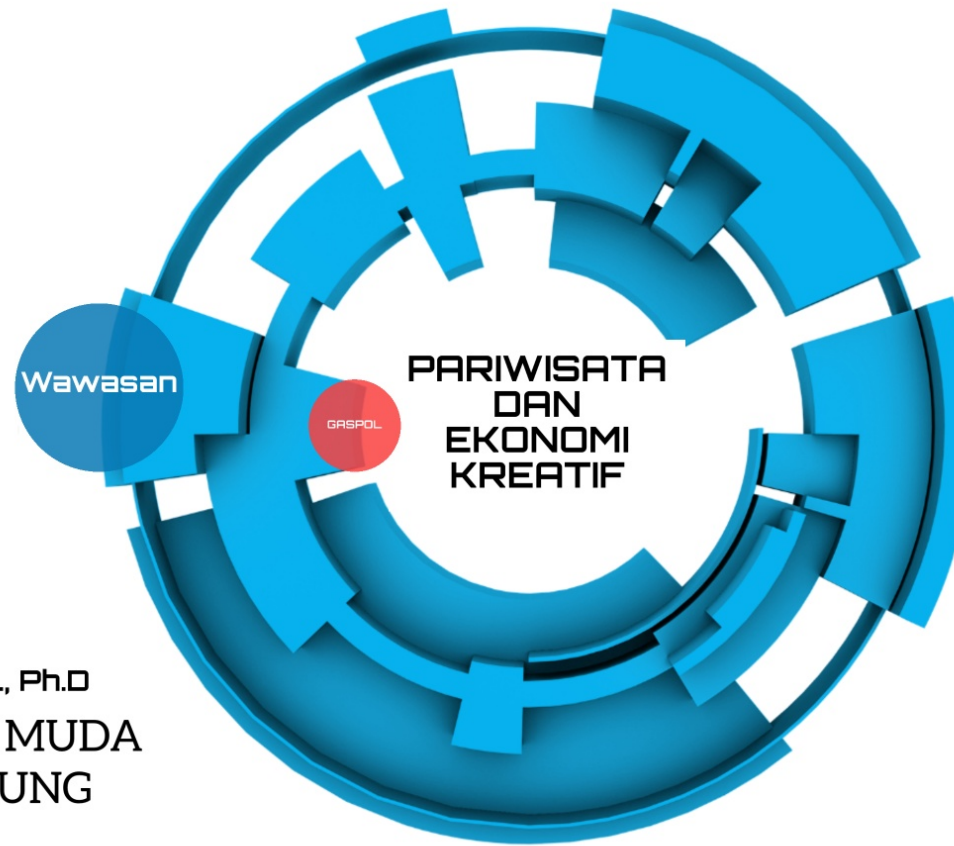




**Bhayu Rhama, ST., MBA., Ph.D**  
**PERAN GENERASI MUDA**  
**DALAM MENDUKUNG**  
**PARIWISATA**



Palangka Raya, 21 Maret 2022  
Aula Disparbudpora Kota Palangka Raya

**Pendidikan:**

S1 Teknik Sipil, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

S2 Manajemen Pariwisata, University of Wolverhampton, United Kingdom

S3 Kebijakan Pariwisata, University of Central Lancashire, United Kingdom

**Pekerjaan:**

2020 – sekarang: Wakil Dekan Bidang Umum & Keuangan, FISIP Universitas Palangka Raya

2019 – sekarang: Staf Ahli Rektor Bidang Kebijakan Publik, Universitas Palangka Raya

2010 – sekarang: Dosen Kebijakan Pariwisata, FISIP Universitas Palangka Raya

2004 – sekarang: Direktur PT. Barama Intercity Tour & Travel

**Organisasi:**

2021 – 2024: Bendahara Badan Promosi Pariwisata Kota Palangka Raya

2020 – 2025: Ketua Komite Seni Budaya Nusantara (KSBN) Kota Palangka Raya

2018 – 2023: Ketua DPD Association of Indonesian Tours & Travel Agencies (ASITA)  
Kalimantan Tengah

**Website:**

[www.bhayurhama.com](http://www.bhayurhama.com)

