

TOURISM . LIFESTYLE

PESONA

e-magazine

Edisi IV 2020
www.kemenparekraf.go.id



CREATIVE HUB

WISHNUTAMA

MEMPERKUAT EKOSISTEM EKONOMI
KREATIF MELALUI *CREATIVE HUB*

ANDANU PRASETYO

MIMPIKAN INDONESIA SEBAGAI
KIBLAT KOPI DUNIA

M. NEIL EL HIMAM

CREATIVE HUB

BANDUNG

EXPLORE BANDUNG, JAWA BARAT

Salam Pesona



Salam *Wonderful* Indonesia !

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menjalankan sejumlah program sebagai upaya penanggulangan dampak penyebaran Covid – 19. Salah satu program yang dijalankan untuk mendukung keberlangsungan usaha sektor pariwisata dan ekonomi kreatif adalah dengan membentuk *Creative Hub* di 5 Destinasi Super Prioritas (DSP) yang rencananya akan rampung pada tahun 2021.

Mengutip pesan dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Creative Hub* menjadi wadah bagi pelaku kreatif lokal di Destinasi Pariwisata Super Prioritas untuk memaksimalkan potensi masyarakat, melalui kegiatan seperti *workshop*, *showcase*, *event* kreatif mingguan, dan sebagainya. Harapannya, keberadaan *Creative Hub* dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas pelaku industri kreatif seperti para pengrajin souvenir, seniman, pengusaha kuliner, dan fotografer. *Creative Hub* ini juga diharapkan dapat meningkatkan minat wisatawan untuk datang ke destinasi wisata yang ada disekitarnya.

Sebagai langkah awal, *Creative Hub* akan dibangun di 5 DSP, yakni Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur (NTT), Likupang di Sulawesi Utara, Danau Toba di Sumatera Utara, Candi Borobudur di Jawa Tengah, dan Mandalika di Nusa Tenggara Barat

(NTB). Pembangunan *Creative Hub* di 5 DSP tersebut dilakukan secara bertahap. Tahap awal, pembangunan *Creative Hub* di Labuan Bajo ditargetkan akan rampung pada akhir 2020 sedangkan *Creative Hub* di empat destinasi lain sedang dalam tahap pembangunan.

Creative Hub dapat dimaksimalkan para pelaku UMKM dan wisata lokal untuk menjual dan mempromosikan seluruh potensi yang ada. Diharapkan, *Creative Hub* bukan hanya etalase untuk pamer potensi daerah, tetapi juga harus bisa memfasilitasi pelaku kuliner, fesyen, kain, dan sebagainya untuk bertemu investor atau *buyer* sehingga dapat bermanfaat dan menyejahterakan masyarakat setempat.

Pesona E-Magz Volume 4 Tahun 2020 kali ini akan merangkum sejumlah artikel mengenai para pelaku kreatif dan upaya yang mereka lakukan untuk bertahan di tengah pandemi. Di sini, mereka membagi semangat serta *spirit* untuk tetap berkarya dalam keadaan krisis yang sedang dialami seluruh dunia.

Kepada para pembaca, selamat membaca dan mengambil manfaat, berbagi pengalaman dari semua narasumber maupun untuk memperkaya pengetahuan terkait pariwisata dan ekonomi kreatif.

Kepala Biro Komunikasi

Agustini Rahayu

Penanggung Jawab

Agustini Rahayu

Pemimpin Redaksi

Dadam Mahdar

Penyunting/Editor

1. Albert Rahmat
2. Rinda Medianti
3. Mela Dewinta
4. Yoga Andhika
5. Maya Apriliani
6. Hanifan Fuadi
7. Adi Utomo

Desainer Grafis

1. Kharisma Citra
2. Nurhafidzah B W

Fotografer

1. Fikri Fauz Al Hafidz
2. Reynaldo Yoscar

Sekretariat

1. Tantri Paramita
2. Alfa Istighfar

Pembuat Artikel

1. Rosalina Haudy
2. Juwita Sari
3. Tantri Paramita
4. Asiska Riviyastuti
5. Yohana Paulin
6. Vira Handayani
7. Faisal Achmad

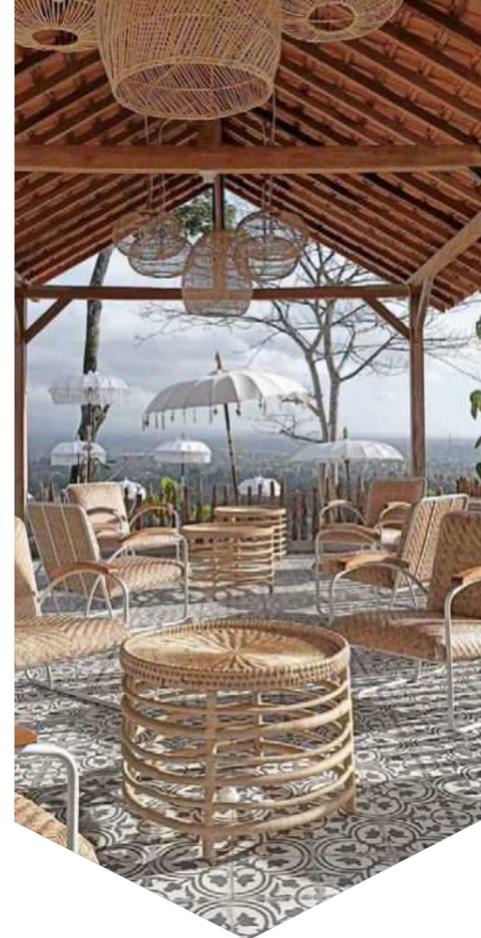
Table of Content

EDISI IV 2020

TRAVEL IN STYLE :

Tetap Kreatif di Masa
New Normal

20



44

TRAVEL BITE :

Menikmati Sajjian Lokal
Yogyakarta Berkonsep
Kekinian di SUWATU by
Milandbay



14

SPOKEN MIND :

Muhammad Neil EL Himam:
Creative Hub



Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat



IT IS SAID :
Memperkuat Ekosistem
Ekonomi Kreatif Melalui
Creative Hub

82



INDONESIA
TREASURE :
Bandung, Jawa Barat

108



OUR RADAR :
Kemenparekraf Revitalisasi
Destinasi Wisata untuk
Tingkatkan Kualitas Pariwisata
di Bali Menparekraf Pastikan
Industri Pariwisata Dan Ekonomi
Kreatif Siap Terapkan Sertifikasi
CHSE

Kemenparekraf Gelar Rakornas
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
2020

Bangkitkan Kembali Sektor
Parekraf, 6606 Pelaku Usaha
Ditargetkan Tersertifikasi
"InDOnesiaCARE" Tahun Ini

UNWTO Apresiasi Penerapan
Protokol CHSE Sektor Parekraf
di Indonesia

72

CREATIVEPRENEUR :
Andanu Prasetyo: Mimpikan
Indonesia sebagai Kiblat Kopi
Dunia

94

LUXURY ESCAPE :
The Highland Park Resort
Bogor: Sensasi Glamping di
Kaki Gunung Salak



126

TUNE IN :
Nadin Amiza: Muda, Kreatif,
Penuh Karya dan Prestasi

150

62

TRAVEL ADDICT :
Berangkat dari Hobi,
Agung Afif Sukses Majukan
Pariwisata Indonesia



90

TIPS :
Tetap Produktif di Era
Kenormalan Baru

142

HOT NEWS :
Andrian Ishkak, Pelopor Molecular
Gastronomy di Indonesia



@DIONWIYOKO



wiyoko

DION

Foto: www.instagram.com/dionwiyoko

Tak Pernah Lepas dari

KAMERA

Bagi pecinta dan penikmat film Tanah Air, nama Dion Wiyoko sudah tak asing. Dion memulai karir sebagai model majalah setelah memenangkan kompetisi modelling pada 2003. Laki-laki asal Surabaya ini telah membintangi puluhan judul film layar lebar, sinetron, film TV, iklan, dan bintang video klip.

Tak hanya memiliki passion di bidang acting, pemain film Cek Toko Sebelah ini juga sangat tertarik dengan dunia fotografi. Hasil fotonya bahkan tak kalah keren dengan jepretan fotografer profesional. Laki-laki kelahiran 3 Mei 1984 ini mengaku tertarik dengan dunia fotografi sejak tahun 2011. Ketertarikan ini muncul seiring dengan hobi *travelling* yang ia miliki dengan mengabadikan momen-momen menarik, keindahan alam maupun budaya dan aktivitas masyarakat daerah yang dikunjungi.

Berawal dari *handphone*, lama kelamaan Dion tertarik untuk mengasah kemampuan dan kualitas dengan membeli kamera profesional. Sejak 2014, Dion mengaku belajar menggunakan kamera profesional secara otodidak. Bahkan bisa dikatakan, Dion tak bias lepas dari kamera.

Foto: www.instagram.com/dionwiyoko

“

Saya suka memotret secara spontan sehingga biasanya kemanapun pergi selalu membawa kamera.

- Dion Wiyoko

”

Land scape

foto

@dionwiyoko

Foto: www.instagram.com/dionwiyoko



Media sosial yang makin berkembang pun mendukung hobi fotografinya, terutama Instagram. Tak jarang dia membagikan foto-foto hasil jepretannya di media sosial tersebut. Konsistensi menyuguhkan karya fotografi yang apik, membuat pemenang penghargaan Pemeran Pendukung Pria Terfavorit Indonesian Movies Actor Awards 2017 ini dilirik salah satu brand kamera untuk menjadi *brand ambassador*.

"Hobi saya ini memberi kesempatan untuk bekerja sama dengan *brand* kamera, sehingga saya mendapat dukungan lebih untuk mengasah *skill* dan memiliki *camera gear*," kata Dion.

Dia mengungkapkan objek foto yang menarik minatnya adalah pemandangan dan orang. "Saya lebih suka mengeksplorasi daerah baru untuk mengenal budaya dan keindahan alam, sehingga kebanyakan foto saya adalah *landscape*, *human interest*, dan *street photography*," ungkapnya.

HUMAN INTEREST

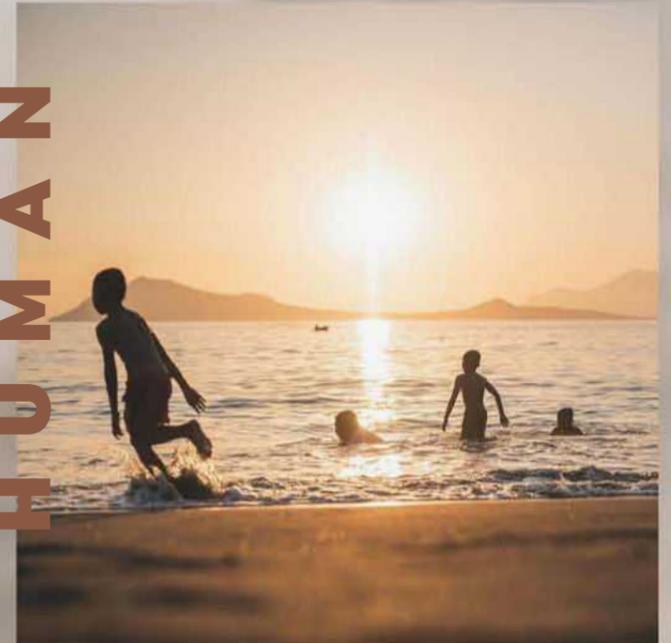
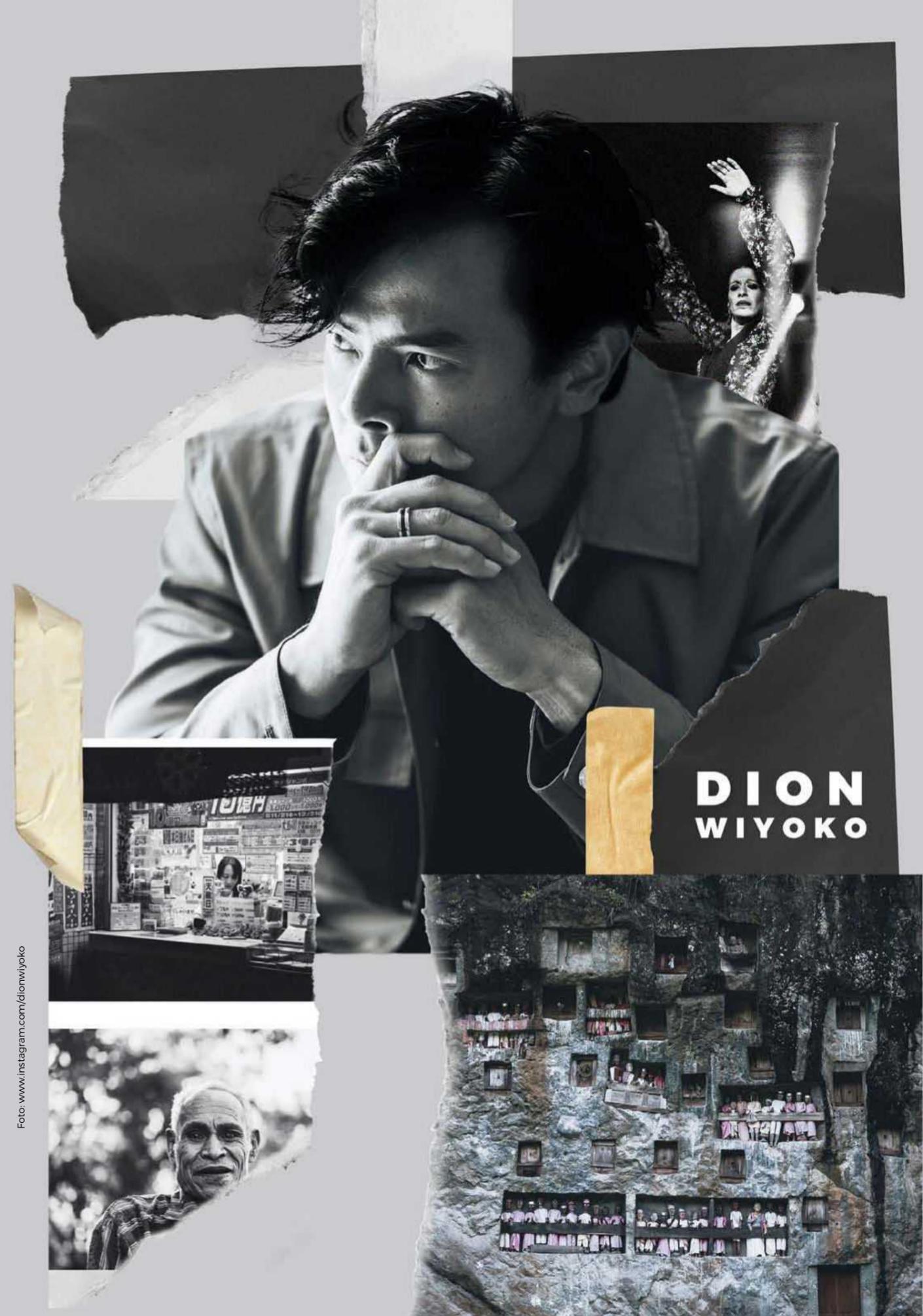


Foto: www.instagram.com/dionwiyoko



Foto: www.instagram.com/dionwiyoko



**DION
WIYOKO**

Foto: www.instagram.com/dionwiyoko

THE OCULUS JOURNAL

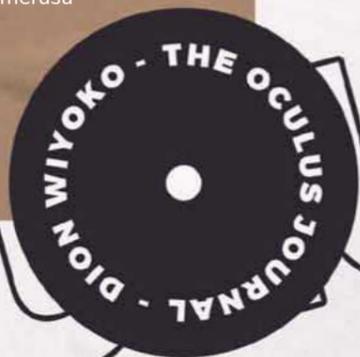
Kecintaan pada fotografi juga mengantarkannya membuat akun di Instagram untuk *project* terbarunya, yakni @theoculusjournal, yang bertujuan untuk menampilkan berbagai karya foto yang ia hasilkan. Meski begitu, Dion mengatakan bahwa melalui akun tersebut, dia ingin mewadahi dan membentuk komunitas.

"Akun baru ini saya buat untuk merepresentasikan hobi fotografi. Akun ini juga untuk *me-repost* dan menampilkan foto-foto karya teman. Jadi harapannya, akun ini bukan hanya sekedar menjadi akun pribadi. @theoculusjournal secara periodik menampilkan tema yang berbeda," kata Dion.

The Oculus Journal berarti sebuah jurnal fotografi dari perspektif mata seorang fotografer. Karya pertama yang diunggah di @theoculusjournal pada 1 Februari 2019 adalah *The Oculus Journal: IMLEK 2570*.

Diakuinya, akun baru tersebut belum terlalu aktif karena terkendala pandemi COVID-19 yang membuat pergerakan menjadi terbatas sehingga aktivitas memotret pun tidak bisa dilakukan sebebaskan sebelumnya.

Namun dia mengatakan bahwa beberapa bulan terakhir ini, ia telah mulai melakukan perjalanan dan berkunjung ke sejumlah destinasi wisata yang telah menerapkan protokol kesehatan, yang membuat wisatawan merasa aman dan nyaman sehingga bisa berlibur untuk melepas penat.



NTT, INDONESIA



TIMOR TENGAH SELATAN



SUKU BOTI



“

Pandemi COVID-19 memang membatasi mobilitas, tapi bukan berarti aktivitas fotografi berhenti. Jika ada kesempatan untuk mengambil gambar, yang utama adalah menghindari kerumunan dan menjaga jarak dengan objek.”

- Dion Wiyoko

MUHAMMAD NEIL EL HIMAM



3D CREATIVE HUB

Creative hub, tempat berkumpulnya para pelaku kreatif, kini makin banyak tersedia. Itupun tampaknya belum cukup, mengingat saat ini semakin banyak anak-anak muda Indonesia yang membutuhkan keberadaannya, terutama mereka yang bergelut di industri kreatif. Karena itu, Kemenparekraf/Baparekraf telah mulai membangun creative hub di lima Destinasi Super Prioritas (DSP) dalam kurun waktu 2020-2021.

Adapun kelima DSP tersebut adalah Labuan Bajo di Nusa Tenggara Timur (NTT), Likupang di Sulawesi Utara, Danau Toba di Sumatera Utara, Candi Borobudur di Jawa Tengah, dan Mandalika di Nusa Tenggara Barat (NTB). Selain dapat menjadi pusat kegiatan bagi para pelaku industri kreatif yang ada di sekitar kawasan DSP, diharapkan pula menjadi sentra souvenir serta pusat kegiatan perbelanjaan produk khas daerah tersebut, sehingga dapat meningkatkan perekonomian masyarakat setempat.

Muhammad Neil El Himam, Deputi Bidang Ekonomi Digital dan Produk Kreatif memiliki pandangannya sendiri mengenai *creative hub*. Menurutnya, *creative hub* sudah ada dari jaman dahulu yang biasa kita dengar dengan sebutan gelanggang remaja. Itu merupakan wadah dari para pelaku ekonomi kreatif untuk membuat pertunjukan, musik, maupun event olah raga. Fungsinya tidak hanya sebagai pengembangan talenta, sarana bertukar pikiran atau ide-ide kreatif, bahkan juga sebagai media untuk *show case*-nya. Sehingga diharapkan terjadi peningkatan dari segi kuantitas dan kualitas dari karya-karya kreatif di Indonesia.

“*Creative hub* sendiri sangat diperlukan, karena kreativitas tidak dapat bekerja sendiri dan diperlukan ekosistemnya. Jadi ekonomi kreatif memiliki rantai nilainya sendiri, yaitu dari mulai proses kreasi, produksi, distribusi, konsumsi, hingga konservasi. Selain rantai nilainya, ekonomi kreatif juga harus dibantu dengan kerja sama dari ABCGM (Akademisi, Bisnis, Komunitas, Pemerintah, dan Media)”, ujarnya.

VIRTUAL TOUR

Berbicara mengenai industri pariwisata dan ekonomi kreatif di Indonesia saat pandemi Covid-19, tentu sangat berdampak besar. Neil El Himam memberikan tips untuk para pelaku pariwisata dan industri kreatif agar tetap bisa bertahan di situasi saat ini. "Kita sebagai pelaku kreatif harus mencari alternatif lain di masa pandemi seperti sekarang ini. Contohnya di bidang kuliner, ketika biasanya menjual produk makanan siap saji, maka bisa beralih dengan menjual *frozen food* ataupun makanan siap saji yang dibekukan. Sehingga bisnis yang kita jalankan tetap bisa berjalan dalam situasi Covid-19 seperti sekarang ini", katanya.

Beralih ke industri pariwisata. Walaupun Neil sangat menyukai *traveling*, tetapi di situasi seperti sekarang ini, ia memberikan pendapatnya

untuk para *millennials* yang tetap ingin berlibur pada saat tahun baru. Menurutnya cara yang paling aman, murah, dan efektif yaitu dengan melakukan virtual tour. Selain lebih aman, juga dapat memberdayakan para pramuwisata yang ada di daerah untuk mempromosikan pariwisatanya.

Hal itu sejalan dengan program Kemenparekraf/Baparekraf yang bekerja sama dengan para pramuwisata untuk melakukan *virtual tour*. Ternyata cukup banyak orang yang rela membayar untuk melakukan *virtual tour* secara interaktif. Hal ini sejalan dengan inti dari kegiatan ini, yaitu agar tetap memberikan penghasilan kepada para pramuwisata di daerah supaya bisa bekerja pada masa pandemi Covid-19.

“
Bangga
Produk Kreatif
Indonesia
”

Muhammad Neil
El Himam —



Tetap Kreatif

di Masa New Normal

Berkarya dimasa pandemi Covid-19 menuntut kita untuk tetap kreatif dan inovatif. Kita juga harus terus menjaga pola hidup sehat dan mematuhi protokol kesehatan.

Make Up	: Vira Handayani @hndynvr
Models	: Difa Citha Saphira @difagithasaphira Moh Zainul Abidin @Zeyn.Abd05 Tantri Paramita @imacullataparamita
Fotografer	: Arief Pebrianto Yunus
Asisten Fotografer	: Faisal Achmad
Stylist	: Vira Handayani dan Tantri Paramita
Konsep dan Desain	: Kharisma Citra dan Albert Rahmat
Wardrobe	: KN Couture, Etnicowear, Rumah Tenun, K.I.T.A
Lokasi	: Lombok Mandalika

Terima kasih kepada: ITDC Kuta Mandalika





INDUSTRI EKONOMI KREATIF

saat ini membutuhkan inovasi digital sebagai ruang untuk berekspresi serta akses untuk berkembang secara positif dan menjadi pendorong bagi bangkitnya ekonomi dari dampak pandemi Covid-19



Loc : Coa kotak

Wardrobe : Ethnicowear



Nusa Tenggara Barat (NTB)

merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya dengan keragaman budaya

Tak hanya terkenal dengan *kain tenun* dan *pantainya*, Nusa Tenggara Barat juga menyajikan keunikan panoramanya.

Wardrobe : Rumah Tenun

Loc : Goa kotak



Loc : Pantai Kuta Mandalika

Wardrobe : Rumah Tenun, K.I.T.A, KN, Couture

Salah satu cara memajukan negeri
dengan **mencintai** dan **bangga**
menggunakan produk Indonesia.





Mandalika

Nusa Tenggara Barat

merupakan salah satu dari 5 destinasi super prioritas, memiliki kekayaan alam yang luar biasa. Perpaduan eksotika alam yang indah dan kreatifitas lokal dapat menjadi inspirasi dalam berkarya.



Loc : Desa Wisata Sasak Ende

Wardrobe : Rumah Tenun

Nusa Tenggara Barat (NTB)

merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang kaya dengan keragaman budaya, salah satunya kain tenun, dengan menggunakan alat tradisional yang secara langsung dapat kita lihat prosesnya di Desa Wisata Sasak Ende.



TETAP BERINOVASI

dan

BERKARYA

TAMPI ASIH

Loc : Pantai Tanjung Aan

Wardrobe : Rumah Tenun



Abenk

Alter

Bicara Karya Seni
Dan Creative Hub

Abenk Alter, pria yang memiliki nama asli Rizqi Ranadireksa, yang dulu dikenal sebagai musisi kini telah beralih profesi menjadi seorang pelukis. Berawal dari hobi dan kegemarannya menggambar sedari kecil, tiga tahun yang lalu Abenk memantapkan hatinya untuk memaksimalkan potensinya di bidang seni lukis.

