibilitas dan memikirkan bagaimana mereka bisa menonjol. Hotel perlu strategis dalam mengkomunikasikan keunikan di pasar Google.

Salah satu opsi yang jelas adalah berpartisipasi dalam Program Komisi Iklan Hotel. Model CPA (biaya per akuisisi) ini berarti hotel akan membayar komisi kepada Google saat reservasi dilakukan dan bukan per klik, seperti halnya dengan Google Ads.

Ini menunjukkan Google beralih ke model OTA di mana hotel dapat bekerja dengan komisi berdasarkan tarif yang dipesan, seperti Pemesanan atau Expedia. Namun, ini kemungkinan bisa mengakibatkan perang penawaran di mana investor terbesar menang dalam hal visibilitas.

Namun, ada peluang besar di pasar Google untuk mendorong publikasi dan menanggapi ulasan online tamu. Banyak hotel yang berfokus pada manajemen ulasan OTA, tetapi Google bukan hanya opsi yang lebih berharga dan tidak menggunakan saluran, tetapi juga telah mengalahkan Tripadvisor di banyak pasar.



foto: Ridhwan Nordin



foto: Juan Burgos

5. Pelaku bisnis perhotelan akan terus merespons perubahan pasar dengan tangkas, dan sangat fokus untuk menangani pasar baru. Jika memungkinkan, Hotel harus terus menerapkan kebijakan pembatalan fleksibel karena orang masih khawatir tentang bagaimana pandemi akan berkembang.

Hal ini akan terus memberikan kepercayaan kepada calon wisatawan untuk memesan. Untuk membantu memastikan pemesanan, banyak hotel sekarang menawarkan pengembalian dana pembatalan dalam bentuk kredit untuk masa inap di masa mendatang. Ini kemungkinan akan berlanjut pada 2022.

Selain itu, dengan kapasitas penerbangan yang terbatas dan para tamu yang secara aktif mengejar tujuan di negara mereka sendiri, telah terjadi pergeseran yang signifikan dari perjalanan udara ke perjalanan kereta api, bus, dan mobil.

Para pelaku bisnis perhotelan perlu memikirkan strategi untuk diterapkan sehubungan dengan permintaan baru ini, menawarkan parkir gratis dan fasilitas lainnya menuju pasar penggerak.

Hotel juga harus waspada untuk mengatasi pasar baru, seperti yang terjadi pada tahun 2021. Beberapa peluang termasuk backlog perayaan dari tahun 2020 dan 2021 hingga 2022 atau manajemen pendapatan di pasar pernikahan dan perayaan pribadi.

6. Pemesanan Seluler akan terus Berkembang, dan Hotel perlu Beradaptasi.

Pada musim panas 2020, menurut data yang diproses oleh lebih dari 1.500 hotel dalam portofolio Guestcentric, pemesanan seluler meningkat menjadi lebih dari 24%, hampir seperempat dari semua pemesanan hotel.

Peningkatan pemesanan hotel seluler ini tidak menunjukkan tanda-tanda melambat. Rata-rata pada tahun 2021 lebih dari 40% dari total pemesanan pada tahun 2021 (vs rata-rata 27% pada tahun 2020).

Akibatnya, ini berarti bahwa pemesanan seluler berlipat ganda hanya dalam dua tahun yang singkat. Kami berharap tren ini akan berlanjut pada tahun 2022 dan seterusnya.

Menurut perkiraan oleh KPMG dan Facebook, 9 dari 10 pemesanan akan dilakukan melalui seluler pada tahun 2022.

Pada Desember 2021, hingga saat ini, penelitian Guestcentric menunjukkan bahwa seluler mewakili hampir 30% dari total pemesanan.

Karena tidak ada banyak waktu untuk membuat seseorang memesan melalui seluler dibandingkan dengan perangkat lain, hotel perlu menghilangkan keraguan untuk tamu yang memesan melalui perangkat seluler secara efisien.

Kami berharap banyak hotel akan terus mengoptimalkan situs web seluler mereka dalam hal ini, menawarkan konten yang ringkas dan lugas, tautan mudah untuk menghubungi hotel secara langsung melalui telepon, dan mendorong penawaran khusus seluler.



foto: Maximilien T'Scharner



foto: Point3D Commercial Imaging Ltd.