# OUTLOOK PAREKRAF



## Jumlah Tenaga Kerja Parwisata

(Juta orang)  
2020 : 13,96  
2021 : 14,3\*  
2022 : 14,7



## Peringkat Travel & Tourism Competitive Index (TTCI)

(Peringkat)  
2019 : 40  
2020 : n.a  
2021 : 39 – 36\*  
2022 : n.a



## Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif

(Juta Orang)  
2020 : 19,39  
2021 : 19,83\*  
2022 : 20,58



## Nilai Devisa Pariwisata

(Miliar USD)  
2020 : 3,312  
2021 : 0,36 – 0,37\*  
2022 : 0,47 – 1,7



## Kontribusi PDB Pariwisata

(%)  
2020 : 4,05%  
2021 : 4,2%\*  
2022 : 4,3%



## Nilai Ekspor Produk Ekonomi Kreatif

(Miliar USD)  
2020 : 18,89  
2021 : 20,58  
2022 : 21,28



## Jumlah Wisatawan Mancanegara

(Juta Orang)  
2020 : 4,05  
2021 : 1,5\*  
2022 : 1,8 – 3,6



## Jumlah Pergerakan Wisatawan Nusantara

(Juta pergerakan)  
2020 : 198,2  
2021 : 198 – 220\*  
2022 : 260 - 280



## Nilai Tambah Ekonomi Kreatif

(Rp Triliun)  
2020 : 1,134  
2021 : 1,191\*  
2022 : 1,236

# EKONOMI KREATIF



**16 SUBSEKTOR  
EKONOMI KREATIF**

**APLIKASI & PERMAINAN  
ARSITEKTUR  
DESAIN INTERIOR  
DESAIN PRODUK**

**DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FOTOGRAFI  
FILM, ANIMASI & VIDEO  
FESYEN**

**KRIYA  
KULINER  
MUSIK  
PENERBITAN**

**PERIKLANAN  
SENI RUPA  
SENI PERTUNJUKAN  
TELEVISI & RADIO**

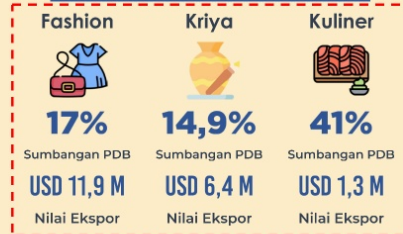
Sumber: Perpres Nomor 72 Tahun 2015 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 6 Tahun 2015  
Tentang Badan Ekonomi Kreatif





## SUB SEKTOR ANDALAN EKONOMI KREATIF

### 3 SUBSEKTOR EKONOMI KREATIF DENGAN SUMBANGAN TERBESAR



### 3 SUBSEKTOR PRIORITAS EKONOMI KREATIF



Sumber: kemenparekraf.go.id | <https://www.suarapemredkalbar.com/read/ponticity/28022019/disorapar-kalbar-kembangkan-tiga-sub-sektor-ekraf>

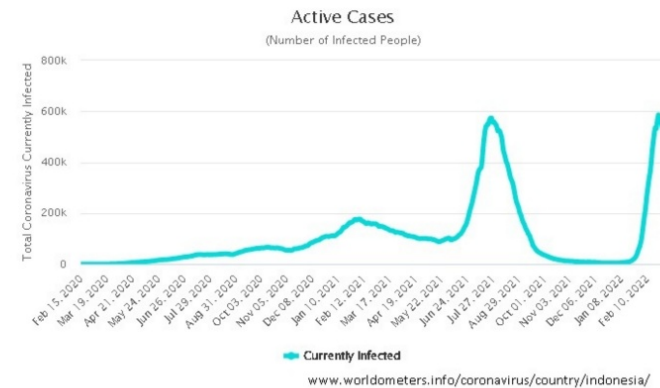
## International tourism, number of departures - Indonesia

World Tourism Organization, Yearbook of Tourism Statistics, Compendium of Tourism Statistics and data files.

License: CC BY-4.0



## Active Cases in Indonesia (2022)



## ARAHAN PRESIDEN & WAKIL PRESIDEN RI TERKAIT PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2021



Akselerasi pembangunan Infrastruktur di 5  
Destinasi Prioritas

Penyiapan Calendar of Event di Setiap Destinasi  
terutama di 5 Destinasi Super Prioritas

Implementasi Aspek K4 pada setiap destinasi pariwisata  
sehingga wisatawan merasa aman dan nyaman

Ekonomi Kreatif lokomotif penciptaan lapangan  
pekerjaan, terutama untuk sektor yang menyerap dan  
menggerakkan ekonomi.