Pilihan yang Abenk geluti saat ini memerlukan proses kreasi yang cukup panjang, tidak ditemukan atau didapatnya begitu saja. Dibutuhkan waktu lama untuk membentuk setiap pengalaman yang dilaluinya menjadi sebuah keyakinan yang melahirkan apa yang dinamakan *passion*.

“Menurut gue pribadi, kolaborasi itu sesungguhnya merupakan medium atau kesempatan gue untuk mengeksplorasi dan mencoba membuat sesuatu atau pendekatan maupun proses kreasi karya yang baru.”

- Abenk Alter

Menurut kebanyakan orang, Abenk dikenal sebagai seniman dengan gaya/karakteristik lukisan abstrak. Beberapa input dan opini dari rekan serta teman-temannya pun mengatakan karakteristik melukis Abenk masuk ke dalam kategori abstrak figuratif atau terkadang dikatakan *cubism inspired*. Namun sebenarnya Abenk sendiri tidak pernah memberikan label pada hasil karyanya, karena ia tidak mau membatasi diri dalam berkarya dan lebih senang bereksplorasi guna meningkatkan kemampuan melukisnya.

Dalam melukis, Abenk seringkali memilih warna yang terkesan cerah atau *colorful* karena ia ingin menampilkan “harmoni”. Unsur harmoni tersebut ditampilkannya melalui penyatuan kombinasi rasa seperti rasa bahagia, sedih, terharu, dan juga ketenangan dalam karya seni yang dibuatnya.

Salah satu hasil karya Abenk yang menurutnya paling berkesan dalam konteks pameran adalah lukisan 2x2 yang berjudul “Pro Eksistensi”. Lukisan tersebut berhasil lolos masuk ke pameran kolektif di Galeri Nasional dan ini merupakan pameran pertama yang digelar Abenk. Sedangkan, dalam konteks komersial, karya yang menjadi favorit Abenk yaitu mural untuk kedai Filosofi Kopi.

Belum lama ini Abenk telah melakukan kolaborasi dengan salah satu jenama fesyen internasional ternama. Kolaborasi ini terjadi karena adanya keselarasan atau kesamaan DNA antara Abenk dengan jenama tersebut, klasik namun memiliki karakter yang menyenangkan, ceria, dan optimistis. “Menurut gue pribadi, kolaborasi itu sesungguhnya merupakan medium atau kesempatan gue untuk mengeksplorasi dan mencoba membuat sesuatu atau pendekatan maupun proses kreasi karya yang baru,” kata Abenk.





Berkaitan dengan program Creative Hub yang sedang dibangun oleh Kementerian Pariwisata dan ekonomi Kreatif di 5 Destinasi Super Prioritas, Abenk turut menyatakannya dukungannya. Menurutnya, Creative Hub ini bermanfaat sebagai medium untuk mendorong kemajuan industri ekonomi kreatif di Indonesia, sehingga perlu dibangun di beberapa daerah di Indonesia. Abenk juga berharap agar Creative Hub tersebut bukan hanya menjadi euforia sesaat, namun dapat dijalankan dengan konsisten sehingga mampu menghasilkan sebuah karya berkualitas dan sinergi yang kuat antara Pemerintah dan pelaku industri kreatif.

Guna mempertahankan dan menjalin aktivitas sosial dan ekonomi kreatif pada Creative Hub, Abenk juga menyarankan perlu adanya *program director* yang bertugas menjaga, mengembangkan, dan mengkurasi karya dalam Creative Hub ini.

“Meningat judulnya ‘hub’, program ini harus menjadi tempat bertemunya banyak profesi, kesempatan, dan pemikiran. Saya berharap, ke depannya program ini mampu membuka pintu-pintu kreatif lainnya, sehingga bisa menjadi medium bagi para pelaku ekraf dalam berkreasi. Intinya, kita sebagai pelaku kreatif jangan pernah cepat puas dalam menghasilkan karya, terus gali potensi diri dan jangan pernah takut untuk memulai,” pungkask Abenk.

Ketika ditanya seputar travelling, Abenk mengaku bahwa Bandung, Yogyakarta, Bali, dan Flores merupakan beberapa destinasi wisata favoritnya. Mengingat seni, budaya, hingga kekayaan alam destinasi tersebut sungguh indah dan membuat dirinya kagum.

Abenk juga berpendapat bahwa hasil karya seorang seniman dapat menjadi daya tarik wisata di Indonesia. “Pelaku seni harus terus berkembang dalam melahirkan karya seni yang baru dan berkualitas. Sementara, Pemerintah diharapkan mau terbuka, terus belajar, cermat dalam melihat peluang serta mempunyai niat yang serius untuk membantu pelaku industri seni. Bukan hanya berfokus pada aspek komersial dan nilai ekonominya saja, tetapi Pemerintah diharapkan benar-benar memberdayakan para pelakunya,” jelas Abenk.





Menikmati Sajian Lokal Yogyakarta Berkonsep Kekinian di SUWATU *by* Mil & Bay

Membicarakan kuliner nusantara memang tidak pernah ada habisnya. Bagaimana tidak, setiap daerah di nusantara memiliki kuliner khas yang selalu berbeda dan mempunyai keunikan tersendiri. Apalagi kini pelaku usaha di subsektor kuliner, mengemasnya dengan cara yang menarik, baik dari segi sajian makanan hingga suasana restoran. Seperti halnya yang dilakukan oleh restoran SUWATU *by* Mil & Bay yang berlokasi di daerah Sumberwatu, Sambirejo, Prambanan, Kabupaten Sleman, Yogyakarta.



SUWATU

SUWATU menyuguhkan sebuah tempat kuliner dengan pemandangan dari ketinggian yang memiliki udara sejuk dan panorama pemandangan yang indah. Jika cuaca sedang cerah, pengunjung pun dapat menikmati sunset dengan leluasa melempar pandangan ke Gunung Merapi, Gunung Sumbing, Gunung Lawu, Candi Prambanan, Candi Sojiwan, sembari menikmati makanan yang disediakan.



Nama SUWATU adalah singkatan dari 'SU' dalam bahasa sansekerta yang berarti baik dan aman. Sedangkan 'WATU' dalam bahasa jawa bermakna kuat. Nama ini dipilih sebab SUWATU berada di atas gunung yang paling aman karena memiliki struktur batu berbeda dibandingkan gunung lainnya di Yogyakarta. Tak hanya itu, di Sumberwatu terdapat mata air kecil di bawah batu yang menghidupi warga sekitar.



Restoran ini dibangun sejak akhir 2019, dan baru dibuka untuk umum pada awal November 2020. Hingga kini masih dilakukan pembangunan yang sempat tertunda karena pandemi COVID-19. Meski demikian, restoran sudah bisa dinikmati dari segi suasana, dekorasi, hingga hidangannya.

Konsep dekorasi restoran yang ditawarkan oleh SUWATU sangat unik, estetik, dan kekinian, dengan payung tedung khas Bali, gentong air, dan tumbuhan anggrek ekor tupai yang menjadi ciri khasnya. Ketiga ciri khas ini tentunya memiliki makna tersendiri.



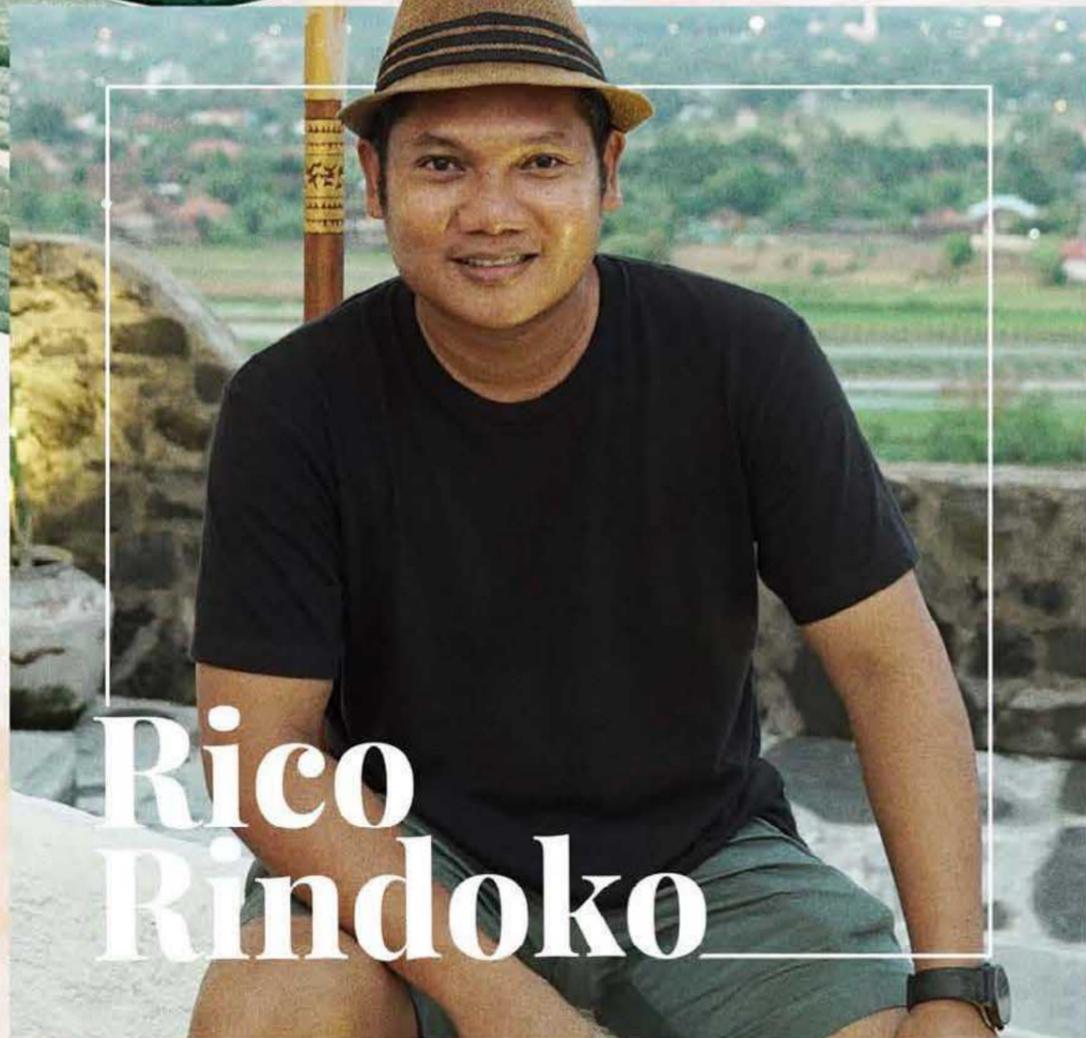


Gentong air bermakna sebagai pertanda bahwa dahulu masyarakat Sumberwatu menjadikan gentong air tempat penyimpanan air, yang di mana air bisa dibilang sangat terbatas untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Hal tersebutlah yang membuat gentong air terbilang cukup bersejarah di Sumberwatu. Gentong-gentong yang berada di SUWATU pun asli dari masyarakat Sumberwatu.





Payung tedung khas Bali ini dipesan langsung dari Bali. Sang pemilik SUWATU, Rico Rindoko, mengaku menyukai kebudayaan Bali, sehingga ia memilih memberikan sedikit sentuhan Bali pada konsep dekorasi restorannya. Sedangkan anggrek ekor tupai ini adalah tanaman yang kerap tumbuh di Sumberwatu. Keindahan tanaman inilah yang menjadikan anggrek ekor tupai salah satu ciri khas dekorasi restoran SUWATU.



Rico Rindoko



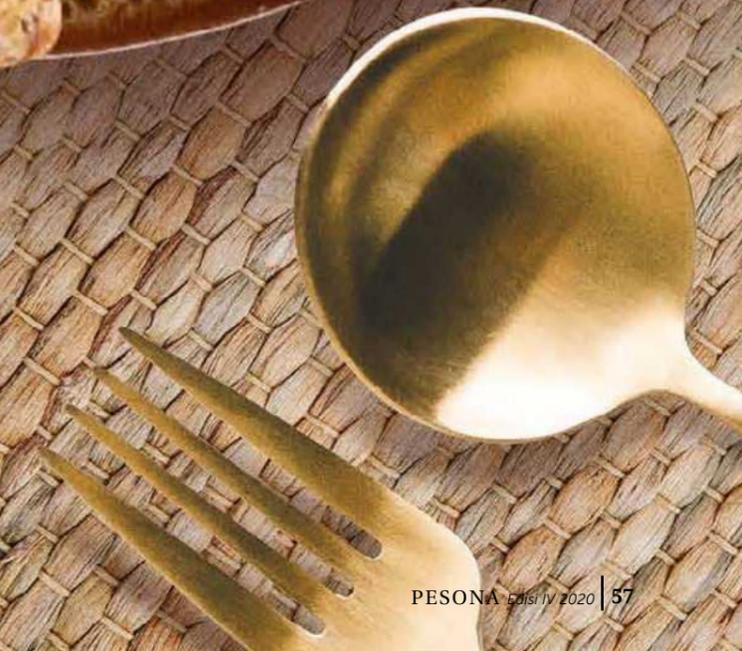
Makanan yang disajikan di SUWATU adalah makanan lokal dengan konsep penyajian sistem buffet. Pengunjung dapat memilih dua paket buffet, yaitu paket Sojiwan dengan harga Rp 100 ribu untuk per pax untuk orang dewasa, Rp 50 ribu per pax untuk anak usia 5-10 tahun, dan gratis apabila anak di bawah 5 tahun.

Paket menu Sojiwan terdiri dari menu pembuka yaitu bakwan, tempe goreng, dan keripik sayuran. Kemudian menu utama yang terdiri dari pilihan nasi putih dan nasi merah, ayam goreng, sop ayam, mangut lele, lodeh tempe cabe ijo, oseng daun pepaya, balado goreng, trancam, dan gubahan. Sedangkan menu penutupnya terdiri dari buah dan rujak eskrim. Untuk minumannya, pengunjung dapat memilih es teh manis, teh panas, air mineral, jamu kunyit asam, dan air jahe.



Ada juga menu paket Prambanan yang dikenakan biaya Rp 200 ribu per pax untuk orang dewasa, jika berumur 5-10 tahun hanya dikenakan 100 ribu per paxnya, dan gratis apabila di bawah usia 5 tahun.

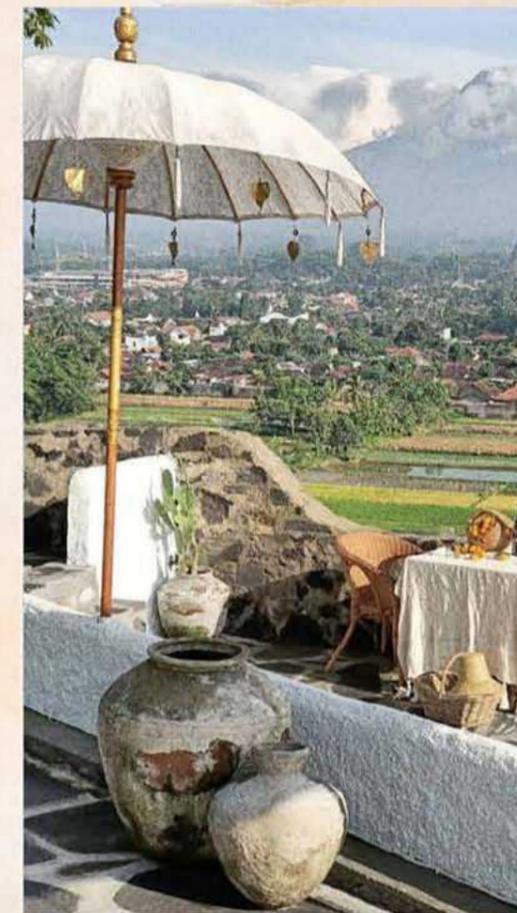
Untuk paket Prambanan terdiri dari menu pembuka yang berisi bakwan, tempe gembus goreng, ubi cilembu bakar, dan bubur sumsum. Kemudian untuk menu utamanya berisikan pilihan nasi merah dan nasi putih, sop ayam, mangut lele, lodeh tempe cabe ijo, oseng daun pepaya, balado terong, trancam, gundangan, ayam semur, ayam goreng, nila goreng, sayur seasonal. Sedangkan menu penutupnya terdiri dari buah dan rujak eskrim. Pengunjung juga dapat memilih minuman yang terdiri dari es teh manis, teh panas, lemon tea, air mineral, jamu kunyit asam, air jahe, dan empon-empon.





Tak perlu diragukan lagi untuk menikmati makanan lokal Yogyakarta ini, karena sajian yang berada di SUWATU adalah kreasi dari ibu-ibu lokal yang tinggal di desa Sumberwatu. Mereka pun dibina oleh *chef* handal untuk dapat menghasilkan sebuah resep dengan takaran yang tepat dan nikmat.

SUWATU memang memiliki tujuan untuk memberdayakan masyarakat desa sekitar dengan mempekerjakan dan melatih masyarakat agar memiliki penghasilan. Misalnya dengan membuat masyarakat sekitar menghasilkan produk UKM, yang nantinya dapat dijual di galeri UKM SUWATU. Hal ini bertujuan untuk memajukan perekonomian masyarakat desa.



Jika ingin menikmati wisata kuliner di SUWATU, pengunjung perlu melakukan reservasi terlebih dahulu. Sebab, pengunjung hanya dibatasi 60 orang perharinya, yang di mana hanya dibuka dari pukul 16.00 WIB hingga pukul 20.00 WIB. Hal ini dikarenakan untuk menerapkan protokol kesehatan dalam situasi pandemi COVID-19 dengan menekan jumlah pengunjung yang membludak. Selain itu, sistem reservasi ini juga ditunjukkan agar *target market*nya tersaring dan pengunjung dapat menikmati suasana dengan SUWATU dengan rasa aman dan nyaman.



Foto: www.instagram.com/gungafif

Foto: www.instagram.com/gungafif

Berangkat Dari Hobi, Agung Afif Sukses Majukan Pariwisata Indonesia

Indonesia memiliki potensi pariwisata luar biasa yang tentunya menarik dan layak untuk dikembangkan sebagai peluang usaha. Agung Afif, pemuda berusia 27 tahun yang memiliki hobi jalan-jalan untuk mengeksplorasi keindahan destinasi wisata di Indonesia adalah salah satu contoh wirausaha yang sukses mengembangkan hobinya menjadi peluang usaha. Kini, ia telah berhasil menjadi pengusaha muda di bidang pariwisata dan telah memiliki tiga perusahaan dan empat kapal pesiar.

Agung Afif merupakan CEO dan *Founder* dari *Tour Operator* Indonesia Juara yang berfokus mempromosikan pariwisata Indonesia Timur yang begitu memesona. Saat ini, banyak kliennya yang berasal dari dalam negeri maupun luar negeri yang telah menggunakan jasanya untuk menikmati destinasi wisata tersebut.

Agung menceritakan awal mula dirinya terjun menjadi pengusaha. Saat masih kuliah, Agung diajak oleh seorang teman ke air terjun di Bogor yang memiliki akses jalan cukup sulit, karena harus menempuh perjalanan empat jam untuk sampai di lokasi.

"Awalnya pas saya kuliah di Bandung, saya hobi banget eksplorasi alam. Ada salah satu teman saya yang ngajakin ke Bogor buat *explore* air terjun yang indah banget, sayangnya aksesnya masih susah. Setelah menempuh perjalanan hampir 4 jam, sampai sana saya kaget, tempat seindah ini nggak ada turis satu pun. Di sana cuma ada warga setempat," sambungnya.

“Saya merasa bangga bisa mempromosikan destinasi wisata Indonesia Timur ke dunia luar sekaligus mendukung program pemerintah di sektor pariwisata.”

- Agung Afif

Indonesia Timur
Wisata

Foto: www.instagram.com/gungafif

Foto: www.instagram.com/gungafif

Agung lalu berinisiatif untuk merekam keindahan destinasi tersebut dan membuat sebuah laman bernama Bogor Juara Travel guna mengeksplorasi keindahan destinasi wisata tersembunyi di Bogor.

Ketika *travelling*, Agung banyak mengabadikan foto juga video destinasi wisata yang dikunjunginya melalui telepon genggam yang dimilikinya. Ia lalu mempublikasikannya di media sosial. Tak disangka, unggahannya ternyata mendapat respon positif dari banyak orang yang akhirnya membuka peluang usaha baginya. Sejak itu, berbagai tawaran jasa untuk menemani ke daerah wisata yang dipromosikannya mulai menghampirinya.

Setelah sukses mengeksplorasi keindahan Bogor, Agung mulai mencari referensi destinasi wisata lain yang belum banyak diketahui orang dan membutuhkan jasa *tour operator*, salah satunya Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur.

“Saya merasa bangga bisa mempromosikan destinasi wisata Indonesia Timur ke dunia luar sekaligus mendukung program pemerintah di sektor pariwisata,” ujar pemuda kelahiran Sonsang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat ini.



Agung pun menjelaskan alasan dipilihnya Labuan Bajo sebagai referensi destinasi wisata yang dipromosikannya karena sekitar tujuh tahun yang lalu ia melihat Labuan Bajo belum sepopuler sekarang. Saat itu, banyak sekali wisatawan yang ingin berlibur ke sana tapi masih bingung bagaimana caranya ke sana, belum lagi biaya transportasinya yang mahal.



Banyak suka duka yang telah dijalani Agung saat mempromosikan Labuan Bajo, seperti tinggal di sebuah penginapan sederhana, bertahan hidup dengan makan mie instan, hingga mendapat cibiran tentang pekerjaan yang dilakukannya saat itu. Semua hal yang dialaminya justru membuat Agung semakin bersemangat. Ia yakin apa yang dilakukannya adalah "panggilan" jiwanya yang akan membawanya pada kesuksesan.

Foto: www.instagram.com/gungafif

Foto: www.instagram.com/gungafif



Agung Afif

Foto: www.instagram.com/gungafif
Foto: www.instagram.com/gungafif

Agung sangat menyakini bahwa sektor pariwisata dan ekonomi kreatif mampu menyerap ribuan tenaga kerja dan mendatangkan pendapatan bagi penduduk setempat. Ia merasakan betul bahwa kedatangan wisatawan akan mampu memberikan dampak bagi banyak orang khususnya bagi pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif seperti jasa transportasi, restoran, oleh-oleh, hotel dan lain sebagainya. Menurutnya, sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki *multiplier effect* yang sangat besar, yang intinya mampu menggerakkan roda perekonomian masyarakat.

Kerja keras yang dilakukannya akhirnya mulai menunjukkan hasil. Perlahan tapi pasti, ia berhasil mempromosikan sekaligus membangun fondasi bisnis wisata di Labuan Bajo. Agung kini sukses memiliki 4 kapal pesiar yang disewakannya pada wisatawan yang berkunjung ke Bajo. Ia menawarkan harga 60 juta rupiah untuk salah satu kapal yang dimilikinya bagi wisatawan yang ingin menikmati Bajo selama 3 hari 2 malam dengan total 20 orang penumpang.





Foto: www.instagram.com/gungafif

Selain membuka usaha persewaan kapal bernama Komodo Lautseri, Agung juga menjalankan dua usaha lainnya seperti *production house (PH)* dan juga *Tour Operator* yang mengoperasikan *trip* dari Sabang sampai Merauke dengan memberdayakan langsung masyarakat lokal.

Kisah sukses Agung dalam membangun bisnisnya menjadi sebuah bukti nyata bahwa kerja keras yang dilakukan dengan baik akan menuai hasil yang memuaskan di akhir. Kegigihannya membangun ekosistem pariwisata yang selama ini belum terjamah dan pemberdayaan masyarakat lokal yang dilakukannya telah membuka mata kita bahwa Indonesia memang memiliki potensi besar di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif untuk dikembangkan ke depan.

Agung berharap bisa menginspirasi generasi muda untuk berani mengejar *passion* yang mereka inginkan. Menurutnya, ambisi dan keinginan untuk sukses saja belum cukup, kita perlu mengetahui apa yang kita inginkan, mengerti mengapa kita melakukannya, dan mendedikasikan setiap hembusan nafas kita untuk mewujudkannya.