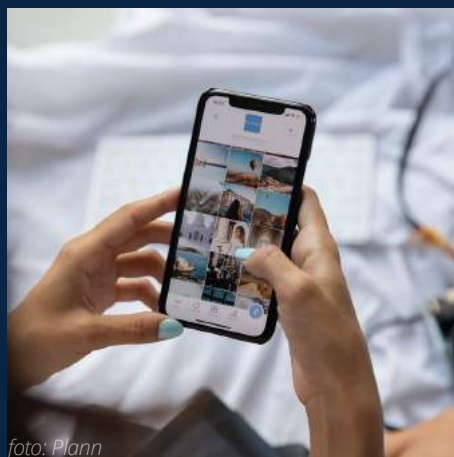


foto: Plann



foto: Christian Lambert



foto: Christian Lambert



foto: Christian Lambert

7. Tahun 2022 Dapat Membawa Pemulihan Perjalanan Bisnis yang Tidak Merata, dan Hotel Perlu Disiapkan.

Dalam laporan baru utama oleh World Travel & Tourism Council (WTTC), yang diterbitkan pada awal November 2021, WTTC memperkirakan pengeluaran perjalanan bisnis mencapai dua pertiga dari tingkat pra-pandemi pada tahun 2022.

penelitian menunjukkan ruang untuk optimisme dengan Asia Pasifik dan Timur Tengah pertama dari blok awal, "kata CEO & Presiden WTTC Julia Simpson.

Mempertimbangkan tahun ini dan berikutnya, data WTTC menunjukkan wilayah mana di seluruh dunia yang memimpin kebangkitan dalam perjalanan bisnis, yang dipimpin oleh Timur Tengah:

- Timur Tengah: Pengeluaran bisnis akan meningkat sebesar 49% tahun ini, lebih kuat dari pengeluaran untuk liburan sebesar 36%, diikuti oleh kenaikan 32% tahun depan.

- Asia-Pasifik: Pengeluaran bisnis akan meningkat sebesar 32% tahun ini, dan 41% pada tahun 2022.

- Eropa: Ditetapkan untuk naik sebesar 36% pada tahun 2021 (lebih kuat dari pengeluaran untuk liburan sebesar 26%) diikuti oleh kenaikan 28% pada tahun 2022.

- Afrika: Pengeluaran akan meningkat sebesar 36 persen pada tahun 2021, sedikit lebih kuat dari pengeluaran untuk waktu luang sebesar 35%, diikuti oleh kenaikan sebesar 23% pada tahun 2022.

- Amerika: Pengeluaran bisnis diperkirakan akan meningkat sebesar 14% tahun ini, dan sebesar 35% pada tahun 2022. WTTC percaya bahwa sementara perjalanan bisnis akan kembali, pemulihannya yang tidak merata akan memiliki implikasi penting di seluruh sektor travel & Tourism (Perjalanan & Pariwisata) global, membuat kemitraan swasta-publik menjadi lebih penting di bulan-bulan dan tahun-tahun mendatang.

8. Hotel akan melanjutkan interaksi langsung dengan tamu. Para pelaku bisnis perhotelan juga diharapkan untuk melanjutkan interaksi langsung dengan tamu selama tahun 2022.

Sekarang, lebih dari sebelumnya, para tamu membutuhkan peningkatan komunikasi di semua tahap pengalaman perjalanan mereka, menggunakan saluran seperti aplikasi WhatsApp atau Media Sosial Messenger dari Facebook dan Instagram.

Selain itu, tetap terhubung dengan tamu masa lalu dan masa depan dan membangun hubungan merek yang kuat sangat penting selama masa yang tidak pasti ini. Hotel kemungkinan akan terus mempromosikan penawaran dan fasilitas eksklusif kepada anggota loyalitas sepanjang tahun 2022.

9. Keberlanjutan akan terus menjadi top of mind untuk hotel di tahun 2022. Menurut Skift Research, 83% pelancong global percaya bahwa perjalanan yang berkelanjutan sangat penting.

Selain itu, menurut Laporan Keberlanjutan Pemesanan 2021, 73% wisatawan akan lebih cenderung memilih akomodasi jika telah menerapkan praktik keberlanjutan. Dari mereka yang disurvei, 61% mengatakan pandemi membuat mereka ingin bepergian lebih berkelanjutan di masa depan.

Tapi itu tidak semua. Menurut studi terbaru Futtera di AS dan Inggris, 88% konsumen menginginkan merek membantu mereka meningkatkan jejak lingkungan dan sosial mereka.