3 PLATFORM PROGRAM KEMENPAREKRAF KE DEPAN:  
**INOVASI, ADAPTASI, dan KOLABORASI**

# 5 Destinasi Wisata Super Prioritas!

Destinasi wisata super prioritas merupakan bagian dari program "10 Bali Baru" yang dicanangkan pemerintah. Nantinya destinasi-destinasi tersebut tak hanya dapat menjadi daya tarik wisatawan saja, namun juga menumbuhkan ekonomi kreatif yang bisa dinikmati warga setempat.

## Danau Toba, Sumatera Utara

- Danau vulkanik terbesar di dunia

## Candi Borobudur, Jawa Tengah

- Merupakan objek wisata tunggal Tanah Air yang paling banyak dikunjungi wisatawan

## Mandalika, Nusa Tenggara Barat

- Menjadi tuan rumah ajang balap dunia MotoGP 2021

## Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur

- Terdapat Pulau Komodo sebagai habitat asli Komodo satu-satunya di dunia

## Likupang, Sulawesi Utara

- Wisata bahari dengan pantai dan panorama bawah laut yang indah



www.kemendagri.go.id

@ditpp

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

@kemendagri

kemendagri

## PENTAHILIX MODEL

### BISNIS SEBAGAI LOKOMOTIF TRANSFORMASI PARIWISATA



# 10

## Destinasi Pariwisata Prioritas 2016

10 destinasi ini diharapkan dapat mendukung target mendatangkan 12 juta wisman dengan devisa Rp172 triliun pada 2016.

### Kawasan Strategis Pariwisata Nasional



Selengkapnya lihat (<http://goo.gl/lczwEg>)

www.kominfo.go.id

@ditppi

#IndonesiaBaik

Sumber: Kementerian Pariwisata (Kempar)

## INDIKATOR PARIWISATA EKONOMI KREATIF 2019-2020



Sumber: \*) BPS, \*\*) Kementerian Pariwisata, BPS, B) (Dialah), dan \*\*\*) Lembaga Demografi UI.

## INDONESIA GERAK CEPAT TERAPKAN RESTRATEGI BANGUN FONDASI KEBANGKITAN KEPARIWISATAAN





## HARAPAN PARIWISATA TAHUN 2021



Setelah penemuan **vaksin**, proses vaksinasi terhadap masyarakat dan menurunnya jumlah kasus positif harian covid19 **diharapkan** sektor pariwisata mulai **pulih** pada tahun 2021.

### Transportasi dan Pergudangan

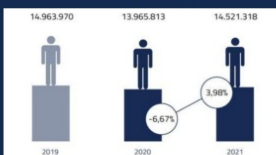


### Akomodasi dan Makan Minum



Laju pertumbuhan **subsektor** yang berkaitan dengan **industri pariwisata** juga perlahan mengalami pertumbuhan setelah mengalami **kontraksi** pada awal tahun 2020. **Transportasi** dan **pergudangan**, serta **akomodasi dan makan minum** mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan pada kuartal ketiga tahun 2020.

### Jumlah Tenaga Kerja Pariwisata



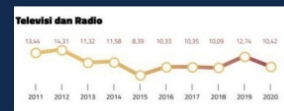
Melemahnya perekonomian secara umum juga berdampak pada **ketenagakerjaan sektor pariwisata**, dimana pada tahun 2020 jumlah tenaga kerja **turun sebesar 6,67%** atau hampir 1 juta orang. **Tahun 2021** jumlah tenaga kerja pariwisata diperkirakan akan kembali **meningkat sebesar 3,98%** meski jumlahnya belum menyamai jumlah tenaga kerja pada tahun 2019.

PROGRAM AKSELERASI PEMULIHAN PAREKRAF

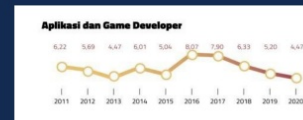
## HARAPAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2021



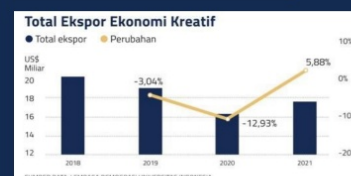
Subsektor televisi dan radio, Aplikasi dan Game developer merupakan 2 dari 16 subsektor yang pertumbuhan **PDB** nya tercatat positif pada tahun **2020** walaupun mengalami pelambatan dibanding tahun 2019, dimana **televisi dan radio** tumbuh sebesar **10,42 %** serta **aplikasi dan game developer** tumbuh sebesar **4,47%**.