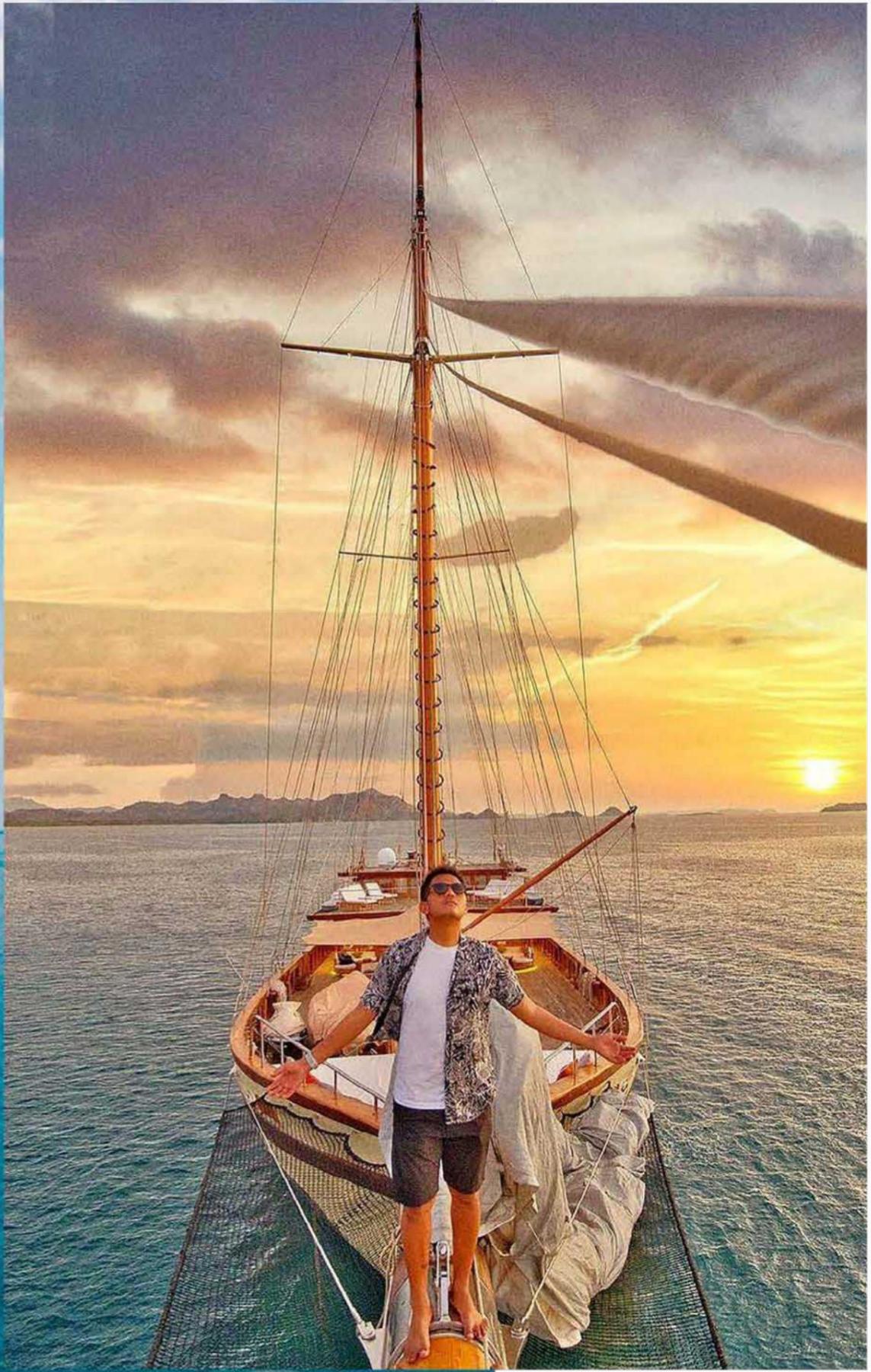


Foto: www.instagram.com/gungafif



Andanu Prasetyo

Mimpikan Indonesia sebagai Kiblat Kopi Dunia

Budaya ngopi atau minum kopi, sudah mendarah daging sejak zaman nenek moyang bangsa Indonesia. Biasanya, kopi akan disajikan di pagi hari sebelum memulai aktivitas, di kala hujan, atau saat menjamu tamu di rumah. Kopi juga akan disajikan bersama camilan, atau yang biasa disebut teman ngopi.

Saat ini, penyajian kopi telah beralih dari kopi cangkir ke 'coffee to go' yang dikemas dalam botol dan *paper cup*. *Coffee to go* dinilai lebih praktis bagi sebagian orang, terutama bagi mereka yang memiliki tingkat kesibukan tinggi.

Seperti diketahui, Indonesia merupakan salah satu negara penghasil biji kopi terbesar di dunia. Menurut data Organisasi Pangan dan Pertanian Dunia (FAO), Indonesia tercatat sebagai penghasil biji kopi terbesar keempat, setelah negara Brazil, Vietnam dan Columbia di tahun 2017 – 2018.

Sayangnya, tingkat konsumsi kopi di Indonesia belum sebesar di luar negeri. Hal inilah yang mendasari pemikiran seorang Andanu Prasetyo, pemilik gerai Kopi Tuku, untuk memulai perjalanan bisnis *coffee shop*-nya.



“Saya mengenal kopi sejak tahun 2008. Periode 2008-2012 adalah masa paling penting bagi saya dalam memahami industri kopi yang ada di Indonesia. Masa tersebut adalah awal dari munculnya berbagai ide kreatif saya. Saat itu, saya berpikir kenapa konsumsi kopi di Indonesia tidak banyak seperti di luar negeri?” ungkapnya.

Lebih lanjut, pria yang akrab disapa Tyo ini menuturkan bahwa ia tertantang bagaimana cara mengemas sebuah Toko Kopi di Indonesia dengan konsep yang kreatif. Berbagai proses validasi pasar terus dilakukannya dengan banyak bertanya dan memberikan sampel minuman ke “Tetangga Tuku” yang hadir ke tokonya. Respon yang diperolehnya kemudian diolah untuk merumuskan identifikasi masalah kemudian mencari solusi. Solusi tersebut kembali divalidasi ke pasar dan hal inilah yang membuat Tuku bisa bertahan sampai sekarang.



Bukan tanpa alasan ia menamai *coffee shop*-nya dengan nama Kopi Tuku. Dalam bahasa Jawa, Tuku berarti “membeli”. Misi awal yang ingin dicapainya saat membangun Toko Kopi Tuku adalah keinginan Tyo untuk berkontribusi meningkatkan konsumsi kopi di Indonesia, melalui ajakan untuk lebih sering minum kopi.

Selama menjalankan bisnisnya, salah satu kesulitan terbesar yang dihadapi Tyo adalah memahami atau mengidentifikasi rasa yang diminati oleh target pasar karena persepsi pasar akan kopi sangat luas, baik dari segi rasa, varian, maupun bentuk atau tampilan. Namun ia tidak pernah takut gagal, karena sejak awal memulai bisnisnya, ia memiliki pemikiran ‘*nothing to lose*’ dan selalu berusaha untuk melakukan yang terbaik.

Kopi Tuku telah didirikan sejak tahun 2015. Hingga kini, Kopi Tuku telah memiliki 14 gerai yang tersebar di Jakarta dan Tangerang. Sebelumnya, pada bulan November 2020, Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf), Wishnutama Kusubandio, berkesempatan mengunjungi salah satu gerai Kopi Tuku di Cipete. Kunjungan tersebut bertujuan untuk melihat penerapan protokol kesehatan CHSE (Cleanliness, Health, Safety, & Environment Sustainability) pada pengunjung Kopi Tuku. Pengunjung dipastikan telah mencuci tangan, mengecek suhu tubuh, mengantre dengan jarak dan tentunya mengenakan masker sejak awal masuk Toko Kopi Tuku. Menparekraf juga memastikan bahwa proses pemesanan minuman, penyajian makanan kecil, dan pembayaran telah memenuhi empat dimensi audit CHSE.



Kunjungan tersebut sekaligus juga untuk mempromosikan industri kopi Indonesia, karena Kopi Tuku menggunakan bahan dasar produk kopi asli Indonesia, sehingga turut mendukung kampanye program pemerintah Bangga Buatan Indonesia.

Seperti diketahui, pandemi Covid-19 yang melanda seluruh dunia termasuk Indonesia telah memberikan dampak besar di berbagai sektor tak terkecuali sektor pariwisata dan ekonomi kreatif. Guna memutus mata rantai penyebaran virus tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengeluarkan panduan protokol kesehatan CHSE beserta sertifikasi CHSE yang dapat dimanfaatkan oleh para pelaku industri pariwisata dan ekonomi kreatif yang terdampak, termasuk Kopi Tuku.





Berbagai strategi untuk dapat *survive* selama pandemi juga dilakukan oleh Tyo seperti menjaga *cashflow*, melakukan *pivoting business*, hingga menciptakan terobosan baru. Beberapa terobosan kreatif yang dilakukan oleh Kopi Tuku antara lain, meluncurkan “Tukucur”, sebuah produk minuman dalam bentuk 1 liter, untuk membantu #tetanggatuku dalam mendapatkan asupan kopi tanpa harus datang ke toko atau memesan secara *online* setiap hari. Selain itu, beberapa waktu yang lalu Kopi Tuku bekerja sama dengan 6616, meluncurkan konsep “Beri Maaf”, sebuah cara berlebaran di masa pandemi dengan menggunakan produk Toko Kopi Tuku untuk menuliskan pesan maaf di kemasannya. Diharapkan, konsumen tetap dapat berlebaran secara hangat dan personal meskipun terhalang oleh jarak.

Berdasarkan data Organisasi Kopi Internasional (ICO), tingkat konsumsi kopi Indonesia tumbuh 44% selama periode sepuluh tahun (Oktober 2008-September 2019). Selama periode tersebut, banyak bermunculan *coffee shop* yang pada akhirnya menimbulkan persaingan yang ketat. Tyo pun berbagi tips agar dapat bertahan di tengah persaingan bisnis tersebut.

“Kami melakukan riset dan berupaya untuk mengenali budaya konsumsi kopi masyarakat Indonesia. Dibutuhkan dua hal agar bisnis kita dikenal oleh masyarakat, yaitu produk dan konten yang baik. Kita juga harus aktif mencari tahu karakter konsumen, karena pada usaha Toko Kopi Tuku, karakter penikmat kopi masyarakat Indonesia dan di negara lain berbeda. Pebisnis kopi harus bisa memahami karakter konsumen agar mampu meraih target pasar yang tepat,” jelasnya.

Tyo juga membagikan tips untuk mereka yang ingin memulai bisnis kopi. Menurutnya, hal pertama yang harus diperhatikan adalah “mengenali diri sendiri” terlebih dahulu, seberapa *entrepreneur* kah kita dan berapa profit yang ingin kita targetkan. Kedua, pentingnya mengetahui *target market*. Kita harus memikirkan ke depannya apakah produk yang ditawarkan dibutuhkan konsumen atau tidak. Yang terakhir, jangan buat sesuatu yang sedang ‘viral’ dan jadikanlah viral hanya sebagai bonus. Biarkan produk yang berbicara dan membuktikan kualitasnya.

Layaknya pebisnis lainnya, Tyo bercerita bahwa salah satu keinginannya adalah agar bisnisnya *go international*. PR utamanya saat ini adalah harus terus mengenal Indonesia lebih dalam lagi. Salah satu objektif dari Toko Kopi Tuku adalah menceritakan keberagaman dan keindahan Indonesia melalui sebuah toko kopi. Untuk bisa melakukan itu, Tyo harus bisa mengemas Toko Kopi Tuku dengan berbagai sentuhan yang memiliki makna atau cerita tentang Indonesia. Sehingga, saat *go internasional* nanti, ia bisa dengan bangga dan senang bercerita kenapa Kopi Tuku berbeda dari berbagai sisi dibandingkan *coffee shop* di dunia.

“

Kita harus lebih kompak dalam mengeksplorasi kelokalan kita. Akan ada waktunya Indonesia menjadi kiblat kopi dunia.”

– Andanu Prasetyo



Banyak harapan yang ingin ia sampaikan terkait industri kopi di Indonesia ke depannya. Salah satunya adalah melalui ajakannya untuk mengenal lebih dalam tentang kopi itu sendiri. “Mari bersama-sama mendefinisikan kembali, apa itu kopi Indonesia? Seperti apa rasa kopi kita? Bagaimana teknik seduh favorit kita? Dengan apa kudahannya? Bagaimana desain tokonya, dsb. Kita harus lebih kompak dalam mengeksplorasi kelokalan kita. Akan ada waktunya Indonesia menjadi kiblat kopi dunia. Oleh karenanya, saat ini belum waktunya kita membahas mana yang benar/salah, menentukan kopi dari daerah mana yang lebih enak, dsb. Intinya, kita harus bisa membuat masyarakat dunia mengingat Indonesia saat membahas kopi.” pungkasnya.

Sebuah ajakan sederhana namun sarat makna. Mari dukung kemajuan industri kopi Indonesia dengan ngopi tentunya!



Memperkuat Ekosistem Ekonomi Kreatif

melalui



Creative Hub

Pariwisata dan ekonomi kreatif diproyeksi menjadi tulang punggung perekonomian nasional. Khusus untuk ekonomi kreatif, data *Opus Creative Economy Outlook 2020* menyebutkan, sektor ekonomi kreatif Indonesia diperkirakan mampu menyumbang hingga Rp1.100 triliun ke PDB Indonesia.

Potensi yang besar ini tentu harus dipersiapkan dengan strategi pengembangan industri ekonomi kreatif. Hari-hari ini kita memang menghadapi keterbatasan alur distribusi ekspor impor dan sebagainya, namun ini sebetulnya merupakan kesempatan kita untuk penguatan pasar industri ekonomi kreatif lokal.

Selain itu, yang tak kalah penting adalah bagaimana kita meningkatkan demand dan daya beli terhadap produk dan jasa ekonomi kreatif lokal dan penguatan konsistensi dari pemasok lokal yang harus terus ditingkatkan.

Ekosistem pendukung industri kreatif juga perlu diperkuat dari hulu hingga hilir secara merata sehingga produk dan jasa ekonomi kreatif lokal mampu menjadi substitusi atau pengganti produk dan jasa impor. Adalah bagaimana membangun ekosistem yang kondusif agar produk lokal dapat menjadi pemimpin di pasar sendiri bahkan dunia. Tidak kalah penting adalah transfer pengetahuan dan kemampuan untuk pelaku kreatif di Indonesia.

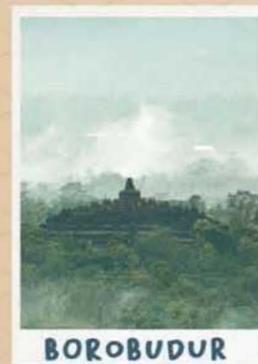
Untuk itu Kemenparekraf/Baparekraf berupaya membangun *Creative Hub* di berbagai daerah tanah air, terutama di 5 Destinasi Super Prioritas (DSP). *Creative Hub* sebagai ruang kreasi bagi masyarakat lokal setempat sekaligus akan menjadi ruang media dalam menciptakan kemandirian ekonomi daerah.

"Lokasi ini akan digunakan untuk memaksimalkan potensi masyarakat seperti *workshop*, *showcase*, *weekly creative event* dan sebagainya. Termasuk menghadirkan program *mentoring* dan *business matching* berkelanjutan untuk wirausaha muda ekonomi kreatif," kata Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio.

Melihat pentingnya keberadaan pusat kreatif tersebut, Kemenparekraf/Baparekraf memastikan pembangunan *creative hub* terus berlanjut meski di tengah pandemi. Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur, Hari Sungkari, mengatakan, dari lima destinasi prioritas proses pembangunan telah berjalan di empat lokasi, yakni Danau Toba, Borobudur, Mandalika dan Labuan Bajo.

"Khusus Likupang statusnya masih 57 persen, karena masih harus memastikan infrastrukturnya lebih dahulu. Kalau dibangun pun mungkin di Manado dulu, tapi kami belum menemukan tempatnya," kata Hari. Namun untuk di lokasi lain, ia mengatakan proses pengerjaan terus berjalan bahkan sudah ada yang serah terima. Seperti di Sigulatti, untuk *creative hub* di Danau Toba yang dikatakannya sudah dilakukan serah terima ke komunitas setempat. "Creative Hub memang dioperasikan oleh komunitas, bukan Pemda," kata Hari

“*Creative Hub* sebagai ruang kreasi bagi masyarakat lokal setempat sekaligus akan menjadi ruang media dalam menciptakan kemandirian ekonomi daerah.



5 DSP

CREATIVE HUB



Creative Hub di kota Lain

Creative Hub Puncak Waringin di Labuan Bajo yang pengerjaannya dilakukan oleh Kementerian PUPR sejak bulan Maret 2020, saat ini telah mencapai fase dua pembangunan. Diproyeksikan pengerjaan akan selesai pada akhir tahun 2020.

Sedangkan *Creative Hub* Mandalika di Nusa Tenggara Barat, akan dibangun di Pantai Kuta dan lahannya disediakan oleh ITDC. Untuk *Creative Hub* destinasi Borobudur akan dibangun di Kota Lama, Semarang, Jawa Tengah. Ada dua lokasi yang diputuskan pemerintah daerah setempat, yaitu Galeri Industri Kreatif milik PPI atau Gedung Oudetrap.

Hari mengatakan, *Creative Hub* nantinya tidak hanya sebagai etalase terhadap produk-produk ekonomi kreatif. Namun harus menjadi tempat bertemunya antara desainer dan kreator dari pelaku ekonomi kreatif agar muncul inovasi dan desain-desain baru. Ukuran dari keberhasilan *creative hub* salah satunya adalah bertambahnya hak cipta dan pendaftaran merek dari produk ekonomi kreatif.

"Ekosistem ekonomi kreatif adalah mulai dari kreasi, produksi, distribusi, konsumsi dan konservasi. Kita harapkan *Creative Hub* bisa mencakup semuanya. Desainer dari daerah Jawa misalnya bisa datang ke situ untuk kemudian kerja bareng dengan kreator lokal," kata Hari.

Terbukti seperti yang terjadi dalam *Creative Hub* di Majalengka, Jawa Barat. Yang datang bukan hanya wisatawan tetap juga desainer atau seniman dari tempat lain, seperti kreator, dosen, juga peneliti dari Swiss, Australia dan Korea Selatan. "Jadi bukan hanya bagi wisatawan, tapi juga mereka dengan minat khusus," kata Hari.

Kendati demikian, nantinya daya tarik yang ditawarkan di setiap *Creative Hub* berbeda antara satu dengan lainnya dan disesuaikan dengan keunggulan daerah masing-masing. "Seperti di Toba yang lebih khusus tentang kopi, sementara di Semarang ke sub sektor fesyen dan digital. Makanya di Semarang nantinya akan ada *catwalk* juga," kata Hari.

creative

Hari mengatakan, keberadaan *Creative Hub* nantinya tidak hanya terbatas di 5 destinasi super prioritas, tetapi juga ke seluruh daerah. "Karena sifatnya juga bisa *bottom-up*, usulan bisa dari komunitas dan kami akan terus mendukung. Bahkan di Lombok Tengah sudah ada tempat komunitas *eco design*, di Jogja banyak juga kita bantu (*creative hub*)," kata Hari.

Menparekraf Wishnutama mengatakan, keberadaan *Creative Hub* akan dapat mendorong pemahaman para pelaku ekonomi kreatif terhadap ekosistem secara keseluruhan dari ekonomi kreatif. Karena selain menguasai produk, pelaku ekonomi kreatif juga harus mampu menguasai produk, kemasan, pemasaran, keuangan, payment system, Hak Kekayaan Intelektual, badan hukum, hingga akses permodalan.

"Jika sudah mampu memahaminya, kita pasti bisa lebih maju lagi. Ekonomi kreatif bisa menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama pada era digital ini. Hal tersebut dapat terwujud jika pelaku industri digital di Indonesia menjadi tuan rumah di 'rumahnya' sendiri, bukan hanya menjadi tukang," kata Wishnutama.

Ia mengatakan, tantangan ke depan sangatlah besar karena 17 subsektor ekonomi kreatif masing-masing memiliki kompleksitas. Sehingga ke depan harus betul-betul menguatkan ekosistem yang resilien, termasuk penguatan sumber daya manusia dengan kebutuhan industri masa depan.

Keberadaan *Creative Hub* tentunya diharapkan dapat menunjang kesemuanya. Sehingga pariwisata dan ekonomi kreatif benar-benar dapat menjadi tulang punggung perekonomian nasional, termasuk dalam membangkitkan kembali ekonomi nasional pascapandemi. "Kita harus bisa beradaptasi, berinovasi dengan perkembangan zaman yang ada, dengan tren yang ada khususnya pascapandemi. Kita harus bisa bekerja dengan tujuan yang jelas, terukur, akurat, serta efisien dan efektif," kata Wishnutama.

hub-



“

.....Ekonomi kreatif bisa menjadi tulang punggung perekonomian Indonesia, terutama pada era digital ini. Hal tersebut dapat terwujud jika pelaku industri digital di Indonesia menjadi tuan rumah di 'rumahnya' sendiri..."

- Wishnutama Kusubandio

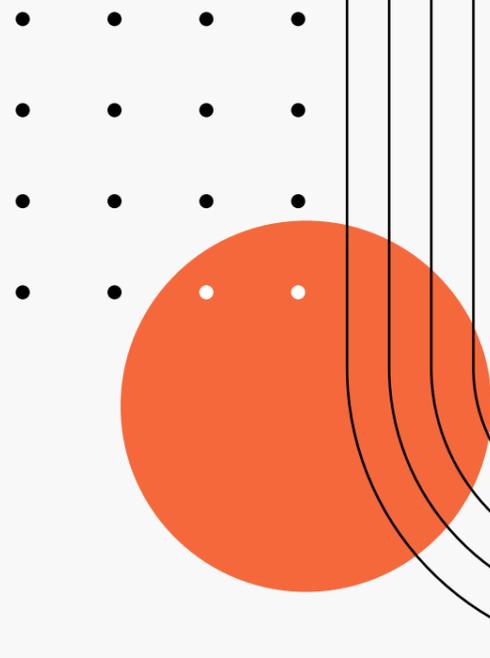
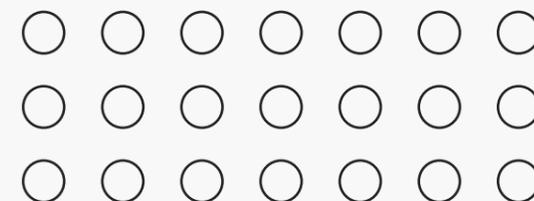


Foto: www.shutterstock.com

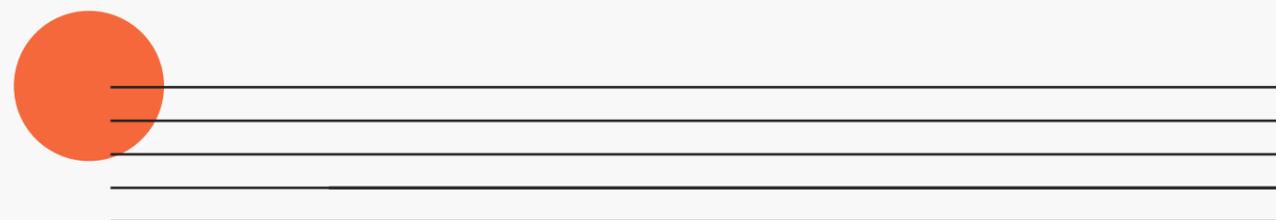
Istilah New Normal sering sekali disampaikan dan diperbincangkan. Kenormalan baru menuntut masyarakat untuk menjalankan protokol kesehatan dan menerapkan 3 M, yakni mengenakan masker, menjaga jarak, dan rajin mencuci tangan untuk hidup sehat tanpa tertular COVID-19. Hal ini tidak hanya untuk menjaga diri sendiri tapi juga orang lain.

Meski begitu, segala keterbatasan yang ada saat ini bukan menjadi alasan untuk mengurangi produktifitas. Produktif itu sendiri, sederhananya adalah menghasilkan sesuatu yang besar dan maksimal. Bagaimana agar tetap produktif di tengah situasi yang banyak keterbatasan ini? Berikut beberapa tips untuk tetap produktif.



tetap produktif

di Era Kenormalan Baru



1 Berpikir Positif

Berpikir positif merupakan hal penting untuk menghindari diri dari stress. Tak dipungkiri segala keterbatasan yang ada saat ini dapat menimbulkan stress, terutama bagi orang yang memiliki mobilitas tinggi dan suka bersosialisasi.