Ketika konsumen semakin sadar dan peduli tentang dampak sosial dan lingkungan dari jejak perjalanan mereka, menjunjung tinggi keberlanjutan bisnis, sosial, dan lingkungan akan terus menjadi penting bagi bisnis untuk mencapai pertumbuhan, menarik klien baru, dan memuaskan pelanggan pada tahun 2022 dan seterusnya.

10. Perjalanan Bleisure dan Ruang Hotel akan lebih diminati. Bekerja dari jarak jauh saat ini telah menjadi hal yang biasa bagi banyak karyawan dan diperkirakan akan menjadi lebih dari sekadar tren yang lewat.

Pergeseran yang dipercepat oleh krisis kesehatan masyarakat global, jumlah perusahaan terkemuka yang belum pernah terjadi sebelumnya – dengan perusahaan teknologi besar seperti Twitter, Facebook, dan Amazon yang memimpin – mengumumkan bahwa mereka akan mengadopsi pendekatan hibrida atau fleksibel untuk bekerja dari jarak jauh.

Menurut studi MICE baru-baru ini oleh Great Hotels of the World, yang diterbitkan pada Desember 2021, Bleisure mengalahkan bisnis grup, dan klien membutuhkan hotel untuk menyediakan kegiatan membangun tim, rekreasi, dan aktivitas luar ruangan yang menarik untuk berkumpul kembali dan menyelaraskan tim mereka.





foto: @surface

Lebih dari 70% pelaku bisnis perhotelan melaporkan bahwa kelompok kecil meminta rekreasi dan kegiatan di luar ruangan. Studi ini juga menunjukkan bahwa lebih dari 46% hotel saat ini menawarkan paket dan tarif Staycation, sementara lebih dari 23% menawarkan tarif workcation untuk kerja/liburan jangka panjang.

Ini berarti bahwa tempat-tempat perhotelan digunakan sebagai kantor sementara untuk pelancong bleisure, serta penduduk setempat yang mencari perubahan lingkungan kerja.

Ini adalah peluang besar bagi hotel dan tempat F&B untuk memanfaatkan tren dan menyesuaikan penawaran mereka untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan segmen yang sedang berkembang ini; soket colokan yang cukup, WIFI kecepatan tinggi gratis, dan kopi yang enak adalah titik awal yang baik.



foto: Djim Loic

Kesimpulan

Dengan meningkatnya permintaan pelanggan, kekurangan tenaga kerja, dan peningkatan keterampilan tenaga kerja akan terus menjadi agenda utama para pelaku bisnis perhotelan pada tahun 2022.

Kami mengantisipasi adopsi teknologi AI secara luas untuk mempertahankan tingkat layanan yang optimal dengan biaya yang lebih rendah, dan dengan tim yang lebih kecil.

AI diatur untuk sebagian besar mengurangi tugas-tugas yang berulang dan administratif, memungkinkan staf untuk menambah nilai lebih.

Dalam hal penjualan dan pemasaran, kami mengantisipasi bahwa OTA akan meningkatkan pemasaran dan tantangan hotel secara signifikan pada tahun 2022. Bersamaan dengan itu, pasar Google juga akan semakin kompetitif bagi hotel independen untuk bersaing.

Khususnya, Pemesanan seluler sedang meningkat menjelang tahun 2022, dan dengan kecepatan pemesanan yang lebih pendek terkait dengan perangkat ini, Pengelola Hotel perlu memastikan situs web seluler mereka memberikan pengalaman pemesanan dan pengunjung yang ringkas.

Dalam hal penjualan dan pemasaran, para pelaku bisnis perhotelan perlu menjadi lebih agresif dalam mencari pemesanan langsung, memastikan situs web mereka menawarkan nilai terbaik kepada tamu dan mendorong lebih banyak pemesanan langsung.

Pelaku bisnis perhotelan juga harus mencari peluang dalam iklim saat ini, mengarahkan penawaran mereka ke pasar dan tuntutan baru yang mungkin muncul di masa yang tidak pasti ini.



PROFESSIONAL PHOTO COVERAGE



Capturing the special moments of your day.



Study Photography is a team of professional photographer based in Jakarta, Indonesia. We have covered numerous events and weddings since 2016 and is extremely highly rated. Book an appointment through our instagram today!

Get huge discounts when you book by December 31th, 2022. For a full list of our services and packages, visit our instagram @study_photography

ADVERTISEMENT



**SPACE
AVAILABLE**

hubungi :
iklan@bisniswisata.co.id