10,42 %

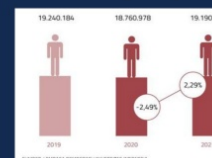


4,47 %



Tahun **2020** ekspor ekonomi kreatif diperkirakan turun sebesar **12,93%**, meski demikian diperkirakan pada tahun **2021** ekonomi akan membaik dan ekspor ekonomi kreatif akan **meningkat hampir 6%**.

### Jumlah Tenaga Kerja Ekonomi Kreatif



Melemahnya **perekonomian** secara umum juga berdampak pada **ketenagakerjaan sektor kreatif**, dimana pada tahun 2020 jumlah **tenaga kerja** turun sebesar **2,49%**. Tahun **2021** jumlah tenaga kerja kreatif diperkirakan akan **kembali meningkat** meski jumlahnya belum menyamai jumlah tenaga kerja pada tahun 2019.

PROGRAM AKSELERASI PEMULIHAN PAREKRAF

9

# PROGRAM UNGGULAN PARIWISATA

## PENGUATAN EKOSISTEM DESA WISATA



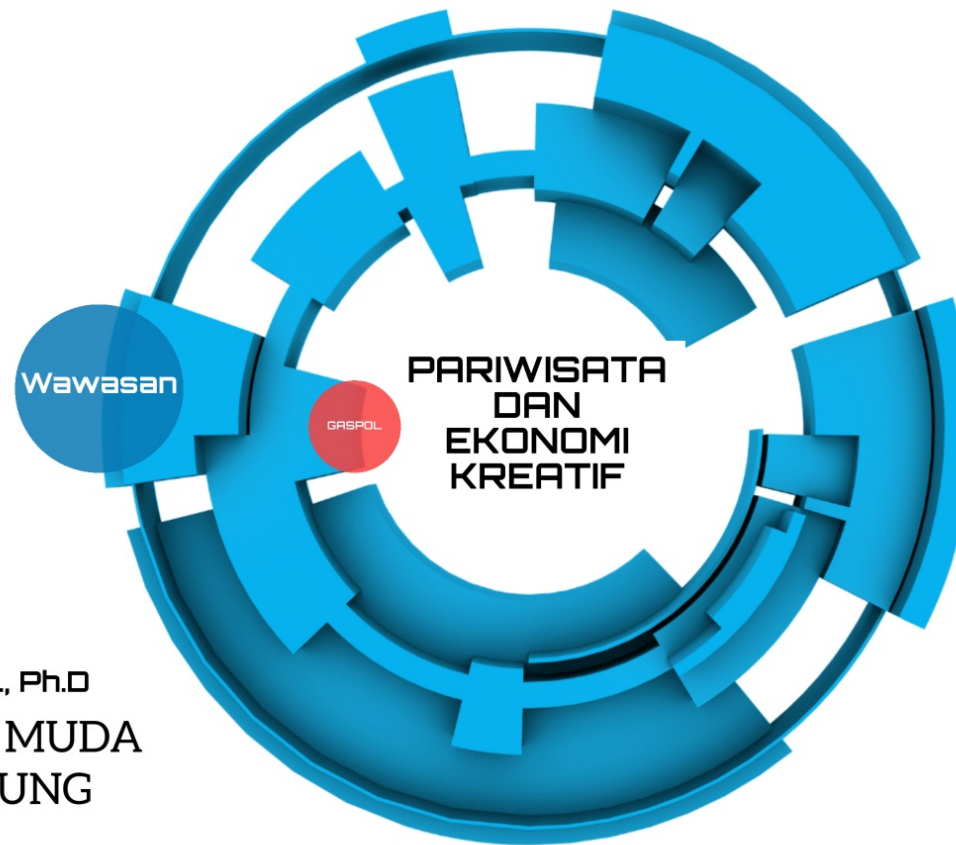
Desa Wisata sebagai pusat pengembangan Pariwisata dan ekonomi kreatif dalam mendukung :  
(1) Pemajuan kebudayaan (2) kualitas hidup masyarakat (3) pembangunan berkelanjutan