2. Membuat to do list

Kenormalan baru membuat pekerjaan tak lagi dilakukan di kantor tapi dapat dikerjakan di rumah. Tantangan yang dihadapi saat bekerja di rumah adalah sering terganggu dan teralihkan dengan hal-hal seputar rumah sehingga mengganggu fokus bekerja yang berpengaruh pada pencapaian target kerja harian. Oleh karena itu, menyusun *to do list* atau apa saja pekerjaan yang harus diselesaikan sangat penting.

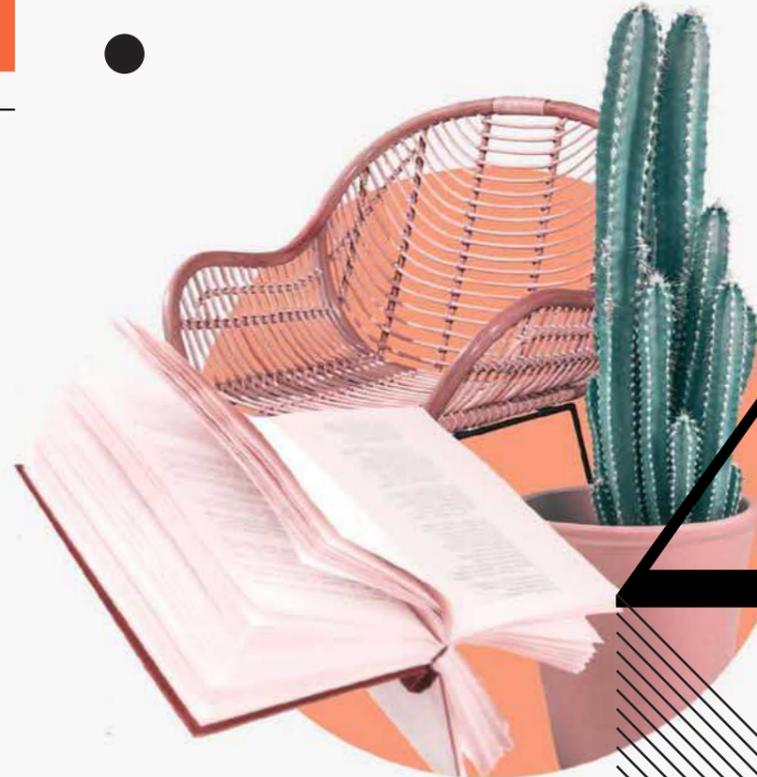
3. Mengikuti seminar atau pelatihan online

Mencari ilmu untuk meng-*upgrade* kualitas diri sangat penting. Apalagi saat ini banyak yang menawarkan berbagai macam webinar baik yang gratis maupun berbayar. Tak ada salahnya sesekali mengikuti acara tersebut.



Foto: www.shutterstock.com

Foto: www.shutterstock.com



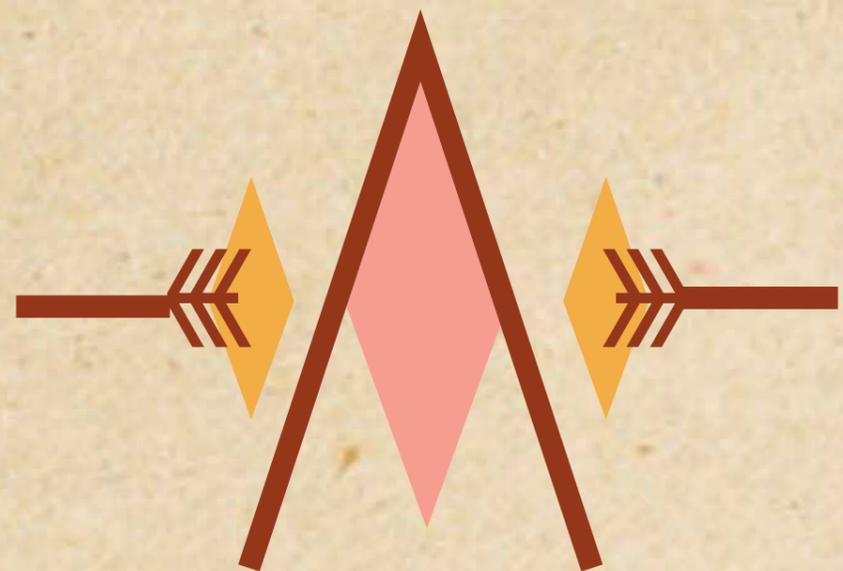
Penerapan kebijakan *work from home* (WFH) membuat banyak waktu dihabiskan di dalam rumah. Oleh karena itu, untuk mengisi waktu istirahat dengan melakukan hal baru atau hobi baru, seperti membaca, berkebun, atau menghias rumah supaya menjadi semakin nyaman untuk ditinggali.

4. Memanfaatkan waktu saat berada di rumah

5. Berolahraga

Olahraga sangat baik untuk menjaga kebugaran tubuh. Kegiatan ini dapat dilakukan di dalam rumah atau di kompleks perumahan dengan melakukan olahraga ringan seperti *jogging*, jalan cepat, atau mengikuti berbagai tutorial *workout* yang ada di youtube.





THE HIGHLAND PARK RESORT BOGOR



SENSASI GLAMPING
DI KAKI GUNUNG SALAK



Merasakan sensasi berkemah tidak harus di puncak gunung, kini berkemah dapat juga dilakukan di kaki gunung dengan konsep seperti penginapan bintang lima. Sudah cukup banyak *resort* yang memiliki konsep *glamping* ini, dengan dilengkapi berbagai fasilitas dan atraksi wisata yang unik serta memberikan 'experience' tersendiri untuk ditawarkan kepada wisatawan. Di antara banyaknya pilihan, salah satu yang paling menarik adalah *The Highland Park Resort Bogor*.

The Highland Park Resort hadir dengan konsep *glamping Mongolian*, atau singkatan dari *glamorous camping Mongolian*, yang bernuansa gabungan kultur barat dan timur. Bangunan kamarnya pun tembok permanen dengan interior yang dikelilingi kain, sehingga wisatawan dapat merasakan sensasi tidur seperti berada di dalam tenda.

Berlokasi di kaki Gunung Salak yang termasuk Taman Nasional Halimun dengan area 11 hektar, *resort* ini memberikan kesempatan bagi para tamu untuk bersantai, menghirup udara segar di alam yang asri dan indah, serta melepas lelah dan penat dari hiruk-pikuk aktivitas perkotaan. Kawasan ini juga dikenal sebagai jalur pendakian penuh tantangan dan menjadi lokasi terdekat di mana pendaki dapat menyaksikan hamparan bintang dengan kasat mata sekaligus melihat terangnya kota Jakarta dari kejauhan.





Ada dua pilihan tipe tenda yang tersedia di *The Highland Park Resort*, yaitu *Tree House*, *Mongolian*, dan *Apache*. *Tree House* merupakan tipe kamar *suites* dengan desain alami dan interior kayu yang mewah. Merupakan kamar yang paling luas dengan fasilitas eksklusif dan memiliki jendela kedap suara serta menyuguhkan pemandangan cakrawala kota atau pegunungan salak yang menakjubkan.

Untuk tipe kamar Bangsa *Mongolian*, wisatawan dapat merasakan kenyamanan yang berkelas, serta dilengkapi dengan interior eksklusif dan mewah. Selain itu, tenda *Mongolian* memiliki kamar yang cukup luas dan lokasinya berdekatan dengan kolam renang dan restoran.

Sedangkan kamar bangsa *Apache* memiliki desain yang mengikuti suku Indian dengan ukuran kamar yang lebih minimalis dibandingkan dengan *Tree House* ataupun *Mongolian*, dan letaknya lebih jauh dari kolam renang dan restoran. Jadi bagi para tamu yang ingin berenang atau menikmati makanan di restoran, disarankan untuk menghubungi pihak hotel agar dijemput dengan mobil *buggy*.

TREE

HOUSE



desain alami dengan interior kayu yang mewah



APACHE ROOM

desain suku indian



The Highland Park Resort juga menyediakan berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan wisatawan, seperti *meeting room*, *ballroom*, *outbound*, *equestrian club*, *mini golf*, *mini-zoo*, *waterboom*, dan *driving range*. Selain itu, ada juga beberapa fasilitas menarik lainnya, antara lain:

- *Shooting Target*, para tamu dapat merasakan sensasi menembak dengan tepat sasaran dan jarak yang telah ditentukan.
- *Edu Camp*, disini anak-anak dapat mempelajari binatang dan tanaman yang ada di *The Highland Park Resort*.
- *Zip Bike*, menikmati suasana bersepeda di atas *camp* dengan pemandangan alam Gunung Salak yang menawan.
- *Flying Fox*, *High Rope* dan *Low Rope* merupakan wahana yang pal-

ing berkesan di *The Highland Park Resort* dengan pemandangan alam yang indah.

- *Archery*, para tamu dapat merasakan sensasi memanah yang seru.

Yang menarik dari fasilitas yang disediakan adalah *equestrian club* atau *club* berkuda yang dapat digunakan oleh para tamu. Selain itu, *equestrian club* ini juga memiliki sekolah berkuda yang telah mengantarkan para atlet berkuda ke ajang kejuaraan, seperti kejuaraan yang sedang berjalan yakni *Equestrian Champions League*. Hal ini menjadikan *The Highland Park Resort Bogor* pilihan terbaik bagi wisatawan.

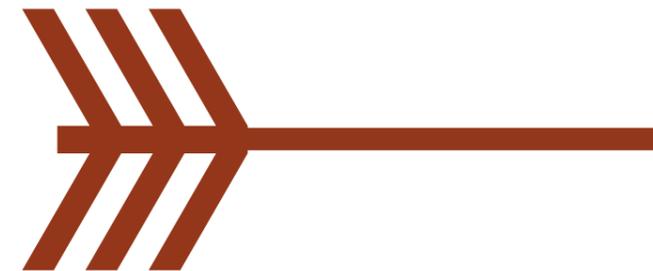




Dengan cita rasa lokal Indonesia, *The Highland Park Resort* menghadirkan makanan dan minuman yang lezat dan sungguh menggugah selera. Salah satu makanan khasnya yaitu *Highland Fried Rice* dan *Mongolian Beef* yang disajikan di atas *hot plate* dengan bumbu rahasia. Menu makanan andalan lainnya yaitu *Highland Chicken Steak* dengan ayam yang *crispy* dilengkapi dengan *french fries*, salad, serta pilihan saus jamur yang *creamy* atau *black pepper* yang *super tasty*.

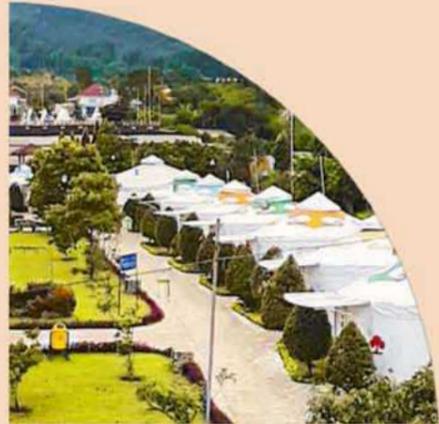
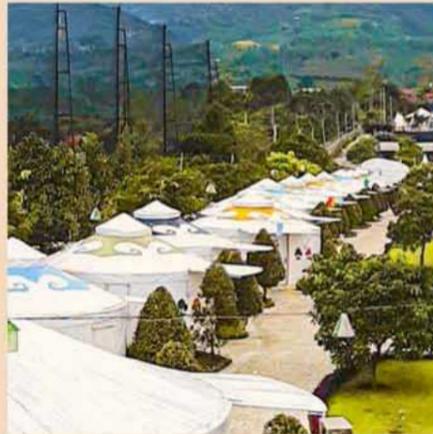
Tak kalah dengan makanannya, resort ini menyediakan berbagai macam minuman dari aneka buah dan bahan lainnya. Yang menjadi ciri khasnya adalah *Highland Punch* dan *Mongolian Freeze*.

Wisatawan tidak perlu khawatir untuk melakukan reservasi menginap di *The Highland Park Resort Bogor*, karena penerapan protokol kesehatan juga sudah memadai, mulai dari mencuci tangan atau menggunakan *hand sanitizer* dan mengecek suhu tubuh sebelum masuk ke *resort*. Selain itu, *resort* ini juga memasang *signage* himbauan untuk memakai masker, hingga melakukan disinfeksi seluruh kamar sebelum digunakan oleh para tamu yang akan menginap.

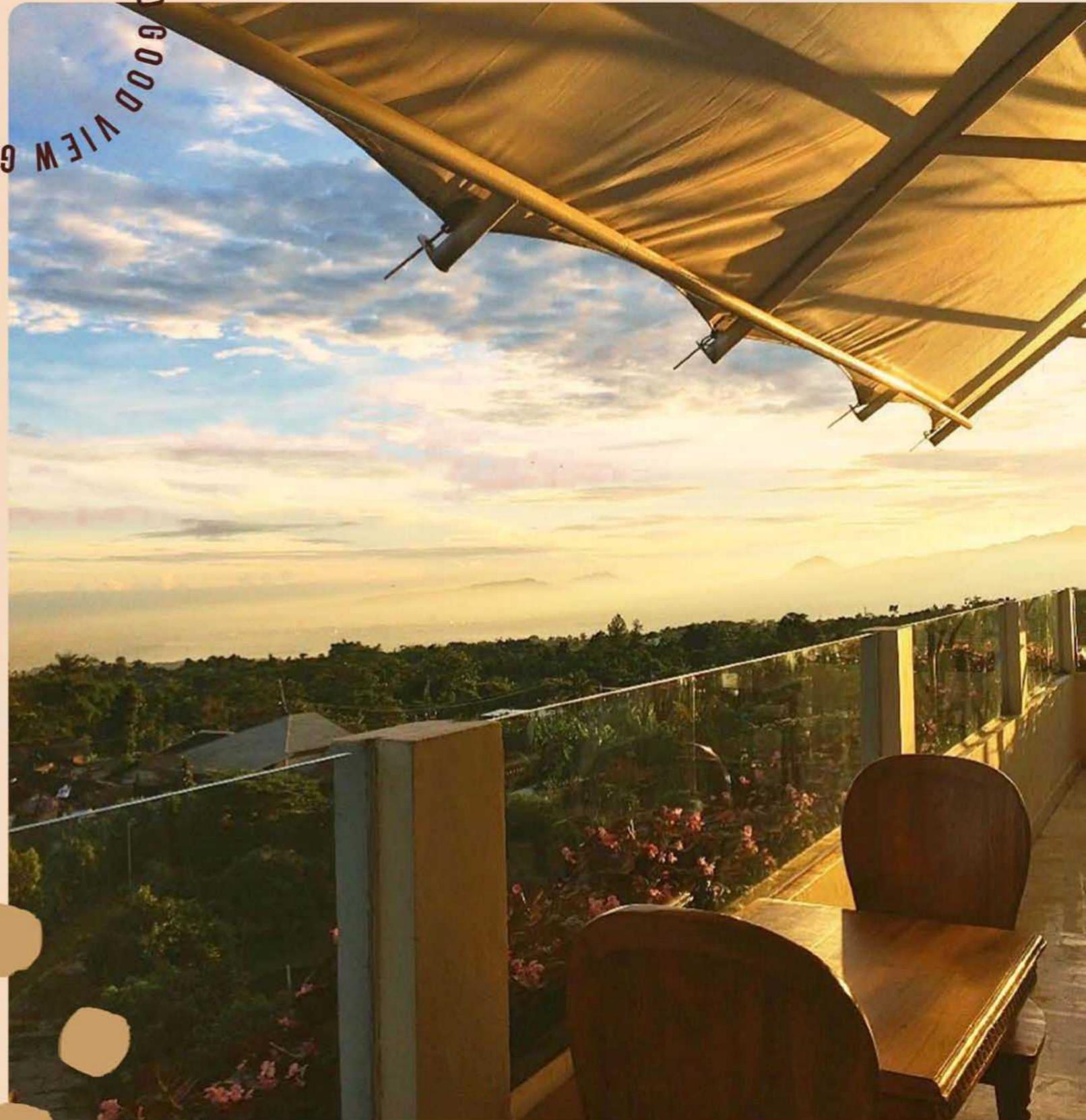


CITARASA LOKAL





GOOD FOOD GOOD VIEW GOOD FOOD GOOD VIEW GOOD FOOD GOOD VIEW GOOD FOOD GOOD VIEW



JAWA BARAT • BANDUNG

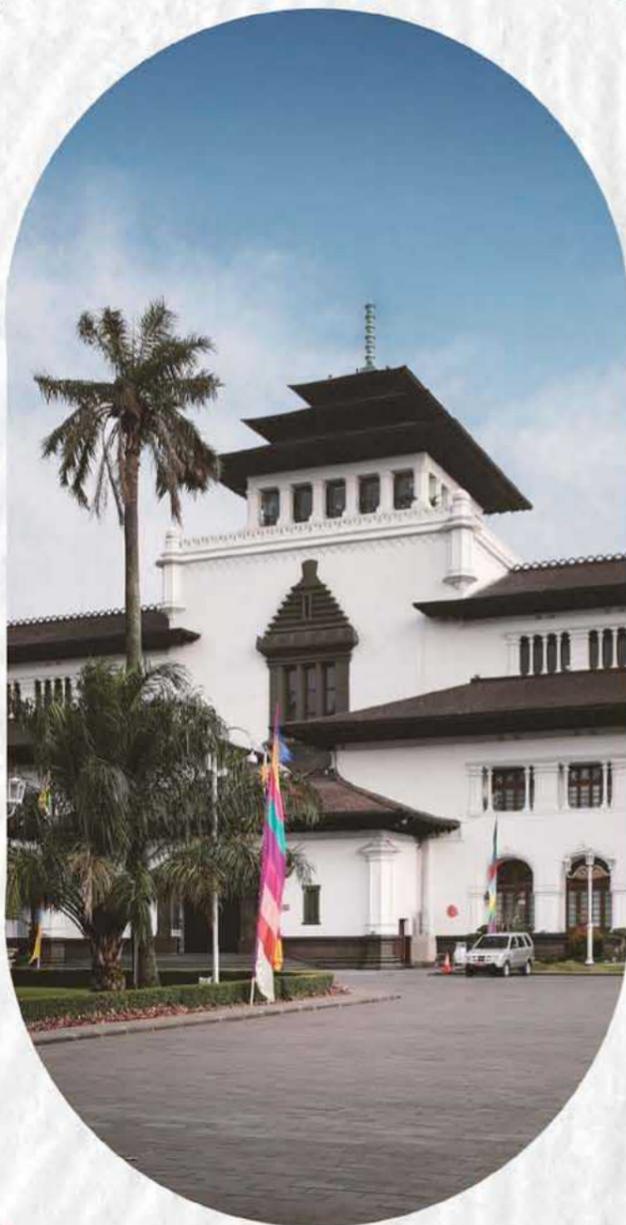


Foto: www.shutterstock.com

B

anyak alasan mengapa wisatawan harus berkunjung ke Bandung. Dikelilingi oleh tiga deretan pegunungan, Bandung terkenal dengan udaranya yang sejuk. Ibu kota Provinsi Jawa Barat ini memiliki beragam tempat wisata menarik untuk disambangi.

Tak hanya wisata alamnya, Bandung juga memiliki wisata kuliner, wisata sejarah, dan wisata modern yang dapat dinikmati. Ditambah dengan identiknya Bandung sebagai *trendsetter* fesyen, tak salah rasanya kalau kota ini dijuluki Paris Van Java. Maka sangat disayangkan apabila Bandung tidak masuk *wishlist* destinasi yang harus dikunjungi.

Kawah Putih

Kawah yang terbentuk akibat letusan gunung Patuha ini memiliki keunikan yakni warnanya yang sering berubah dari warna hijau, biru, kecoklat-coklatan, hingga putih. Namun, karena sering kali kawah ini berwarna putih, dengan pasir yang putih, dan kabut yang putih pula, kawah yang berlokasi di Desa Alam Endah, Kecamatan Rancabali, Kabupaten Bandung ini biasa disebut dengan kawah putih.

Kawah putih memiliki pemandangan yang khas, mulai dari gradasi warna kawah, pasir putihnya, bebatuan berukuran besar, gugusan Gunung Patuha hingga tumbuhan edelweiss yang menambah kesan eksotis pada kawah ini. Tak heran, panorama alam Kawah Putih yang apik ini menjadi daya Tarik wisatawan domestik maupun mancanegara.

Untuk mengunjungi Kawah Putih, wisatawan cukup membayar Rp25.000 per orang. Namun, biaya parkir yang dikenakan tergantung lokasi parkirnya. Jika lokasi parkirnya dekat dengan kawah (di atas), pengunjung harus membayar sebesar Rp150.000. Sedangkan jika parkir jauh dari lokasi Kawah Putih (di bawah), untuk mobil dikenakan biaya Rp6.000, sedangkan motor dikenakan biaya Rp5.000. Jika ingin menggunakan kendaraan ontang-anting dari parkir bawah ke kawasan kawah putih yang berada di atas, pengunjung dikenakan biaya Rp15.000 per orang. Kawah Putih buka setiap hari dari pukul 07.00-17.00 WIB.



Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

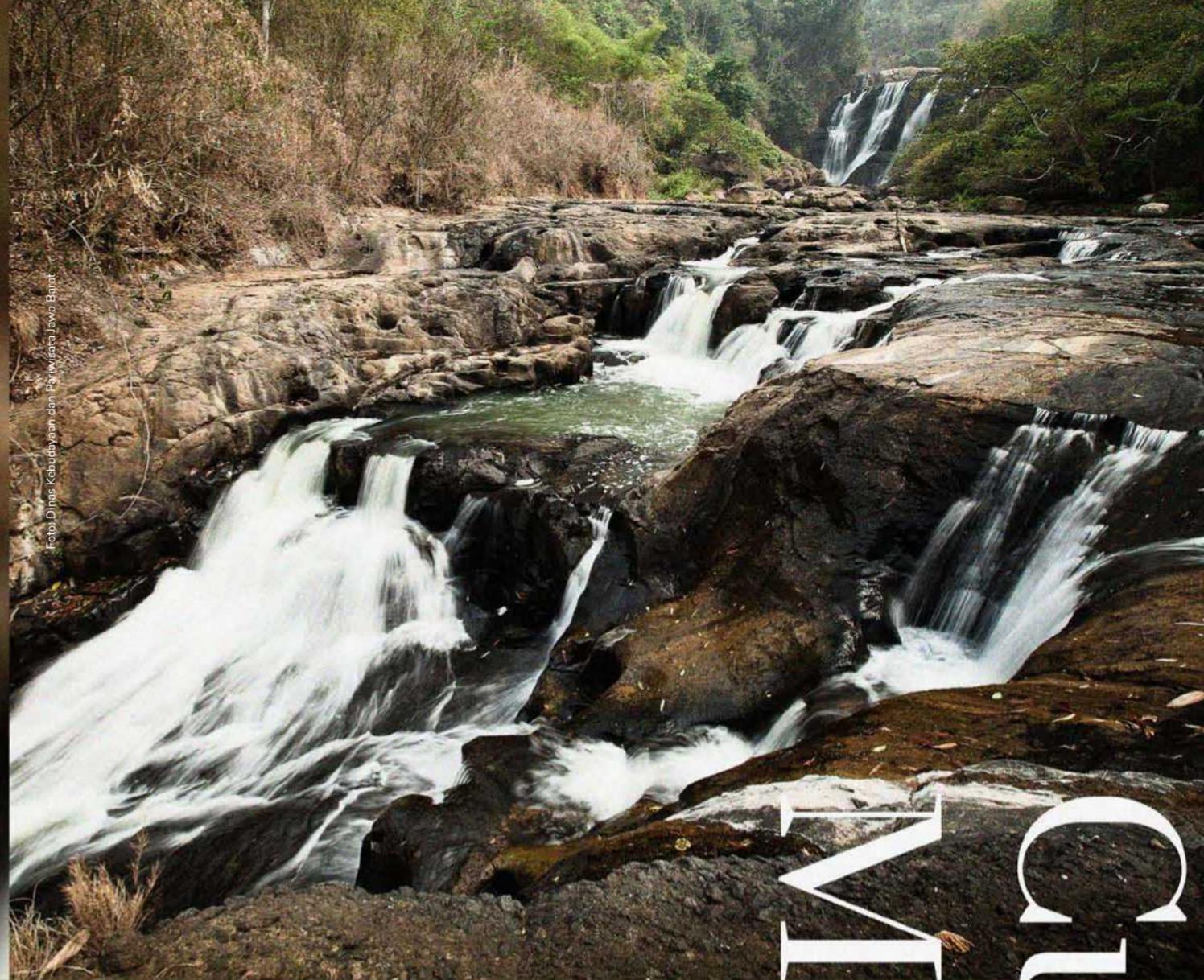


Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

Curug Malela

Curug Malela kerap dikenal dengan sebutan The Little Niagara. Julukan ini dikarenakan bentuk curug yang memiliki air terjun dengan tinggi sekitar 60 meter, lebar sekitar 70 meter, dan memiliki lima jalur air terjun, sehingga terlihat mirip seperti air terjun Niagara di perbatasan Amerika-Canada, yang terlihat nampak megah dan elok dipandang.

Lokasinya yang terpencil dan seadanya kini mulai didandani dengan berbagai fasilitas yang memadai bagi wisatawan yang berkunjung. Sekarang objek wisata ini membuat siapapun yang berkunjung nyaman untuk berlama-lama di area ini.

Curug Malela berada di Kampung Manglid, Desa Cicadas, Kecamatan Rongga, Kabupaten Bandung Barat, Provinsi Jawa Barat. Lokasi curug ini juga berbatasan dengan Kabupaten Cianjur. Tidak perlu khawatir merogoh kocek mahal untuk berkunjung ke curug Malela, karena harga tiket masuk setiap pengunjung hanya sebesar Rp10.000/orang. Untuk tarif parkir kendaraan bermotor adalah Rp2.000 untuk motor dan Rp5.000 untuk mobil. Curug Malela buka setiap hari sejak pukul 08.00 WIB sampai pukul 17.00 WIB.

Gedung Merdeka



Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

Salah satu wisata sejarah di Bandung adalah Gedung Merdeka yang berlokasi di Jalan Asia Afrika. Gedung ini merupakan salah satu saksi bisu akan pentingnya Bandung bagi Kemerdekaan Indonesia. Awalnya, Gedung Merdeka merupakan bangunan *Sociëteit Concordia*, yaitu tempat rekreasi dan sosialisasi sejumlah ekspatriat Belanda yang bermukim di Bandung pada masa pendudukan Belanda. Dulu, gedung ini kerap berubah-ubah nama. Sampai akhirnya, pada tanggal 7 April 1955, menjelang Konferensi Asia Afrika, Presiden Soekarno menetapkan namanya menjadi Gedung Merdeka.

Sejak tahun 1968, Gedung Merdeka digunakan untuk berbagai perhelatan nasional dan internasional. Dan pada tahun 1980, Presiden Soeharto meresmikan seluruh kompleks Gedung Merdeka sebagai Museum Konferensi Asia Afrika. Memiliki bangunan khas jaman Belanda, tampilan Gedung Merdeka menarik perhatian banyak wisatawan. Bahkan seringkali dijadikan latar belakang pengambilan gambar untuk berbagai keperluan seperti majalah, foto *pre-wedding* atau sekedar foto kenangan bagi wisatawan.

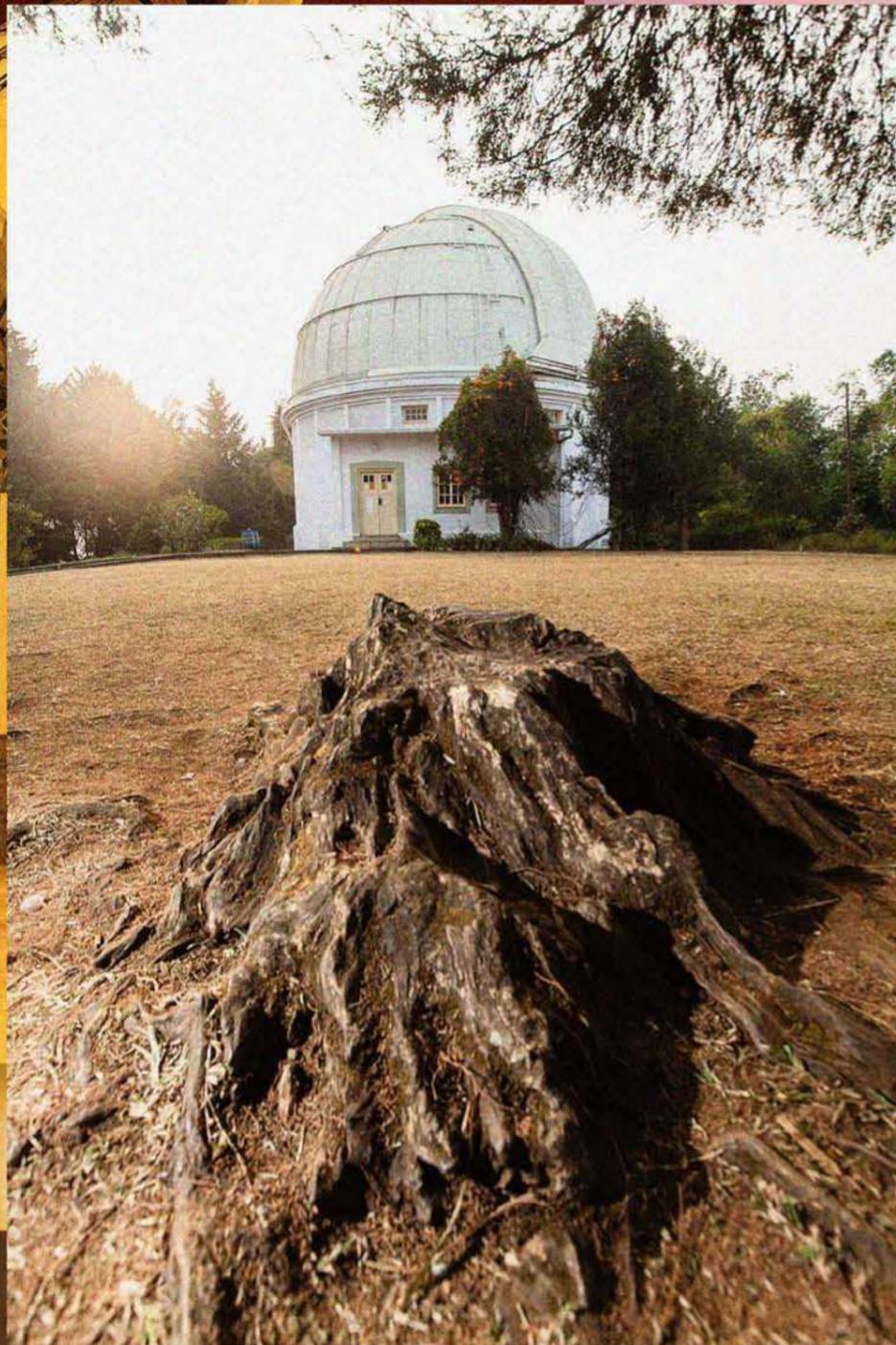
Ranca Upas adalah bumi perkemahan yang terletak di jalan Raya Ciwidey Patenggang KM. 11, Alam Endah, Ciwidey, Kabupaten Bandung, dengan jarak sekitar 50 kilometer dari pusat kota Bandung. Bumi perkemahan ini memiliki luas sekitar 2155 hektar dan dikelilingi hutan lindung yang memiliki keindahan luar biasa.

Sebagai perkemahan, Ranca Upas sangat cocok dijadikan tempat wisata keluarga. Banyak aktivitas yang seru yang dapat dilakukan di tempat ini. Wisatawan dapat berinteraksi dengan bermacam hewan yang ada di Ranca Upas seperti memberi makan rusa di alam terbuka. Wisatawan juga dapat menikmati pemandian air panas dan waterboom.

Tak hanya itu, wisatawan juga bisa menemukan aneka flora di sini, seperti pohon Hamirug, Jamuju, Puspa, Kitambang, Pasang, Huru, dan Kuru. Sejuk dan dikelilingi oleh beragam tumbuhan, layaklah Ranca Upas dijadikan tempat melepas penat.

Ranca Upas





Bosscha

Tebing Keraton

Destinasi wisata yang satu ini adalah tebing terjal dengan pemandangan Taman Hutan Raya Juanda Bandung dan Gunung Tangkuban Perahu. Keindahan pemandangan dan kesejukan udara di Tebing Keraton ini menjadi daya tarik wisatawan.

Tebing Keraton lebih direkomendasikan untuk dikunjungi di pagi hari atau sore hari, sebab pemandangan *sunrise* dan *sunset* di sini bagus untuk dinikmati dan diabadikan.

Salah satu lokasi wisata di Lembang, Bandung yang cocok untuk dikunjungi bersama keluarga adalah wisata edukatif Observatorium Bosscha. Tempat yang tadinya merupakan lembaga khusus pendidikan dan penelitian, kini telah dibuka untuk publik karena banyaknya permintaan untuk mengenal astronomi.

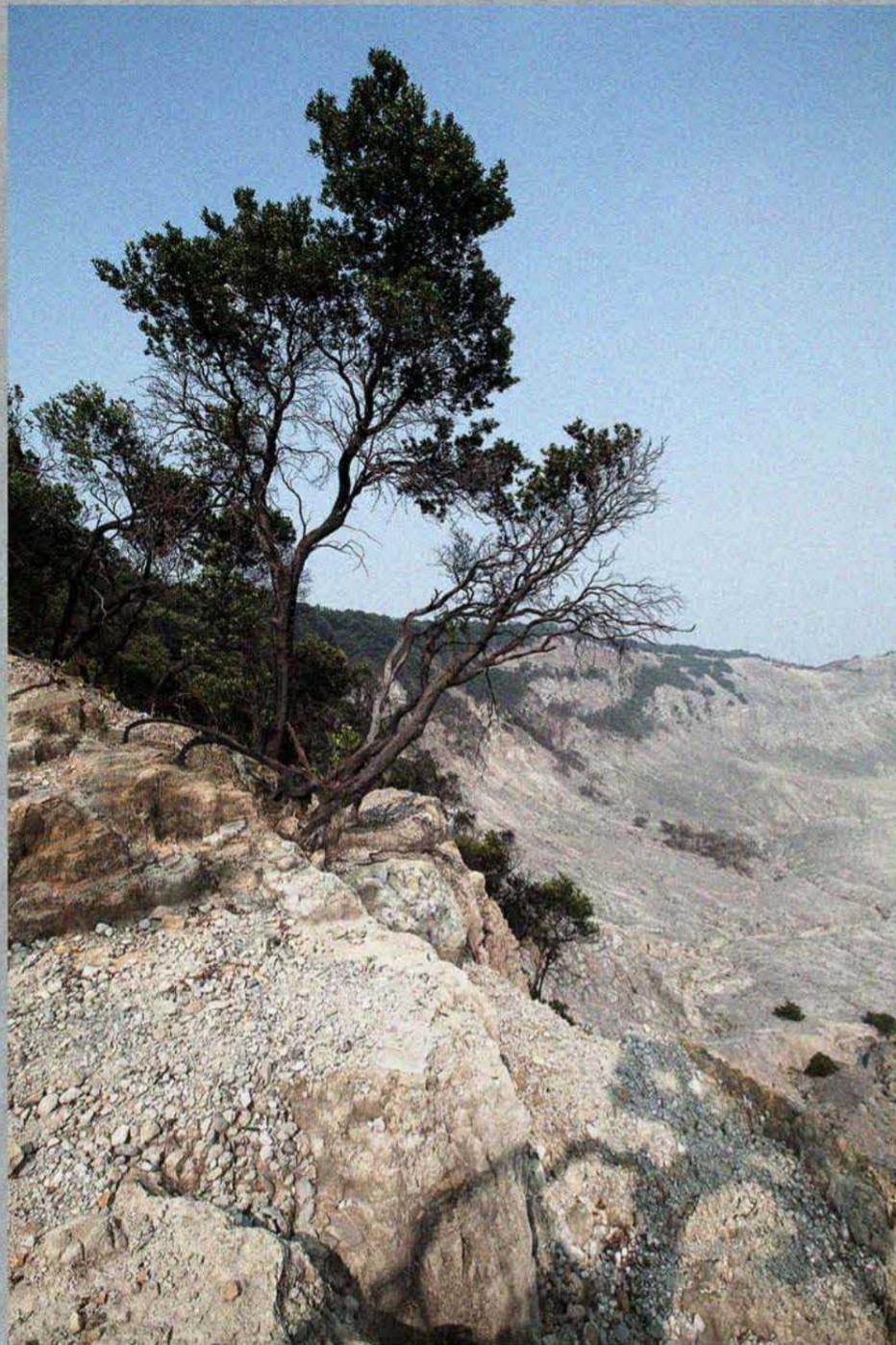
Observatorium Bosscha merupakan salah satu tempat peneropongan bintang tertua di Indonesia.

Observatorium ini dibangun pada zaman penjajahan Belanda oleh *Nederlandsch-Indische Sterrenkundige Vereeniging* (NISV) pada tahun 1923.

Untuk masuk ke dalam Observatorium Bosscha, wisatawan perlu mendapatkan izin terlebih dahulu. Untuk wisatawan perorangan yang ingin berkunjung ke Observatorium Bosscha, dapat datang di hari hari Sabtu. Untuk hari lainnya, Observatorium Bosscha dibuka untuk kunjungan kelompok besar dan kegiatan pengamatan benda langit. Observatorium Bosscha membuka dua jadwal kunjungan, yaitu kunjungan siang dan kunjungan malam.

Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat



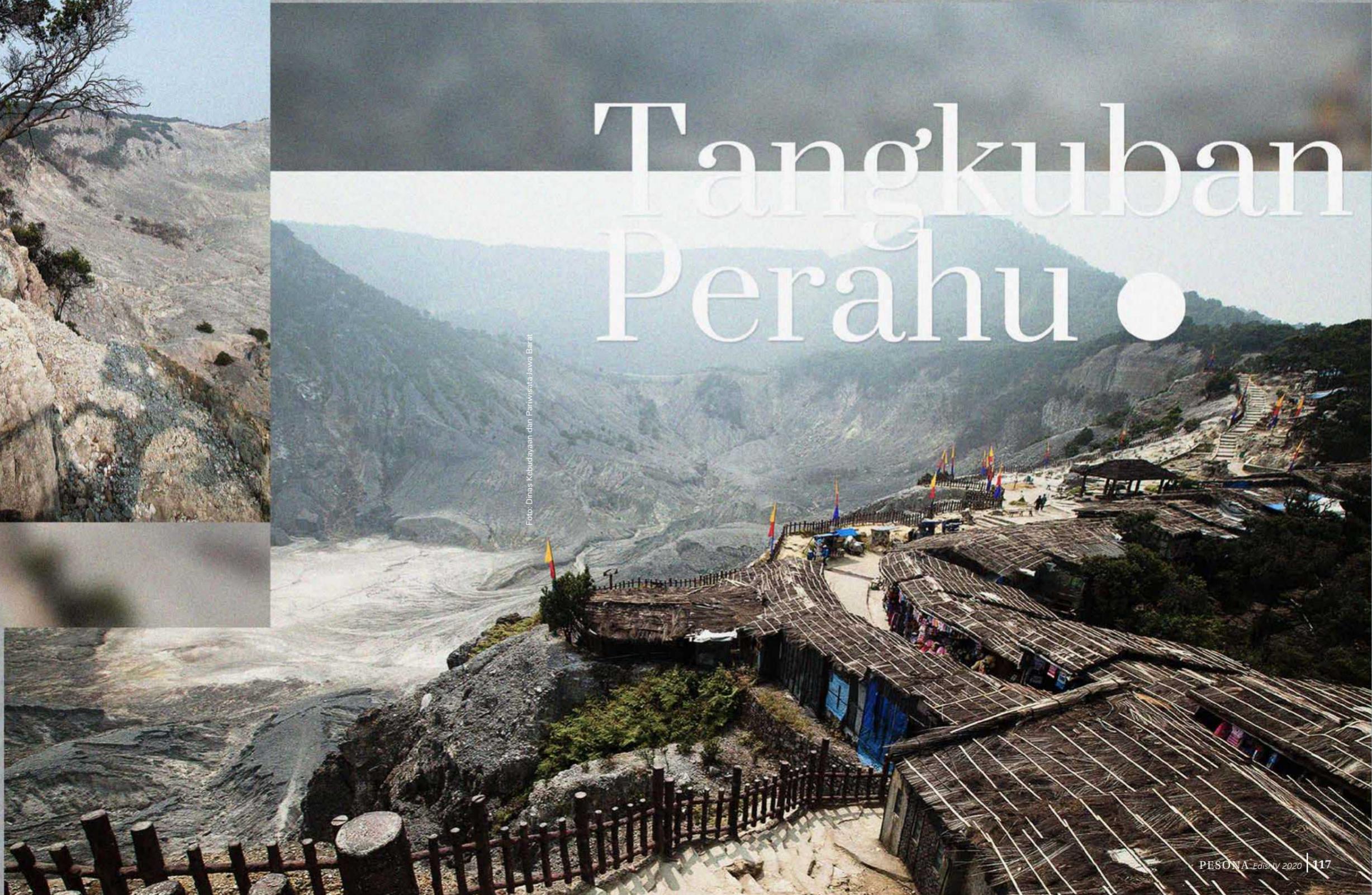
Membicarakan Gunung Tangkuban Perahu, mau tak mau akan membahas legenda Sangkuriang, kisah seorang anak bernama Sangkuriang yang jatuh cinta pada ibunya, Dayang Sumbi. Dayang Sumbi yang menyadari Sangkuriang adalah anaknya, berusaha menggagalkan niat Sangkuriang untuk menikahinya. Dayang Sumbi mengajukan syarat bahwa Sangkuriang harus membuat perahu dalam semalam. Namun hal tersebut tidak dapat dipenuhi oleh Sangkuriang. Alhasil ia menendang perahunya

hingga terbalik. Perahu inilah yang kemudian membentuk Gunung Tangkuban Perahu.

Gunung yang memiliki ketinggian +2.048 mdpl ini merupakan gunung berapi aktif. Terakhir, Gunung Tangkuban Perahu tercatat aktif kembali sekitar tahun 2015. Kawasan Tangkuban Perahu memiliki 3 kawah yang dapat dinikmati wisatawan, yaitu Kawah Ratu, Kawah Domas, Kawah Upas.

Tangkuban Perahu ●

Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat



Saung ● Angklung Udjo

Saung Angklung Udjo merupakan sebuah pertunjukan wisata budaya dan edukasi yang lengkap di Bandung yang berdiri pada tahun 1966. Saung Angklung Udjo memiliki area pertunjukan, pusat kerajinan bambu dan *workshop* untuk alat musik bambu. Saung di kawasan Bandung Timur ini didirikan oleh Udjo Ngalagena (Mang Udjo) bersama istrinya dengan tujuan melestarikan budaya dan seni tradisional khas Sunda.

Tempat ini menghadirkan nuansa segar dan asri dengan interior yang didominasi bambu. Pesona pemandangan dan dekorasi, diiringi bunyi gemerincing suara alat musik dari bambu di tempat ini menggambarkan keharmonisan di antara budaya dan alam.



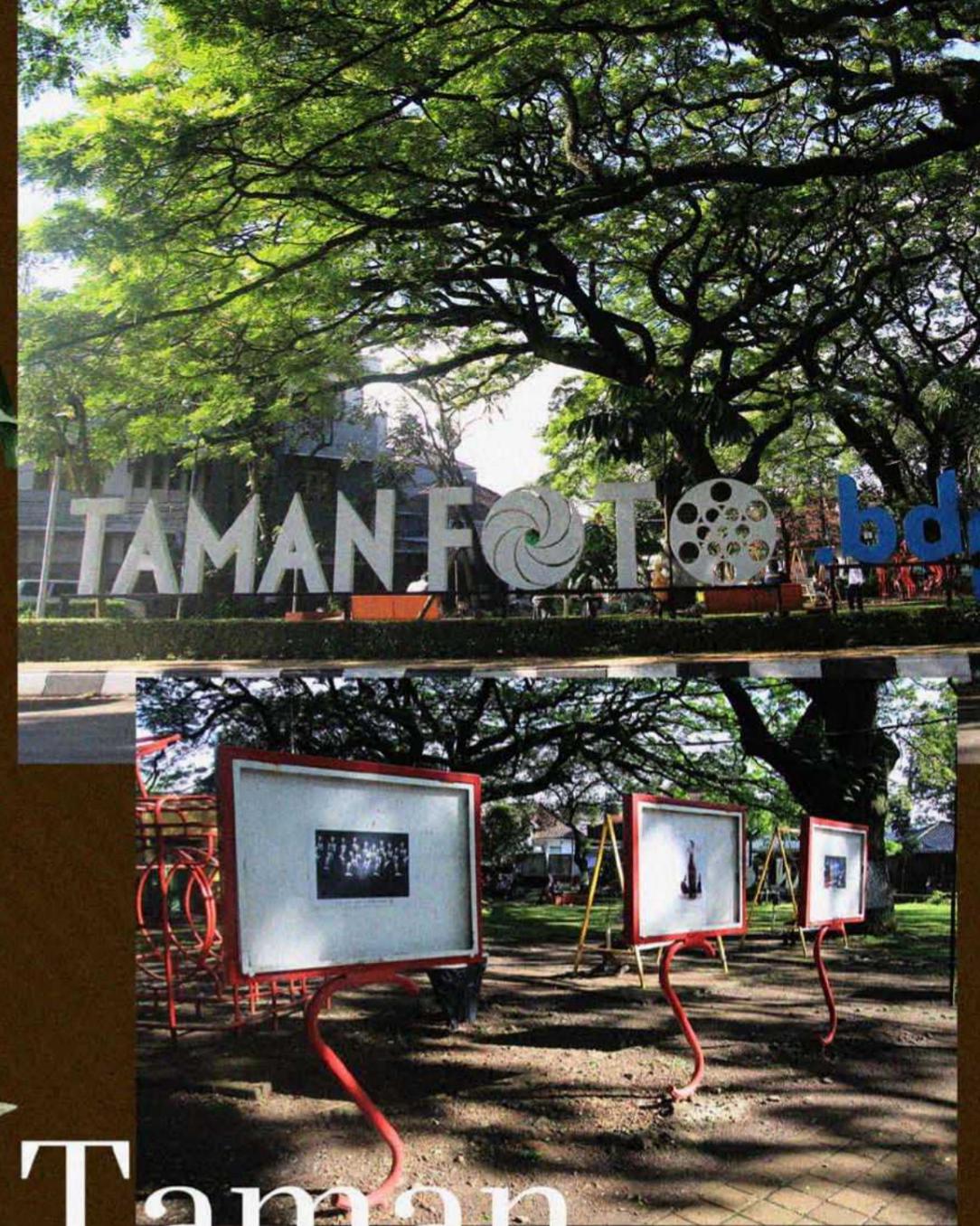
Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

Taman Foto ●

Sejak Ridwan Kamil menjadi Wali Kota Bandung beberapa sudut kota disulap menjadi taman yang menarik dan bermanfaat. Setiap taman yang berada di Bandung memiliki tema tersendiri, salah satunya Taman Foto yang dahulunya bernama Taman Cempaka.

Taman Foto yang terletak di jalan Kamuning, Bandung ini berbentuk segitiga. Di taman ini banyak ditanami pohon besar, sehingga terasa sejuk. Taman Foto juga memiliki area bermain untuk anak-anak, seperti ayunan, perosotan, jungkat-jungkit dan lain-lain. Tak perlu khawatir merogoh kocek untuk datang ke Taman Foto, karena taman ini tidak dikenakan biaya untuk masuk.



Kuliner BANDUNG!

Tak hanya memiliki destinasi wisata yang mengagumkan, Bandung juga memiliki kuliner khas yang sayang untuk dilewatkan.



SURABI

Nama surabi berasal dari bahasa Sunda yaitu 'sura' yang berarti besar. Padahal, makanan khas yang tradisional ini memiliki bentuk bulat dan kecil. Meski surabi banyak ditemukan di kota-kota besar lainnya, surabi Bandung memiliki ciri khas yaitu dagingnya yang tebal.