Pengembangan Desa Wisata memberikan dampak multiplier bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, peningkatan pendapatan, mengurangi ketimpangan sosial, dan menciptakan lapangan kerja





**Bhayu Rhama, ST., MBA., Ph.D**  
**PERAN GENERASI MUDA**  
**DALAM MENDUKUNG**  
**PARIWISATA**



Palangka Raya, 21 Maret 2022  
Aula Disparbudpora Kota Palangka Raya



# GASPOL

GARAP SEMUA POTENSI LAPANGAN KERJA



Gaspol diimplementasikan oleh Kemenparekraf melalui berbagai program kerja yang diharapkan dapat menggarap semua potensi sehingga mampu membuka lapangan kerja seluas-luasnya bagi masyarakat.

- 1 Pengembangan Desa Wisata
- 2 Pengembangan Kabupaten/ Kota (Kata) Kreatif
- 3 Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI)
- 4 Santri Digitalpreneur

# 1. PENGEMBANGAN DESA WISATA



Terdapat kecenderungan perekonomian desa wisata tumbuh lebih cepat dibandingkan dengan non desa wisata. Melalui kegiatan wisata, desa wisata juga mampu memperbaiki kondisi sosial-ekonomi desa.



Secara agregat aktivitas pariwisata juga mendorong perekonomian di desa wisata, yang pada gilirannya berkontribusi pada perekonomian nasional.

Stimulus dari aktivitas wisata di seluruh desa wisata di Indonesia menimbulkan dampak pengganda (multiplier-effect) senilai hampir Rp 9 triliun, atau setara dengan kontribusi sekitar 0.06% dari PDB Indonesia pada tahun 2019.



Dampak pengganda dari pengembangan desa wisata tersebut juga mampu menciptakan 341.586 kesempatan kerja atau menyumbang sekitar 0,26% dari total lapangan kerja di Indonesia pada 2019.



Kemenparekraf mendukung target RPJMN 2020-2024 yaitu Target hingga tahun 2024 yaitu menjadikan 244 desa wisata maju-mandiri dan tersertifikasi desa wisata berkelanjutan.



Pengeluaran pemerintah, khususnya yang bersumber dari anggaran program pengembangan desa wisata untuk Destinasi Super Prioritas Tahun 2020 yang berjumlah sekitar Rp 26,8 miliar mampu memberikan dampak pengganda terhadap peningkatan PDB nasional sekitar Rp 23 miliar, pendapatan rumah tangga pekerja sebesar Rp 16,7 milyar, serta menyerap 1.267 orang tenaga kerja.

# 1. PENGEMBANGAN DESA WISATA



## PENCAPAIAN PENGEMBANGAN DESA WISATA TAHUN 2021



# 1. PENGEMBANGAN DESA WISATA



## PENDAMPINGAN SDM DAN EKRAF DI DESA WISATA



**Peningkatan Kapasitas Masyarakat**  
 5 DSP + Bali: 2.090 Orang : Pemandu Wisata  
 Lokal, Pengelola Homestay, Pengelola  
 Restoran, Pokdarwis



**Gerakan Sadar Wisata**  
 750 Orang (Pokdarwis, Pengelola  
 Desa Wisata, Pemandu Wisata  
 Lokal)



**Program Pendampingan Ekonomi Kreatif**  
 Tersedia SDM Unggulan Subsektor Ekraf di 5  
 DSP, Bali, dan lain-lain dengan target 1000  
 orang. Dengan sub sektor prioritas: kuliner,  
 Fashion, Kriya, Musik, Videografi

# GASPOL

GARAP SEMUA POTENSI LAPANGAN KERJA



Gaspol diimplementasikan oleh Kemenparekraf melalui berbagai program kerja yang diharapkan dapat menggarap semua potensi sehingga mampu membuka lapangan kerja seluas-luasnya bagi masyarakat.