Cara menikmati surabi ada berbagai macam, seperti dengan menambahkan saus kinca yang berasal dari gula jawa, atau diberi potongan kecil dari oncom untuk menambahkan cita rasa pedas. Namun, kini, ada juga surabi dengan topping kekinian seperti keju, coklat, atau selai lainnya.



BATAGOR

Batagor adalah makanan yang tidak asing terdengar bagi pecinta kuliner di Indonesia. Batagor merupakan singkatan 'Bakso Tahu Goreng' yang merujuk pada bahan dan cara membuat batagor. Banyak orang menyukai gurih renyahnya adonan bakso dan tahu goreng ini.

Cara menikmatinya adalah dengan menambahkan saus kacang dan tambahan perasan jeruk limau yang memberi aksentuasi aroma dan rasa segar. Di Kota Bandung sendiri, banyak dijumpai penjual batagor, mulai dari gerobak, warung tenda, kedai, hingga restoran pun turut menyediakan.



Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

BANDROS

Bandros atau yang lebih dikenal dengan kue pancong ini adalah jajanan tradisional khas Bandung yang memiliki rasa gurih dan manis. Bahan utama bandros adalah tepung dan kelapa tua. Biasanya, agar terasa lebih nikmat, kue bandros bisa dinikmati bersamaan dengan teh manis dan kopi.



KUE CUBIT

Kue Cubit adalah jajanan khas Bandung yang memiliki rasa manis. Jika biasanya kue cubit hanya memiliki topping coklat dan keju, kini seiring berkembangnya zaman kue cubit sudah banyak variasi rasa, misalnya kitkat, nutella, hingga marshmallow.

Belum jelas mengapa kue ini dinamakan kue cubit. Salah satu kemungkinan adalah nama kue cubit berasal dari proses pembuatannya. Adonan kue cubit dimasukkan ke dalam cetakan-cetakan kecil kemudian dimasak. Setelah matang, pedagang kue cubit akan mencubit-cubit kue tersebut menggunakan alat pencapit. Sehingga dari sinilah nama kue cubit itu berasal.

Foto: www.shutterstock.com

Foto: www.shutterstock.com

MIE KOCOK

Hidangan bercita kaldu sapi khas kota Bandung ini terdiri dari mie kuning yang disajikan dalam kuah kaldu sapi kental, irisan kikil (tendon kaki sapi), taoge, bakso, jeruk nipis, dan ditaburi irisan seledri, daun bawang, dan bawang goreng.

Istilah kocok dalam nama hidangan mie kocok ini merujuk kepada proses memasaknya, yakni mengocok-ngocok mie dalam wadah logam bolong-bolong bergagang, seraya mencelupkannya ke dalam air panas.



Bila ingin merasakan yoghurt dengan rasa yang berbeda, cobalah menjajal yoghurt cisangkuy. Sebab, yoghurt yang berada di Cisangkuy, Bandung, Jawa Barat ini memiliki rasa yang berbeda dibandingkan dengan yoghurt pada umumnya, yakni tidak asam, bahkan rasa yoghurt cenderung manis.

Tak hanya itu, sajian yoghurt di sini makin disegarkan dengan potongan buah yang ada dalam yoghurt. Jenis buah disamakan dengan rasa yoghurt yang dipesan. Jenis yoghurt yang ditawarkan di sini ada berbagai rasa, mulai dari coklat, stroberi, anggur, leci, mocca dan rasa lainnya. Ada juga yoghurt spesial yang diberi campuran rum untuk menambah kenikmatan minum yoghurt. Harga untuk satu yoghurt yaitu Rp 9.500.



Foto: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Jawa Barat

YOGHURT CIsANGKUY

BAso TAHU

Sajian baso tahu sudah menjadi jajanan sehari-hari bagi warga di Kota Bandung. Olahan ikan tenggiri dengan tepung sagu yang lembut nan kenyal adalah pilihan lain untuk mengisi perut.

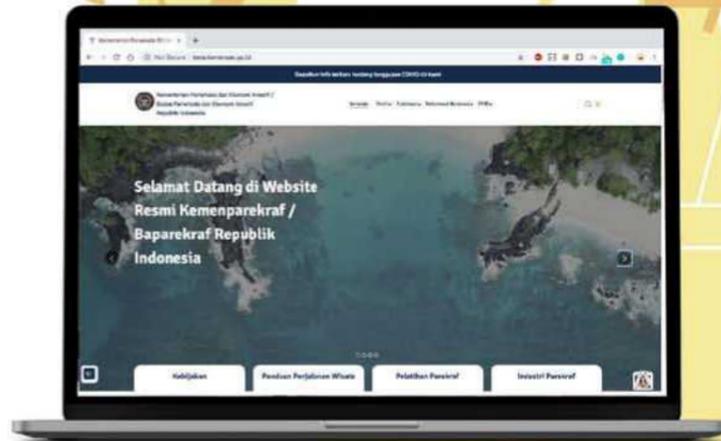
Biasanya baso tahu khas Bandung makin sedap jika dilumuri bumbu kacang dan kecap.

Baso tahu semakin nikmat dengan menambahkan bahan lain, di antaranya paria, kentang, siomay, telur, dan kol.

Di Kota Bandung sendiri, olahan baso tahu sangat mudah ditemui di seantero pelosok kota. Mulai dari restoran, kaki lima, hingga yang berkeliling menggunakan gerobak.



Website Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif



MEMILIKI MENU

BERANDA

Berita Baru, Pengumuman, Banner, CEO Message, COE, Pesona E-Magazine, Widget, Survey, Poling, Layanan SPBE

PROFIL

Logo, Tugas dan Fungsi, Struktur Organisasi, Data Profil Pimpinan, Visi Misi, Kelembagaan, Daftar Alamat

KEBIJAKAN

Rencana Induk, Rencana Strategis, Perundang-Undangan, Penetapan Kinerja, Laporan Keuangan,

BERITA

Berita Utama, Pengumuman, Info Peluang, Pidato, CEO Message, Pengumuman Seleksi Jabatan, Calendar of Event

KINERJA

Statistik, Laporan Kegiatan Hasil Penelitian & Pengembangan, Hasil Kerjasama Luar Negeri

PPID

PPID Kementerian Pariwisata, Tugas dan Fungsi PPID, Struktur Organisasi PPID, Visi dan Misi PPID, Formulir Permohonan, Informasi Publik, Regulasi, Laporan, DIP (Daftar Informasi Publik), Formulir Keberatan

REFORMASI

Profil Reformasi Birokrasi, RB Tahap II (2015-2019), Berita RB, Manajemen Perubahan, Kisah Inspiratif

FAQ

Layanan yang akan menginformasikan pertanyaan yang sering ditanyakan oleh pengunjung.



LANGKAH MUDAH MENYAPA KEMENPAREKRAF

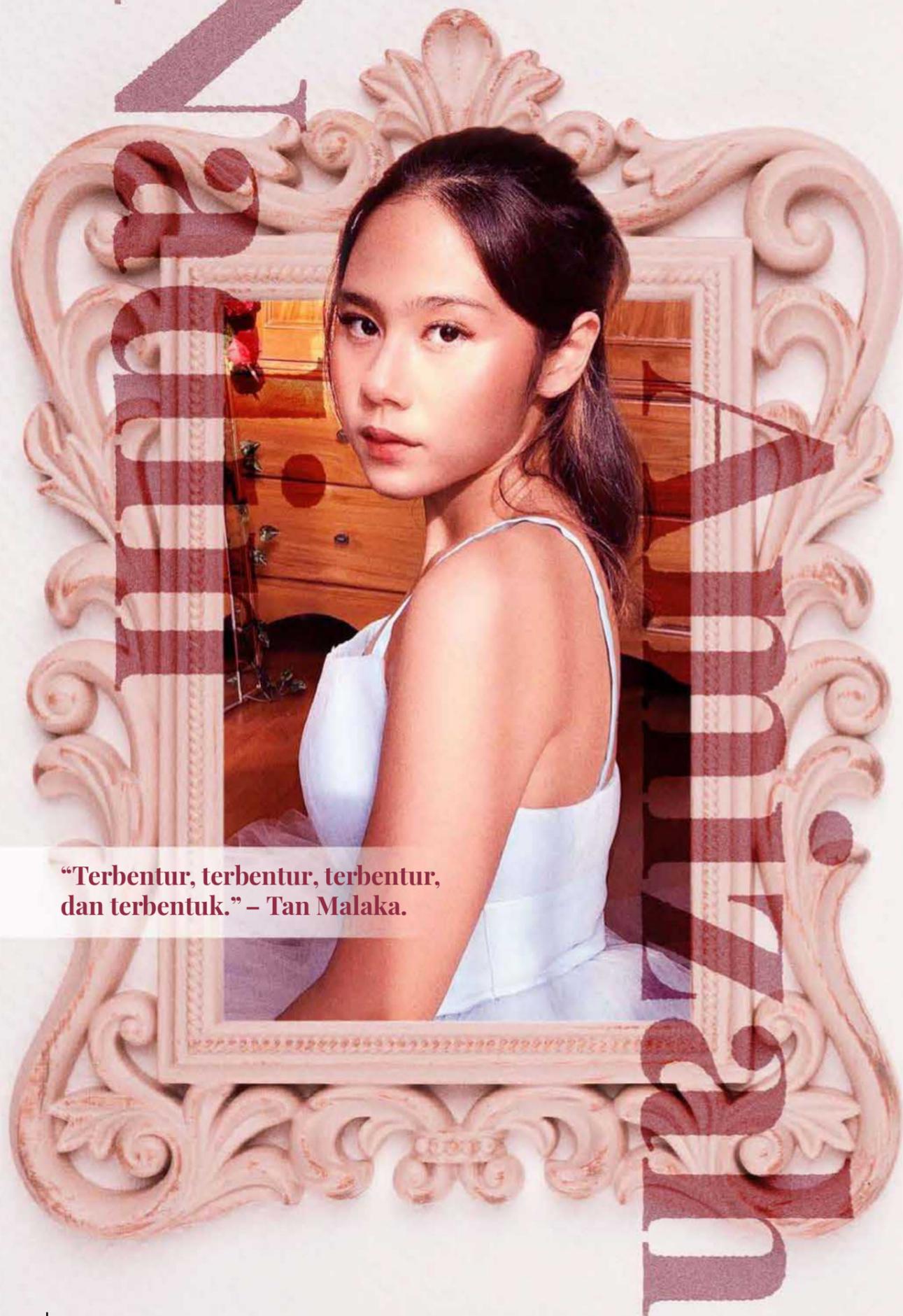
1. Kunjungi *Halo.kemenpar.go.id* lalu pilih menu kirim pesan pada laman utama.

2. Isikan kolom *e-mail*, nama lengkap, jenis pesan, dan isi pesan

3. Klik *Choose Image* untuk melampirkan foto atau dokumen pendukung lainnya

4. Jangan lupa lengkapi *captcha* yang menunjukkan bahwa Anda bukanlah robot lalu klik tombol kirim

5. Admin akan merespon pesan Anda dalam waktu maksimal 7 (tujuh) hari kerja



**“Terbentur, terbentur, terbentur,
dan terbentuk.” – Tan Malaka.**

Nadin Amizah

Muda, Kreatif, Penuh Karya Dan Prestasi

Nadin Amizah, salah satu sosok anak muda Indonesia yang kreatif, bertalenta, penuh karya, dan berprestasi. Gadis kelahiran Bandung, 28 Mei 2000 ini fokus pada jalur musik, dan memulai kiprahnya saat ia merilis lagu bersama Dipa Barus dengan judul “All Good” pada tahun 2017. Beberapa bulan setelahnya, Nadin kembali mengeluarkan debut sebagai solois dengan lagu bertajuk “Rumpang”.

“I didn’t choose this, it just happened naturally. Seperti bernafas, aku tidak bisa membayangkan apa yang aku lakukan saat ini kalau bukan bermusik,” ujarnya saat ditanya alasannya memilih jalur musik.

Kesuksesan yang diraihinya kini tentu bukan tanpa perjuangan. Di saat kebanyakan anak-anak muda seusianya menghabiskan waktu dengan bersenang-senang, Nadin harus berjuang keras untuk membagi waktu antara sekolah dan karirnya.

Menurut Nadin, sosok yang menjadi inspirasinya dalam menjalani karir adalah sang Bunda. Selain itu, Nadin percaya bahwa kesuksesan yang diraihinya saat ini tidak lepas dari doa sang orang tua dan Nini.

Pop, folk, dan akustik adalah beberapa genre musik yang dianutnya. Nadin mengatakan jika menjadi keras kepala adalah caranya mempertahankan dan membentuk karakternya dalam bermusik. “Aku bisa mempertahankan dan membentuk karakter ini dengan berpegang teguh dengan keras kepalaku. Aku ingat beberapa tahun lalu saat cara bernyanyiku masih sering dikritik kurang *power*, kurang terbuka mulutnya, terlalu tipis, dan lain-lain. Tapi pada akhirnya sekarang banyak penyanyi lain bermunculan dengan warna di spektrum yang sama, dan aku tak lagi merasa dikucilkan,” terangnya.

Diakuihnya, industri musik adalah industri yang sarat akan persaingan dan tentunya memerlukan kreativitas tinggi dalam berkarya. Saat ini, musisi Indonesia tidak hanya bersaing dengan musisi dari negara-negara Barat namun juga dari negara Asia lainnya, salah satunya Korea Selatan yang dikenal dengan K-Popnya.

Menanggapi hal tersebut, Nadin memberikan respon yang positif. Menurutnya, melalui karya yang bagus, generasi muda Indonesia pasti akan mendengarkan musik karya anak bangsa. "Menurutku, mendengarkan musik bukanlah sesuatu yang perlu didorong. Tugas dan bagian kami sebagai musisi adalah untuk terus berkarya dan menawarkan berbagai varian musik yang bisa didengarkan. Nantinya, masing-masing anak muda akan sadar dengan sendirinya bahwa musik dalam negeri adalah akar yang sebaiknya mereka pegang lebih erat dibandingkan musik lain," jelasnya.

Penyuka ayam goreng ini memberikan tips bagi generasi muda seusianya yang ingin berkarir di dunia musik. Nadin berpendapat jika fokus berkarya lebih penting dilakukan dibandingkan sibuk memikirkan cara untuk mampu menembus persaingan industri musik tanah air. Menurutnya, setiap hasil tidak akan pernah mengkhianati usaha.

“Aku dan sihirku tidak lebih dari kekuatan yang sangat mungil, mimpi besarku adalah untuk menggerakkan semua hati yang sedih dan tidak punya teman.”

- Nadin Amizah



“At the stage again, where I have always been supposed to be.”

Nadin Amizah -



Tugas dan bagian kami sebagai musisi adalah untuk terus berkarya dan menawarkan berbagai varian musik yang bisa didengarkan. Nantinya, masing-masing anak muda akan sadar dengan sendirinya bahwa musik dalam negeri adalah akar yang sebaiknya mereka pegang lebih erat dibandingkan musik lain.” - Nadin Amizah

Dia pun mendorong generasi muda untuk terus menggali potensi diri dan menunjukkan karyanya pada dunia. Sejak adanya media sosial, Nadin merasa semakin mudah untuk bisa menunjukkan dan membagikan karyanya kepada para pendengarnya. Ia juga meyakini jika anak-anak muda Indonesia memiliki ribuan potensi yang patut diperlihatkan ke seluruh dunia.

Musisi yang hobi meredekorasi kamar dan mengoleksi barang *vintage* ini memiliki segudang penghargaan di usia yang masih relatif belia. Di awal karirnya tahun 2017, Nadin telah memenangkan penghargaan Anugerah Musik Indonesia untuk kategori Karya Produksi Folk/ Country/ Electronic Dance Terbaik melalui karyanya “All Good” bersama Dipha Barus. Selanjutnya, di tahun 2019, single-nya yang berjudul “Rumpang” memenangkan penghargaan yang sama untuk kategori Karya Produksi Folk/ Country/ Balada Terbaik dan Pendatang Terbaru Terbaik. Di tahun 2020 ini, albumnya yang berjudul “Selamat Ulang Tahun” masuk dalam kategori Album Terbaik - Terbaik dan Album Pop Terbaik. Sedangkan *single* “Bertaut” dinominasikan dalam Karya Produksi Folk/ Country/ Balada Terbaik.



“Melahirkan karya dari hati untuk menggerakkan perubahan yang berarti. Karena percayalah, apa yang datang dari hati akan sampai juga ke hati.”

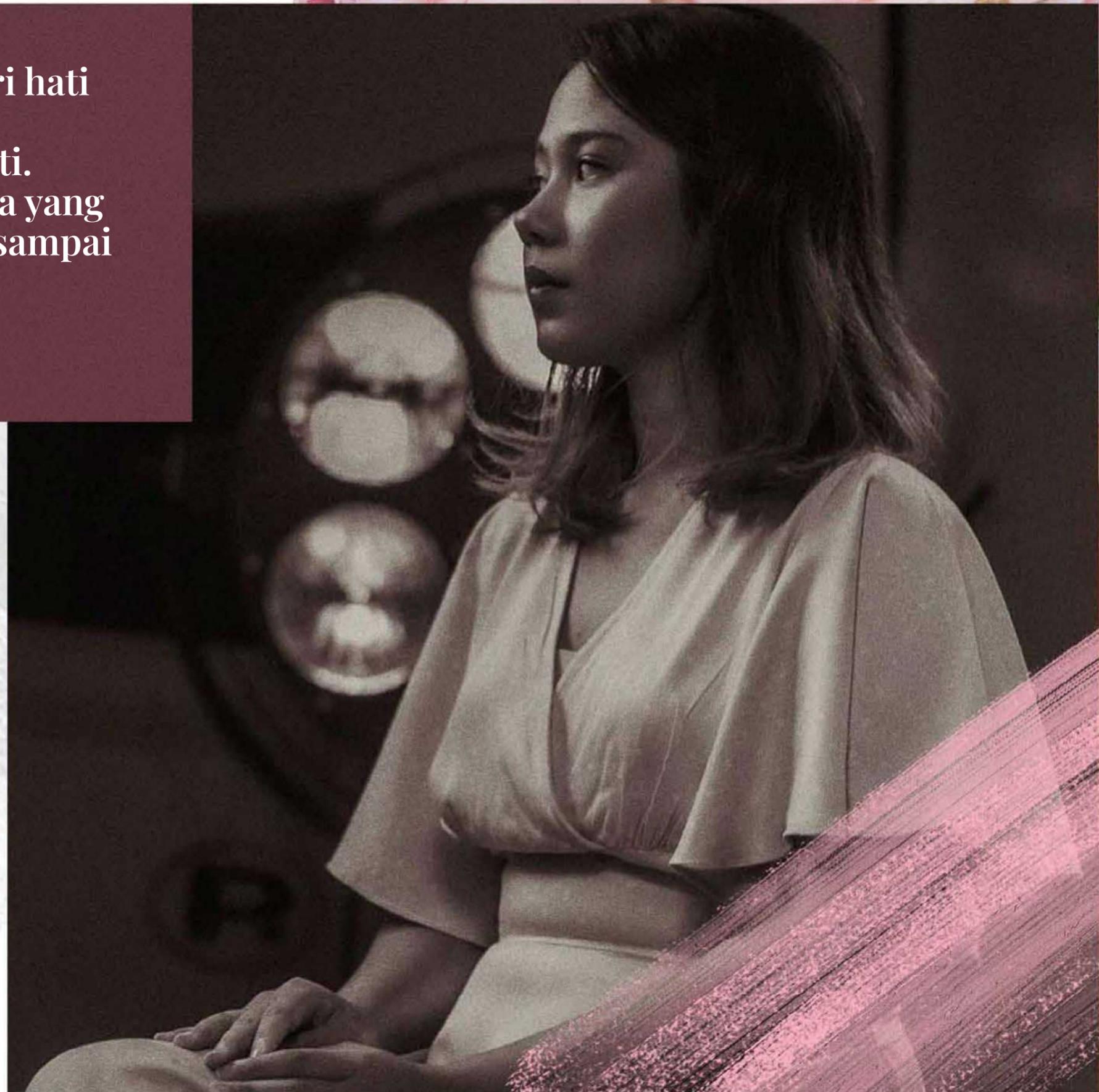
- Nadin Amizah

Nadin mengungkapkan makna penghargaan baginya sebagai pemicu untuk terus menghasilkan karya yang lebih selaras dengan penghargaan-penghargaan yang diterimanya. Selain itu, dia ingin bisa membuktikan ke dirinya sendiri bahwa ia memang pantas mendapatkannya.

Nadin juga menuturkan bahwa banyaknya musisi berbakat dan memiliki *drive* berkarya yang besar merupakan salah satu kekuatan industri kreatif Indonesia, khususnya di bidang musik. Untuk itu, sudah sepatutnya Indonesia bangga dan memaksimalkan potensi yang ada di sub-sektor ini.

Terakhir, tidak lupa Nadin membagikan tipsnya saat merasa stuck dalam berkarya. “Aku sering melewati *writer's block*, dan saranku untuk melewatinya adalah jangan memaksakan diri untuk terus menulis, ada baiknya biarkan diri beristirahat dan belajar untuk lebih peka lagi terhadap hal-hal terkecil yang ada di sekitar kalian sehari-harinya.

”Jadi, yuk mari kita terus berkarya!”





“

Foto ini yang akan menjadi pengingat saat aku sudah mulai kelelahan bercerita untuk banyak telinga. Sudah tugasku menjadi pundak bagi mereka yang tak punya.”

- Nadin Amizah

BERSAMA MENCEGAH COVID-19

COVID - 19



KITA TAHU, WHO TELAH MENETAPKAN COVID-19 SEBAGAI PANDEMI

PRIORITAS KEMENPAREKRAF ADALAH MELINDUNGI MASYARAKAT INDONESIA DARI PENYEBARAN WABAH COVID-19

TERAPKAN PHYSICAL DISTANCING (JAGA JARAK AMAN) MIN. 1 METER



TETAP PANTAU PERKEMBANGAN DAN INFORMASI RESMI PEMERINTAH



JIKA KAJIAN TETAP HARUS BERAKTIVITAS MAKA SELALU WASPADA, JAGA JARAK AMAN DAN MELAKUKAN POJA HIDUP SEHAT



GUNAKAN MASKER SAAT SAKIT



MENCUCI TANGAN HINGGA BERSIH

PENTING BAGI KITA SEMUA MENGAMBIL PERAN DALAM UPAYA MENANGANI WABAH COVID-19

PEMERINTAH TELAH MEMBERLAKUKAN KEBIJAKAN PHYSICAL DISTANCING YANG DISIPLIN, BEKERJA DARI RUMAH, BELAJAR DARI RUMAH, DAN BERIBADAH DI RUMAH



BEKERJA DARI RUMAH BELAJAR DARI RUMAH



IBADAH DARI RUMAH

SELALU LINDUNGI DIRI, LINDUNGI SEKITARMU TUNDALAH BERPERGIAN, #TUNDAMUDIKDULU, BIJAK JAGA, DIRI DAN KELUARGA



SELALU INGAT, JAGA DIRI, JAGA KESEHATAN, #JAGAJARAKYANGAMAN DAN #BERSAMAJAGAINONESIA

SELURUH IMBAUAN DI ATAS ADALAH UPAYA YANG PALING EFEKTIF PADA SAAT INI UNTUK MENGHAMBAT PANDEMI COVID-19

DENGAN UPAYA INI DIHARAPKAN PANDEMI COVID-19 DAPAT BERAKHIR DAN KITA SEMUA DAPAT KEMBALI BERAKTIVITAS SEPERTI BIASA



BARANG YANG HARUS DIBAWA SAAT

New Normal



PEDOMAN WORK FROM HOME

KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF /
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF



Wajib mengisi
Laporan Kerja Harian (LKH) pada aplikasi
SIMPEG (simpeg.kemenparekraf.go.id)



Jam kerja WFH tetap berlaku pukul
07.30 – 16.00 WIB (Senin – Kamis) dan
07.30 – 16.30 WIB (Jumat)



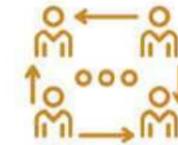
Segera merespon arahan
pimpinan terkait pekerjaan



Mengunggah Laporan LKH ke
SIMPEG sebagai konfirmasi ketidakhadiran



Memperhatikan jarak aman
antar individu (Social Distancing)



Membatasi aktivitas di luar rumah
dan pusat keramaian



Gunakan perangkat komunikasi
digital untuk koordinasi dan diskusi
dengan tim (Zoom/Skype/WhatsApp)



Tetap
menjaga kesehatan

ANDRIAN — ISHAK



Pelopop Molecular Gastronomy di Indonesia

G

astronomi molekuler atau *molecular gastronomy* adalah cabang ilmu yang mempelajari transformasi fisikokimia dari bahan pangan selama proses memasak. Teknik ini memungkinkan seorang chef bereksperimen dengan makanan, baik dari bentuk hingga cara makannya. Salah satu chef yang menerapkan konsep ini di Indonesia adalah Andrian Ishak.

Keberanian dan ketekunan memadu padankan komposisi bahan dapur dengan rumus fisika dan kimia, membuat Andrian berhasil menciptakan berbagai menu makanan yang mengundang decak kagum dan menjadi *chef molecular gastronomy* pertama di Indonesia.

Ia pun mendirikan restoran *molecular gastronomy* pertama di Indonesia, yang diberi nama Namaaz Dining, di kawasan Fatmawati, Jakarta Selatan. "Arti dalam bahasa Persia, Namaaz adalah do'a," ujar Andrian.

Chef yang merupakan alumnus Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung ini pertama kali berkenalan dengan dunia *molecular gastronomy* lewat internet. Kala itu ia mencari sebuah referensi restoran untuk dijadikan ide mendirikan restorannya. Kemudian, Andrian menemukan restoran El-Bulli sebagai salah satu restoran terbaik di dunia.

Dari situ ia mulai tertarik dan mempelajari gastronomi molekuler secara otodidak. Ia juga belajar lewat buku-buku karya maestro *molecular gastronomy* seperti *Modernist Cuisine* karya Ferran Adria dan *On Food and Cooking* karya Harold McGee. Menurutnya, teknik *molecular gastronomy* membuat kreativitas menjadi tak terbatas berkat bantuan dari sains dan teknologi. Hal tersebut pula yang membuat dirinya yakin menerapkan teknik memasak *molecular gastronomy* di Indonesia. Dengan alat dan bahan seadanya yang ia miliki di rumah, Andrian gigih mempelajari teknik memasak tersebut.

“

**teknik
molecular gastronomy
membuat kreativitas
menjadi tak terbatas
berkat bantuan dari
sains dan teknologi.**



Di restoran miliknya yang berkonsep modern multi *sensory Indonesian cuisine*, ia menyajikan set menu 17 *course* pada tahun 2012. Tak berhenti sampai di situ, Andrian kemudian mencoba teknik gastronomi molekuler pada masakan Indonesia. Menurutnya masakan Indonesia jauh lebih unggul dalam banyak hal dibandingkan masakan luar negeri, seperti rasa yang kaya dari berbagai macam rempah hingga budaya yang melatarbelakangi suatu masakan atau tradisi.

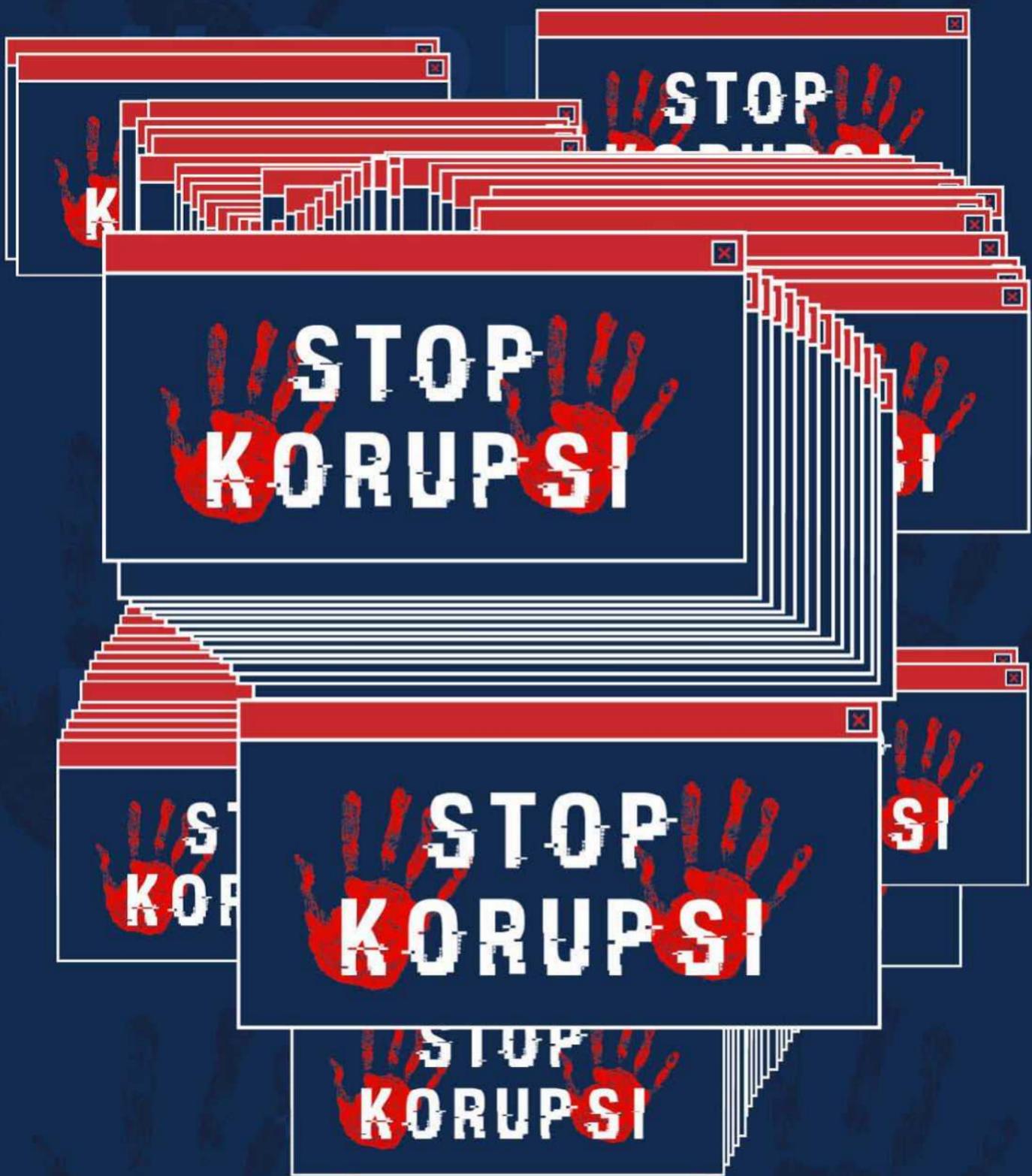
Meski tidak ada referensi masakan Indonesia yang menggunakan teknik ini, namun dengan bermodal kesukaannya memasak dibarengi dengan kreativitasnya, berbagai makanan Indonesia terus ia kreasikan dan disajikan dengan cara yang berbeda. Misalnya tumis oncom, kue clorot, cireng, semur jengkol, mi jawa, dan sebagainya. Semua makanan Indonesia ini dikreasikan menjadi makanan yang bisa menyala seperti lampu hingga sampai makanan yang dapat mengeluarkan suara jika disentuh. Proses memasaknya pun bervariasi dan memerlukan durasi 1 hingga 36 jam. Hal ini lah yang membuatnya menerapkan sistem reservasi jika konsumen ingin merasakan sensasi makan di Namaaz Dining.

"Karena kami ada di market yang sangat *niche* dan kapasitas yang sangat terbatas, kami hanya dapat *maintain curiosity* dimana kami mengganti tema-tema yang menarik dalam satu periode," ucapnya. Bagi Andrian, peran kuliner sangat vital dalam industri kreatif, terutama kuliner Indonesia yang memiliki nilai-nilai seni, budaya dan sejarah yang penting disampaikan ke masyarakat. Andrian berharap anak muda di Indonesia turut berani memajukan industri kreatif di subsektor kuliner.

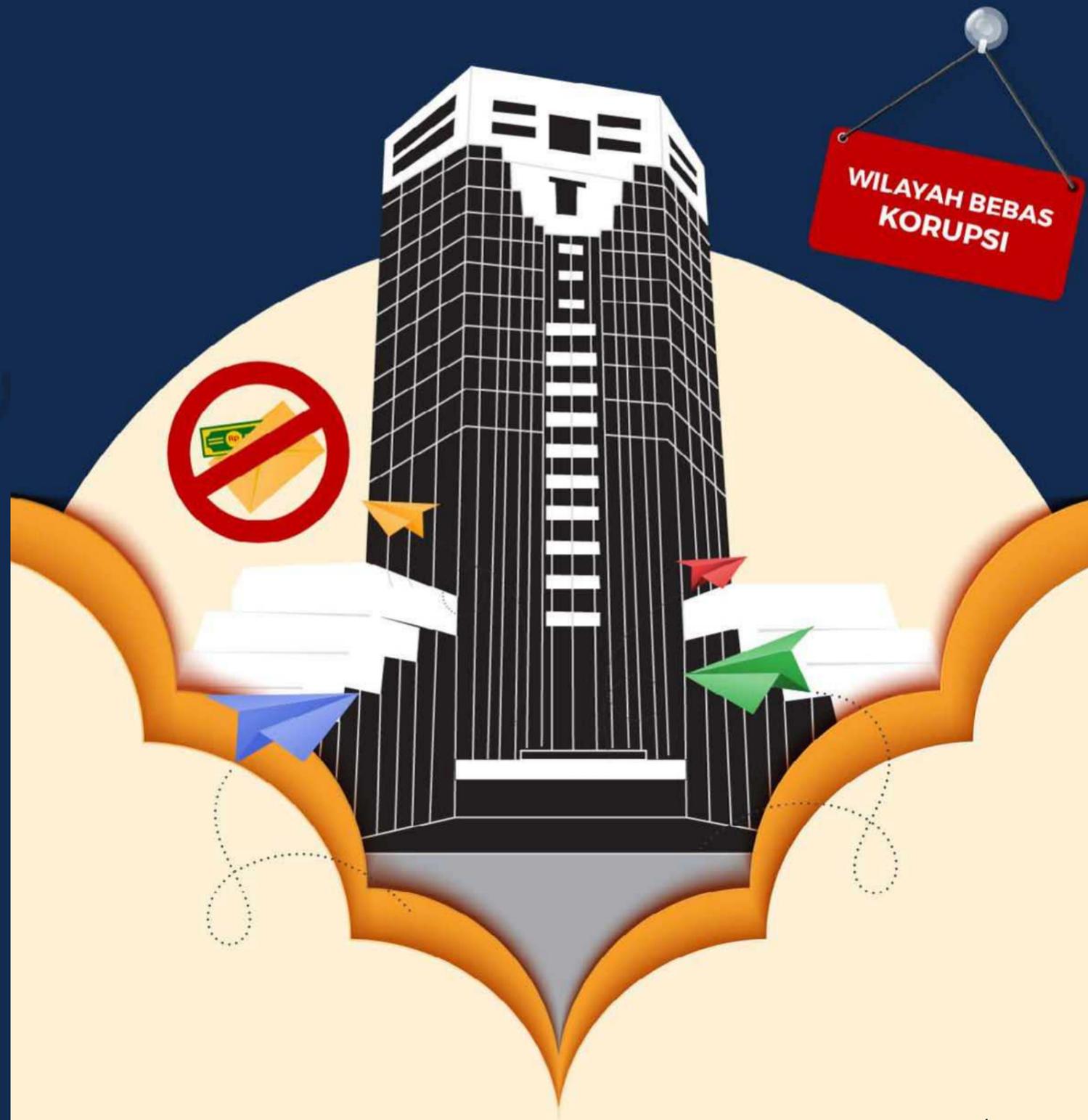
"Banyak yang bisa dilakukan untuk mendorong anak muda yang ingin terjun di bidang kuliner sehingga industri kreatif kuliner Indonesia dapat terus bertahan dan berkembang. Misalnya dengan aktif mengikuti *workshop* atau seminar tentang *entrepreneurship* yang menitikberatkan pada kreativitas," ujar Andrian.

Andrian juga berharap ke depannya Namaaz Dining menjadi tempat berkumpulnya orang-orang yang memiliki *passion* terhadap makanan, seni, dan teknologi. Baik itu tamu-tamu sebagai konsumen dan staf sebagai motor penggerak perusahaan.





ANDA MEMASUKI KAWASAN BEBAS KORUPSI



AYO LAWAN KORUPSI





Kemenparekraf Revitalisasi Destinasi Wisata untuk Tingkatkan Kualitas Pariwisata di Bali

Kuta, Bali, 30 Oktober 2020 - Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) berupaya menyempurnakan fasilitas destinasi wisata di Bali demi meningkatkan kualitas sektor pariwisata melalui program Revitalisasi Destinasi Wisata.

Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Infrastruktur Kemenparekraf/Baparekraf, Hari Sungkari, dalam sambutannya saat kegiatan Rapat Koordinasi Revitalisasi Destinasi Wisata Bali, di The Anvaya Beach Resort, Selasa (27/10/2020), mengatakan masih terdapat beberapa lokasi destinasi wisata di Bali yang amenitasnya belum memadai. Maka dari itu, focus utama dari kegiatan revitalisasi ialah pada perbaikan amenitas di sejumlah daya tarik wisata di Bali, berupa perbaikan toilet dan penambahan fasilitas lain untuk menunjang kebersihan, kesehatan, keamanan, serta kenyamanan wisatawan dengan penerapan protokol kesehatan yang ketat.

"Karena salah satu ukuran suatu destinasi wisata itu bersih, indah, dan nyaman bisa dilihat dari toilet yang menunjang. Penting sekali bagi destinasi wisata untuk memelihara dan menjaga kebersihan toilet sesuai dengan standar internasional," ujar Hari Sungkari.

Oleh karena itu, Kemenparekraf menginisiasi kegiatan revitalisasi di destinasi wisata di Bali untuk meningkatkan kembali kualitas pariwisata di Bali yang sempat menurun akibat pandemi COVID-19, terutama dalam hal amenitasnya.

Hari Sungkari berharap melalui kegiatan revitalisasi ini dapat meningkatkan kualitas pelayanan serta daya saing destinasi pariwisata di Indonesia. Sehingga wisatawan yang akan datang kembali ke destinasi pariwisata dapat merasa lebih aman dan nyaman.

Sementara itu, Direktur Pengembangan Destinasi Regional II Kemenparekraf/Baparekraf, Wawan Gunawan, menjelaskan program Revitalisasi Destinasi Wisata Bali akan dilakukan pada awal November 2020, di 1 kota dan 8 kabupaten yang ada di Bali yaitu Kota Denpasar, Kabupaten Badung, Kabupaten Tabanan, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Klungkung, Kabupaten Karangasem, Kabupaten Buleleng, Kabupaten Bangli, dan Kabupaten Jembrana.

"Dukungan revitalisasi destinasi wisata Bali akan disesuaikan dengan prioritas dan kebutuhan di masing-masing destinasi wisata yang memang sudah menjadi tujuan wisata dan banyak pengunjungnya. Karena, saat ini kebersihan dan kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi wisatawan," kata Wawan Gunawan.

Selain program revitalisasi, Wawan juga menjelaskan terkait dengan kegiatan lanjutan reaktivasi akomodasi tenaga kesehatan di destinasi wisata Bali.

"Kemenparekraf telah menyiapkan sebanyak 500 kamar di 4 hotel yang ada di Bali, yaitu Hotel Mercure, Hotel Ibis Kuta, Hotel Ibis Denpasar, dan Paragon Resort Hotel. Ini dilakukan sebagai bentuk upaya pemulihan ekonomi nasional untuk membantu industri perhotelan di masa pandemi COVID-19," kata Wawan.

Kegiatan ini dihadiri oleh Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali Ir. I Putu Astawa, Guru Besar Ilmu Pariwisata Universitas Udayana Prof. Dr. I Gede Pitana, M.Sc, Divisi Sosial dan Budaya I.G.A Indatrimafo Yudha, Ketua Bidang Water and Sanitation Asosiasi Toilet Indonesia Nani Sumaryati Firmansyah, dan Tenaga Ahli Sesmen Bidang Komunikasi Publik Kemenparekraf/Baparekraf I Ngurah Putra.

Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Ir. I Putu Astawa, mengatakan tren wisatawan ke depan akan berubah. Wisatawan akan mencari destinasi wisata yang dapat memberikan rasa aman dan nyaman, serta destinasi wisata yang menjaga kebersihan dan kelestarian lingkungannya.

"Program revitalisasi ini sangat sesuai dengan tren wisatawan saat ini. Karena, faktor kebersihan dan kesehatan merupakan hal yang penting dalam meningkatkan kepercayaan wisatawan," kata Putu Astawa.

Untuk itu, Putu Astawa sangat mendukung program revitalisasi destinasi wisata ini, agar pariwisata di Bali dapat pulih kembali.

Sementara itu, Ketua Bidang *Water and Sanitation* Asosiasi Toilet Indonesia, Nani Sumaryati Firmansyah mengatakan program revitalisasi ini sangat baik untuk dilakukan. Mengingat toilet merupakan fasilitas umum yang sangat diperlukan wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi destinasi wisata untuk dapat menyediakan toilet yang bersih, aman, dan nyaman.

"Tidak harus mewah, tapi sarana dan perlengkapan toilet harus lengkap serta berfungsi dengan baik," kata Nani Sumaryati.

Nani Sumaryati juga menuturkan ketika sudah dilakukan perbaikan dan penyempurnaan toilet, baik pihak destinasi wisata maupun wisatawan harus sama-sama menjaga kebersihan dan keindahan toilet.

"Setiap orang harus jadi *intelligence of health*. Kalau *first impression* wisatawan pada toilet suatu destinasi itu kotor, maka mereka langsung menilai bahwa managemennya buruk. Untuk itu, pihak destinasi wisata harus memiliki pengetahuan yang baik mengenai higienitas dan sanitasi toilet. Sedangkan, wisatawan juga harus bisa menjaga kebersihan ketika sedang menggunakan toilet dan juga tidak meninggalkan jejak, karena setelah kita akan ada lagi yang menggunakan toilet tersebut," ujar Nani Sumaryati.

Untuk itu, Nani Sumaryati mengimbau kepada seluruh *stakeholder* yang terkait untuk selalu memelihara kebersihan toilet. "Karena toilet merupakan cerminan bangsa yang harus kita jaga kebersihannya," kata Nani Sumaryati.





Menparekraf Pastikan Industri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Siap Terapkan Sertifikasi CHSE

Jakarta, 22 November 2020 - Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kememparekraf/Baparekraf) memastikan para pelaku industri hotel dan restoran di seluruh Indonesia semakin siap untuk menerapkan sertifikasi protokol kesehatan berbasis CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environment Sustainability*).

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Wishnutama Kusubandio, Minggu (22/11/2020), meninjau langsung untuk memastikan kesiapan industri restoran dalam upaya mendapatkan sertifikasi *Cleanliness, Health, Safety, and Security Protocol*. Salah satunya berkunjung ke Toko Kopi Tuku Cipete, Jakarta Selatan.

"Upaya ini dilakukan supaya dapat menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan saat menggunakan fasilitas hotel dan restoran yang sudah melakukan sertifikasi CHSE. Sertifikasi ini diberikan gratis melalui

proses audit yang sudah diselenggarakan dengan berbagai macam organisasi pariwisata dunia, seperti UNWTO dan TTCI, serta Kementerian Kesehatan," kata Wishnutama.

Ia mengatakan saat ini sertifikasi CHSE merupakan hal yang sangat penting bagi industri pariwisata khususnya bagi pelaku usaha hotel dan restoran untuk memulihkan kepercayaan wisatawan.

Kememparekraf telah melaksanakan program sertifikasi CHSE gratis bagi industri pariwisata di 34 provinsi di Indonesia. Sampai saat ini, sudah ada 352 hotel dan restoran yang tersertifikasi CHSE di Jakarta. Terdiri dari 205 hotel dan 120 restoran dari total 902 pendaftar.

Dalam kunjungannya, Menparekraf Wishnutama menerapkan secara ketat alur CHSE. Sebelum masuk semua pengunjung diminta untuk mencuci tangan, cek suhu, dan antre berjarak dengan signage yang jelas. Proses pemesanan minuman, pembuatan minuman, penyajian

makanan kecil, pembayaran, juga sudah dipastikan memenuhi empat dimensi audit CHSE.

"Secara umum pelaksanaannya (protocol kesehatan) sangat baik, aman, sesuai dengan yang diperlukan saat ini sehingga semua para pelaku usaha di sektor pariwisata termasuk restoran hotel, kedai Kopi, bisa bangkit kembali," kata Wishnutama.

"Sekali lagi, dalam kondisi sekarang ini seperti yang disampaikan presiden, kesehatan harus dijaga dan kita harus hambat penyebaran Covid-19 tapi ekonomi harus tetap berjalan. Untuk itu kita harus dapat melakukan apa yang kita apa yang diterapkan di sini, jaga jarak, pakai masker, cuci tangan dan sebagainya, itu yang penting. Kadang-kadang sederhana tapi kenyataannya pelaksanaannya tidak disiplin. Ini kita harus dorong terus agar jauh lebih baik," kata Wishnutama lagi.

Selain mengutamakan sertifikasi CHSE, Wishnutama menurukan kunjungannya ke Toko Kopi Tuku ini sekaligus turut serta mempromosikan industri kopi Indonesia. Mengingat gerai tersebut menggunakan bahan dasar produk kopi asli dari Indonesia, sehingga ini juga mendukung program Bangsa Buatan Indonesia.

"Kopi menjadi salah satu kekuatan yang bisa menjadi daya tarik pariwisata Indonesia dan ini (wisata kopi) akan jadi salah satu program unggulan ke depan untuk menciptakan daya tarik pariwisata," kata Wishnutama.

Direktur Toko Kopi Tuku, Andanu Prasetyo, menurukan sertifikasi ini akan sangat membantu bisnisnya sehingga makin dipercaya karena pelanggan tidak perlu khawatir untuk datang ke toko kopinya.

"Proses pendaftarannya juga sangat mudah, informasinya jelas. Dengan sertifikasi CHSE, kami siap dan akan berupaya menjamin kesehatan, keselamatan, dan keamanan tiap orang yang berkunjung ke toko kopi kami," kata Andanu Prasetyo yang biasa disapa Tyo.

Sticker dan QR code bukti bahwa tokonya sudah tersertifikasi juga terpampang di pintu masuk.

Mulai ke depan industri pariwisata dan ekonomi kreatif akan didorong agar menggunakan pemanfaatan teknologi digital. Dengan memanfaatkan aplikasi Indonesia Care, pengguna dapat mengetahui industri kreatif dan destinasi wisata mana saja yang sudah tersertifikasi CHSE.

Senada dengan Tyo, Adisti, *Chief People and Legal Officer* Toko Kopi Tuku, mengatakan, Toko Kopi Tuku selain mengedepankan kualitas kopi Indonesia yang terjaga, juga menyajikan rasa nyaman, aman, dan suasana bersih bagi pengunjung. Ia berharap Sertifikasi CHSE akan semakin memperkuat keyakinan pelanggannya.

Ia melanjutkan mulai 2015–2020 sudah ada 14 toko di Jakarta dan Tangerang yang kesemuanya mengambil konsep seperti *flagship store* di Cipete dengan dimensi tidak besar namun nyaman.

"Sebagian besar masyarakat Indonesia suka malu-malu kalau datang ke toko kopi yang terlalu besar dan terkesan eksklusif, Toko Kopi Tuku berusaha menawarkan suasana yang nyaman untuk berbagai kalangan" kata Adisti.



SELAMAT DATANG PESERTA RAKORNAS PAREKRAF 2020

"AKSELERASI REAKTIVASI & PEMULIHAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF"
BALI, 26 – 27 NOVEMBER 2020



Kemenparekraf Gelar Rakornas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020

Nusa Dua, 26 November 2020- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menggelar kegiatan Rapat Koordinasi Nasional (Rakornas) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020 yang membahas amplifikasi kebijakan, program, serta langkah reaktivasi dan pemulihan pariwisata dan ekonomi kreatif yang terdampak akibat pandemi COVID-19.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio saat membuka kegiatan Rakornas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kamis (26/11/2020) di Westin Resort, Nusa Dua, Bali, mengatakan, pandemi COVID-19 memberikan dampak yang signifikan terhadap kepariwisataan nasional. Sehingga diperlukan langkah-langkah strategis dan penyesuaian dalam mempercepat pemulihan.

"Itulah sebabnya, Kemenparekraf fokus melaksanakan program Sertifikasi CHSE gratis bagi sektor pariwisata di 34 provinsi, sebagai standarisasi baru

untuk meningkatkan kualitas pariwisata Indonesia," kata Wishnutama Kusubandio.

Turut hadir dalam kegiatan Rakornas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020 yang digelar secara hybrid Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Angela Tanoesoedibjo, Menteri PPN/Kepala Bappenas Suharso Monoarfa, Wakil Menteri Keuangan Suahasil Nazara, Menteri Kesehatan Terawan Agus Putranto, Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi, Menteri BUMN Erick Thohir, Menteri Perdagangan Agus Suparmanto, Kakorsabhara Baharkam Polri Irjen Pol Wahyudi Hidayat, Deputi Bidang Produksi dan Pemasaran Kementerian Koperasi dan UKM Victoria br. Simanungkalit, Wakil Gubernur Bali Tjokorda Oka Artha Ardhana Sukawati, dan sejumlah pemimpin daerah.

Wishnutama mengatakan, kondisi pandemik dinilai menjadi momentum yang tepat untuk membuat pariwisata dan ekonomi kreatif menjadi lebih baik dengan

melakukan restrategy. Di sisi lain mengubah pola pikir pariwisata dari *quantity tourism* ke *quality tourism*.

Konsekuensi dari perubahan itu sangat banyak sehingga dibutuhkan kesamaan visi, sinergi semua stakeholders pariwisata ekonomi kreatif, kerja keras, dan pemahaman yang komprehensif. Diantaranya dalam membangun konektivitas yang dapat memudahkan akses ke setiap destinasi serta membangun infrastruktur yang berkualitas dan berjangka panjang untuk menunjang ekonomi kreatif, juga menyediakan pengalaman yang unik di setiap destinasi.

"Salah satu syarat dasar dalam membangun *'quality tourism'*, yaitu infrastruktur, tapi tidak berhenti di infrastruktur saja, namun konektivitas, aviasi juga pemasaran," kata Wishnutama.

Selain itu, daya tarik pariwisata juga perlu diperhatikan. Untuk menciptakan keunikan di sebuah destinasi artinya budaya harus dipertahankan, diperkuat, sehingga wisatawan yang datang harus bisa merasakan budaya yang beragam.

Kemudian yang tidak kalah penting adalah menggunakan kemajuan teknologi big data untuk mempelajari tren dan *behavior* wisatawan sehingga dapat menyesuaikan strategi, daya tarik, dan pemasaran.

"Sehingga dampak dari *quality tourism* ini akan luar biasa, membuat wisatawan menjadi lebih betah tinggal di destinasi, membuat lama tinggal lebih lama, dan spending lebih banyak. Masyarakat akan betul-betul merasakan dampak ekonomi yang tinggi," kata Wishnutama.

Selain itu, multiplier effect dari *Quality Tourism* ini adalah terbukanya lapangan kerja yang lebih banyak. Artinya, kita harus menyiapkan SDM parekraf yang bukan hanya lebih banyak, tapi kemampuannya juga berkualitas, termasuk dari segi *creativity and hospitality*.

Bersamaan dengan itu, Kemenparekraf/Baparekraf juga fokus membangun ekosistem ekonomi kreatif secara lebih komprehensif ke depan. Selain menguasai produk, para pelaku ekonomi kreatif juga harus mampu memenuhi kebutuhan atas kemasakan yang representatif, pemasaran yang tepat, akses permodalan, keuangan yang efektif, *payment system*, Hak Kekayaan Intelektual, badan hukum, hingga manajemen Hak Kekayaan Intelektual yang dapat mengembangkan nilai tambah dari produk kreatif jadi berlipat ganda.

"Saya berharap, Rakornas Parekraf 2020 ini menjadi ruang untuk memulai dan menguatkan koordinasi serta kolaborasi dari semua unsure Pentahelix. Jadi, akademisi, pelaku usaha, komunitas, pemerintah, serta media bisa saling berkolaborasi untuk kembali membangun sektor parekraf Indonesia," kata Wishnutama.





PEMULIHAN EKONOMI MELALUI PARIWISATA

Rakornas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2020 menghadirkan sejumlah Kementerian/Lembaga yang menyampaikan rencana program dukungan terhadap sektor pariwisata dalam upaya pemulihan ekonomi nasional.

Wakil Menteri Keuangan Suhasil Nazara yang hadir secara daring mengatakan, pariwisata merupakan sektor yang menjadi lokomotif dalam pemulihan ekonomi nasional. Sehingga diperlukan kombinasi dan sinergi antara peran pemerintah pusat dan daerah dalam alokasi anggaran melalui belanja K/L, belanja BUMN, belanja swasta, dan belanja pemerintah daerah untuk pariwisata.

Pada 2020, untuk 5 destinasi super prioritas disiapkan anggaran total sebesar Rp9,4 triliun yang tersebar di berbagai kementerian/lembaga. Khusus untuk 2020, dalam rangka Pemulihan Ekonomi Nasional (PEN) juga disiapkan program stimulus pariwisata.

"Kita berharap ini benar-benar bisa digunakan untuk member insentif dalam kegiatan pariwisata," kata Suhasil Nazara.

Sementara untuk 2021, anggaran dari berbagai kementerian/lembaga yang sifatnya untuk belanja K/L mencapai Rp10 triliun, belanja non K/L sebesar hampir Rp1 triliun dan transfer ke daerah dan dana desa sekitar Rp4 triliun.

"Dengan demikian diharapkan dapat menciptakan lapangan yang baik mengenai arah kebijakan untuk membuat pariwisata. Bukan hanya sekedar mempersiapkan infrastruktur, melainkan alokasi anggaran untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat dan pelaku usaha pariwisata," kata dia.

Sementara Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi menyampaikan komitmennya dalam setiap program dari Kementerian Perhubungan untuk dapat memberikan dampak terhadap dunia pariwisata.

"Terbukti dengan investasi yang kita lakukan di lima Bali Baru. Kita bangun pelabuhan dan juga memperbaiki bandara. Bahkan tidak terbatas pada pembangunan, tapi juga konektivitas antara kota dengan obyek wisata, antara bandara dengan kota dan ini kita lakukan bersama," kata Menhub Budi Karya.

Kementerian Perhubungan juga akan terus meningkatkan penerbangan dan bersama Kemenparekraf akan membuat superhub yang akan memudahkan penerbangan langsung wisatawan dari originasi ke destinasi wisata di Indonesia.

"Kementerian Perhubungan juga terus melakukan kampanye safe travel guna meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan wisatawan dalam menggunakan sarana transportasi," ujarnya.





Bangkitkan Kembali Sektor Parekraf, 6606 Pelaku Usaha Ditargetkan Tersertifikasi "InDOnesiaCARE" Tahun Ini

Jakarta, 29 November 2020 - Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan 6.606 pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif tersertifikasi "Indonesia Care" dengan komitmen kuat menerapkan protocol kesehatan berbasis CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*).

Hal itu guna meningkatkan kepercayaan konsumen di sektor pariwisata dan ekonomi kreatif.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio dalam keterangannya, Minggu (29/11/2020), mengatakan, hingga saat ini telah dilakukan sertifikasi CHSE terhadap ribuan hotel/restoran serta usaha pariwisata lainnya di 34 provinsi di Indonesia.

Dari target 6.606 pelaku usaha yang tersertifikasi hingga akhir tahun ini, telah dilakukan proses audit kepada

3.728 pelaku usaha. Proses audit dilakukan dengan menggandeng lembaga sertifikasi yang menilai secara independen penerapan standar CHSE.

"Hasil penilaian tersebut yang menjadi dasar pemberian labeling InDOnesia CARE bagi setiap usaha pariwisata yang telah memenuhi kriteria yang telah ditetapkan, yang telah menerapkan protocol kesehatan dengan baik sehingga tercipta rasa aman berkunjung," kata Wishnutama Kusubandio.

Hasilnya, banyak pelaku usaha pariwisata yang telah lolos audit dan berhak mendapatkan sertifikasi Indonesia Care. Seperti di Bali, sebanyak 666 pelaku usaha sudah selesai disertifikasi secara gratis. Terdiri dari 313 hotel dan 353 restoran, dari 1.000 target pendaftar.

Dari hasil audit, juga masih ada hotel/restoran dan pelaku usaha pariwisata lainnya yang belum memenuhi standarisasi protocol kesehatan CHSE, sehingga kemudian dilakukan pembinaan.

"Saya, bersama Kemenparekraf/Baparekraf nantinya juga akan melakukan inspeksi dan pengawasan di lapangan," kata Wishnutama.

Wishnutama mengatakan, pariwisata merupakan bisnis kepercayaan dan bisnis pengalaman. Tantangan di tengah pandemic ini adalah membuat konsumen bisa percaya bahwa destinasi usaha dan pekerja pariwisata bisa menyediakan produk dan layanan yang aman. Memberikan pengalaman yang nyata sehingga konsumen bisa memberikan testimoni kepada konsumen-konsumen lainnya bahwa pariwisata Indonesia aman.

Diperlukan kolaborasi dengan pemerintah daerah serta industri agar penerapan sertifikasi ini dapat dilaksanakan dengan efisien dan efektif.

"Sertifikasi CHSE gratis secara nasional ini terus kami lanjutkan pada 2021 dengan berbagai stimulus bagi pelaku usaha pariwisata dan ekonomi kreatif agar sektor parekraf dapat segera bangkit," kata Wishnutama.

Informasi lebih lanjut tentang program sertifikasi CHSE gratis dari Kemenparekraf/Baparekraf bagi pemilik atau pengelola usaha pariwisata dan destinasi pariwisata dapat diakses melalui [website resmi chse.kemenparekraf.go.id](http://website.resmi.chse.kemenparekraf.go.id).



Capacity Building Workshop on Restarting International Tourism in Bali

Bali • December 7th - 8th, 2020



UNWTO Apresiasi Penerapan Protokol CHSE Sektor Parekraf di Indonesia

Jakarta, 9 Desember 2020 – Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) mengapresiasi penerapan protocol kesehatan berbasis CHSE sektor pariwisata dan ekonomi kreatif (parekraf) di Indonesia yang memperbesar peluang bagi kebangkitan sektor pariwisata di tanah air.

Indonesia telah mengeluarkan panduan protocol kesehatan berbasis CHSE (Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability) sebagai turunan dari protocol kesehatan yang diterbitkan Kementerian Kesehatan (Kemenkes) serta kementerian/lembaga lain. Protokol juga mengadopsi peraturan yang dikeluarkan organisasi dunia seperti UNWTO.

Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Wishnutama Kusubandio pun kemudian menyambut baik kerjasama dan dukungandari UNWTO dalam membantu Indonesia mempersiapkan diri membuka pariwisata khususnya bagi pengunjung internasional.

UNWTO bersama Kemenparekraf bekerjasama menggelar seminar bertajuk "Capacity Building Workshop on Restarting International Tourism in Bali" yang diselenggarakan di Bali pada 7 hingga 8 Desember 2020. Seminar dihadiri Wakil Menteri Luar Negeri Mahendra Siregar, Sekretaris Kementerian Pariwisata dan EkonomiKreatif/Sekretaris Utama Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Giri Adnyani, serta lebih dari 30 pelaku pariwisata dan ekonomi kreatif dan 150 peserta yang hadir secara daring.

Seminar focus membahas strategi pemerintah dalam upaya membuka kembali pariwisata meliputi perumusan kebijakan, prosedur, sarana dan prasarana kesehatan, serta protocol keimigrasian di masa adaptasi kebiasaan baru.

"Pandemi COVID-19 ini telah mengubah paradigam masyarakat, di mana faktor kesehatan, keamanan, dan keselamatan menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan atau tujuan wisata," kata WishnutamaKusubandio.

Itu sebabnya Kemenparekraf focus melaksanakan program Sertifikasi CHSE gratis bagi sektor pariwisata di 34 provinsi, sebagai standarisasi baru untuk meningkatkan kualitas pariwisata Indonesia.

Menparekraf Wishnutama mengatakan, Indonesia telah mencanangkan pengembangan quality tourism sebagai rencana strategis ke depan. Artinya pengembangan pariwisata harus memperhatikan dan membangun semua aspek pariwisata dan ekonomi kreatif.

Untuk itu kerjasama dan dukungan dari UNWTO akan membuat Indonesia lebih siap untuk pengembangan menuju quality tourism.

"Dampak dari Quality Tourism ini akan sangat luar biasa, karena akan membuat wisatawan menjadi lebih betah di destinasi, jadi staying lebih lama, spending lebih banyak. Akhirnya, bukan saja jumlah wisatawan yang akan meningkat, tapi PDB dan devisa juga akan meningkat," kata Wishnutama.

Wakil Menteri Luar Negeri, Mahendra Siregar juga menyampaikan rasa terima kasih kepada UNWTO atas dukungan terhadap Indonesia selama krisis. Menurutnya, penting bagi Indonesia untuk berkolaborasi untuk memulai kembali pariwisata.

"Untuk kepentingan tidak hanya pengunjung ke Bali, tetapi untuk semua pemangku kepentingan, termasuk pekerja pariwisata dan industri," kata Mahendra Siregar.

Di sela kegiatan seminar, delegasi UNWTO melakukan kunjungan ke bandara dan beberapa tujuan wisata lainnya. Mereka melihat secara langsung penerapan protokol CHSE yang dikembangkan oleh pemerintah Indonesia untuk mempersiapkan kembali aktifnya kepariwisataan Bali.



SOP Pelayanan Informasi Publik

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif



DOWNLOAD FORMULIR DI WEBSITE ATAU DATANG LANGSUNG

Pemohon dapat mengunjungi situs web www.kemendparekraf.go.id atau datang langsung ke Biro Komunikasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk mengajukan permintaan informasi.

GEDUNG SAPTA PESONA

Gedung Sapta Pesona Lantai 2, Biro Komunikasi

Jalan Medan Merdeka Barat No.17 - Jakarta 10110
Telp. 021 3838899
Email : info@kemendparekraf.go.id
Situs web : www.kemendparekraf.go.id

Jam Operasional :
Senin-Kamis : 07.30 - 16.00 WIB
Jumat : 07.30 - 16.30 WIB
Sabtu, Minggu & Hari Libur : Libur
Jam Istirahat : 12.00 - 13.00 WIB



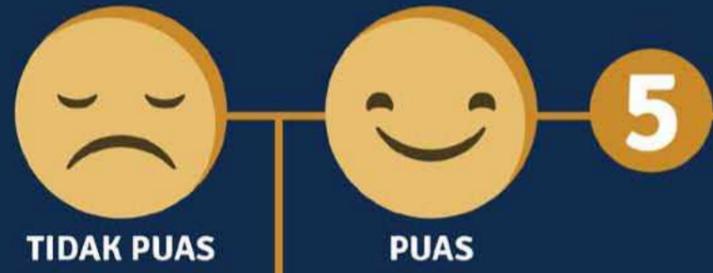
Petugas bagian pelayanan informasi publik melakukan verifikasi permintaan informasi dengan produk pelayanan informasi yang terkait dengan ruang lingkup tugas dan fungsi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Permintaan atau penolakan permohonan dengan alasan sesuai perundang-undangan.

PPID MEMPEROSEH PERMOHONAN DALAM WAKTU 10+7 HARI KERJA



PPID mengirim tanggapan kepada pemohon secara langsung atau melalui Fax, Email, dan Surat.

1. Tidak dikenakan biaya/tarif.
2. Dalam hal diperlukan biaya penggandaan dokumen, diluar tanggung jawab Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Produk Pelayanan Informasi yang terkait ruang lingkup tugas dan fungsi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.



Pemohon dapat mengajukan Surat Keberatan kepada PPID atas ketidakpuasan pelayan.

Setelah 30 hari kerja, Surat Keberatan tidak ditanggapi oleh PPID atau tidak puas dengan tanggapan PPID, pemohon dapat mengajukan Sengketa ke KIP.



KOMISI INFORMASI PUSAT





www.kemenparekraf.go.id



0811-895-6767



Kementerian Pariwisata
dan Ekonomi Kreatif



[kemenparekraf.ri](https://www.instagram.com/kemenparekraf)



Kemenparekraf



FIND US



THE HIGHLAND PARK RESORT BOGOR

Jalan Ciapus, Curug Nangka, Kp.Sinarwangi, Sukajadi, Kec. Tamansari – Kab Bogor, 16610 Jawa Barat – Indonesia.



E-mail : reservation@thehighlandparkresortbogor.com

Telp : +62 251-8485-777 / 0855-8132-999

Website : https://thehighlandparkresortbogor.com/Indonesia/



NAMAAZ DINING

Jalan Gunawarman No.42, RT.5/RW.2, Selong, Kec. Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12110.



Email : info@namaazdining

Telp : 0811-1557-798

Website : https://www.namaazdining.com/



LOMBOK

1. Pantai Kuta Mandalika
Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat
2. Goa Kotak
Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat
3. Pantai Tanjung Aan
Lombok Tengah, Nusa Tenggara Barat



SUWATU BY MIL&BAY

Sumberwatu, Sambirejo, Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta



Instagram : suwatu.by.milandbay

Whatsapp : 081225339578

ALAMAT DINAS PARIWISATA SELURUH INDONESIA

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam
Jl. Tgk. Chik Kuta Karang No. 3 Banda Aceh
Telp. +62 651 26206,
Email: disbudpar@acehprov.go.id
Website: http://www.disparbud.jabarprov.go.id
Email: disparbud@disparbud.jabarprov.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Utara
Jl. Jend. A. Yani 107 Medan
Telp. +62 61 4528436
Website: http://disbudpar.sumutprov.go.id
Email: sumatra_tourism@yahoo.co.id
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sumatera Barat
Jl. Khatib Sulaiman No. 7 Padang - Sumatera Barat
Telp. +62 751 7055183
Website: http://sumbar.travel/
Email: info@minangkabautourism.info
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sumatera Selatan
Jl. Demang Lebar Daun Kav. IX Palembang - Sumatera Selatan
Telp. +62 711 357348
Website: http://www.dipardass.go.id/
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung
Jl. Jend. Sudirman No. 29 Bandar Lampung
Telp. +62 721 261430
Website: http://pariwisatalampung.com
Email: info@visitlampung.com
- Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu
Jl. P. Tendean No. 17 - Bengkulu
Telp. +62 736 21272
Website: www.pariwisata.bengkuluprov.go.id
Email: admin@pariwisata.bengkuluprov.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jambi
Jl. H. Agus Salim Kota Baru - Jambi
Telp. +62 741 44505456
Website: http://disbudpar.jambiprov.go.id/
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Bangka Belitung
Jl. Profesi 2 Komplek Pemprov Kep. Bangka Belitung, Air Itam – Pangkalpinang Bangka 33149
Telp. +62 717 431143
Website: http://visitbangkabelitung.com/
Email: visitbangkabelitung@babelprov.go.id
- Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau
Komplek Perkantoran Pemerintah Provinsi Kepulauan Riau, Gedung B1 Lantai. 1 dan Lantai. 2, Dompok
Telp. +62 771 315677
Website: http://kepri.travel/
Email: pariwisata_kepri@yahoo.com
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Riau
Jl. Jend. Sudirman No. 200 Pekanbaru 28282
Telp. +62 761 40356
Website: http://disparekraf.riau.go.id/
Email: disparekraf@riau.go.id
- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi DKI Jakarta
Jl. Kuningan Barat No. 2 Jakarta Selatan 12710
Telp. +62 21 5205455
Website: http://www.jakarta-tourism.go.id
Email: tourism@jakarta.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Barat
Jl. RE Martadinata No. 209 Bandung
Telp. +62 22 7273209
Website: http://www.disparbud.jabarprov.go.id
Email: disparbud@disparbud.jabarprov.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Tengah
Jl. Pemuda 136 Semarang
Telp. +62 24 3546001
Website: http://www.central-java-tourism.com
Email: budpar@jatengprov.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Jawa Timur
Jl. Wisata Menanggal, Dukuh Menanggal, Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60234
Telp. +62 31 8531814
Website: http://disbudpar.jatimprov.go.id
Email: info@disbudpar.jatimprov.go.id
- Dinas Pariwisata Provinsi D.I Yogyakarta
Jl. Malioboro No.56, Danurejan, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55271
Telp. +62 274 587486
Website: http://www.visitjogja.com
Email: dispar@visitjogja.com
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Banten
Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B)
Jl. Syeh Nawawi Al-Bantani - Palima Kota Seran
Telp. +62 254 267060
Website: http://disbudpar.bantenprov.go.id/
Email: ppid.disbudpar@bantenprov.go.id
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali
Jl. S. Parman, Niti Mandala - Denpasar 80235
Website: http://www.disparda.baliprov.go.id/
Email: infotourism@baliprov.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat
Jl. Lengko 70, Mataram 21868 Ampenan, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat 83114
Telp. +62 370 640471
Website: http://www.disbudpar.ntbprov.go.id/
Email: admin@disbudpar.ntbprov.go.id
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Nusa Tenggara Timur
Jalan Frans Seda No. 72 Kupang
Telp. +62 380 826384
Website: http://tourism.nttprov.go.id/
Email: dinparekrafntt@gmail.com
- Dinas Pariwisata Pemerintah Provinsi Kalimantan Utara
Sekretariat Daerah Jalan Kol. H. Soetadji Tanjung Selor – Kalimantan Utara 77212
Telp. +62 552 21567
Website: http://www.kaltaraprov.go.id/
Email: humasprovkaltara@gmail.com
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Kalimantan Barat
Jl. Letjen Sutoyo No. 17 - Pontianak
Telp. +62 561 742838
Website: http://disparekraf.kalbarprov.go.id/
Email: pariwisata@kalbar.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Tengah
Jl. Cilik Riwut Km 5 Palangkaraya 73112
Telp. +62 536 4210368
Website: http://disbudpar.kalteng.go.id/
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur
Jl. Jendral Surirman No. 22 Samarinda - Kalimantan Timur 75111
Telp. +62 541 736850
Website: http://www.disbudpar.kaltimprov.go.id
Email: disbudparkaltim@gmail.com
- Dinas Pemuda, Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Selatan
Jl. Pramuka No. 4 Banjarmasin - Kalimantan Selatan, 70149
Telp. +62 511 3264511
Website: www.disporbudpar.kalselprov.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Selatan
Jl. Jendral Sudirman No. 23, Makassar - Sulawesi Selatan
Telp. +62 411 878912
Website: http://sulselprov.go.id/
Email: disbudparsulsel@telkom.net
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Tengah
Jl. Dewi Sartika No. 91, Palu - Sulawesi Tengah
Telp. +62 451 483942
Website: http://disbudpar.sulteng.go.id/
Email: pariwisata.sulteng@gmail.com
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Sulawesi Tenggara
Jl. Tebau Nunggu No. 2 Kendari - Sulawesi Tenggara
Telp. +62 401 326634
Website: pariwisata.sultra.com/
Email: admin@pariwisatasultra.com
- Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Barat
Kompleks Kantor Gubernur Provinsi Sulawesi Barat
Jl. Abdul Malik Pattana Endeng – Rangas – Mamuju
Telp. +62 426 2321815
Website: http://disposulbar.com/
Email: office@disposulbar.com
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Sulawesi Utara
Jl. W. R. Supratman No.72, Manado - Sulawesi Utara, 95123, Indonesia
Telp. +62 431 851721
Website: www.disbudpar-sulut.org
- Dinas Perhubungan dan Pariwisata Provinsi Gorontalo
Jl. Jendral Sudirman No. 57 Kota Gorontalo
Telp. +62 435 827615
Website: www.gorontalooprov.go.id
Email: dishubpar@gorontalooprov.go.id
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Maluku
Jl. Jenderal Sudirman, Batu Merah - 97128
Telp. +62 911 312300
Website: http://pariwisata.malukuprov.go.id/
Email: disbudpamaluku@yahoo.com
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Maluku Utara
Jl. Kamboja No. 14A ternate - Maluku Utara
Telp. +62 921 327396
Website: http://disbudpar.malutprov.go.id/
- Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Papua
Otonom Gedung A VIM-Kotaraja
Telp. +62 967 581529
Website: https://www.papua.go.id
Email: bbkp@papua.go.id
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Papua Barat
Komplek Perkantoran Arfai, Manokwari
Telp. +62 967 537523
Website: http://ecotourismpapuabar.net/