- 1 Pengembangan Desa Wisata
- 2 Pengembangan Kabupaten/ Kota (Kata) Kreatif
- 3 Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI)
- 4 Santri Digitalpreneur



## 2. PENGEMBANGAN KABUPATEN/KOTA (KATA) KREATIF



KEGIATAN UJI PETIK PMK31

5

KABUPATEN KOTA

Diikuti oleh Kab. Toba, Kab. Samosir, Kab. Minahasa Utara, Kab. Lombok Tengah, dan Kab. Wakatobi. Kegiatan ini bersifat bottom up yang bertujuan untuk menemukan sub sektor ekraf unggulan dan membangun kesadaran dan komitmen seluruh stakeholders.

PENETAPAN

21

KABUPATEN/ KOTA KREATIF

Keputusan Menparekraf/Kabaparekraf tentang Penetapan 21 KaTa Kreatif Indonesia yang merupakan fungsionalisasi 10 KaTa Kreatif Indonesia tahun 2019 dan 11 KaTa Kreatif Indonesia 2021 yang baru.

Keputusan ini merupakan salah satu dasar Kemenparekraf/Baparekraf untuk melakukan intervensi dalam mendukung pembangunan ekonomi kreatif.



WORKSHOP PENINGKATAN & INOVASI DI

25

KABUPATEN/ KOTA

Dihadiri langsung oleh Menparekraf/Kabaparekraf untuk meningkatkan inovasi dan kewirausahaan pelaku ekonomi kreatif melalui narasumber yang kompeten di bidang ekonomi kreatif dan narasumber dari PT PNM (Persero) sebagai salah satu fasilitasi akses pembiayaan. Setiap workshop dihadiri oleh 35 pelaku ekonomi kreatif yang menjadi database untuk dikembangkan. Pemanfaatan teknologi digital oleh pelaku ekonomi kreatif diharapkan meningkat dan akses pembiayaan lebih mudah.

# GASPOL

GARAP SEMUA POTENSI LAPANGAN KERJA



Gaspol diimplementasikan oleh Kemenparekraf melalui berbagai program kerja yang diharapkan dapat menggarap semua potensi sehingga mampu membuka lapangan kerja seluas-luasnya bagi masyarakat.

- 1 Pengembangan Desa Wisata
- 2 Pengembangan Kabupaten/ Kota (Kata) Kreatif
- 3 Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI)
- 4 Santri Digitalpreneur



### 3. APRESIASI KREASI INDONESIA



**Tahun 2021** telah dilaksanakan di **16 Kota Kreatif** di Indonesia yaitu Bandung, Bogor, Banyuwangi, Balikpapan, Medan, Makassar, Surakarta, Semarang, Malang, Surabaya, Pekalongan, Bali, Banyumas, Palembang, Bandar Lampung, Lombok

dan telah memfasilitasi kurang lebih **640 Jenama**

**AKI** merupakan kegiatan peningkatan kapasitas dan pameran kepada para pelaku ekonomi kreatif pada subsektor kuliner, kriya, fesyen, musik, film, animasi, aplikasi, dan permainan





# GASPOL

GARAP SEMUA POTENSI LAPANGAN KERJA



Gaspol diimplementasikan oleh Kemenparekraf melalui berbagai program kerja yang diharapkan dapat menggarap semua potensi sehingga mampu membuka lapangan kerja seluas-luasnya bagi masyarakat.

- 1 Pengembangan Desa Wisata
- 2 Pengembangan Kabupaten/ Kota (Kata) Kreatif
- 3 Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI)
- 4 Santri Digitalpreneur

## 4. SANTRIDIGITALPRENEUR

**Santri Digitalpreneur** Indonesia merupakan sebuah platform edukasi yang ditujukan kepada para Santri agar dapat mengakses dengan mudah pelatihan online untuk meningkatkan skill, baik secara teknis maupun non teknis dalam bidang digital dan kreatif.

Pada akhir program ini, **seluruh peserta** berkesempatan magang dan mengerjakan project di salah satu studio kreatif untuk menciptakan konten kreatif, seperti 2d animation, 3d animation, atau creative audio production yang sangat memungkinkan untuk dimanfaatkan sebagai sarana untuk berdakwah melalui platform digital.



### Output Pelaksanaan:

Pelatihan kepada para Santri

sebanyak **24x** pertemuan.



**Total peserta: 565**

peserta,  
terdiri atas: 2D animasi: **150**  
**peserta**, 3D animasi: 221  
peserta  
Creative Audio Production:  
194 peserta

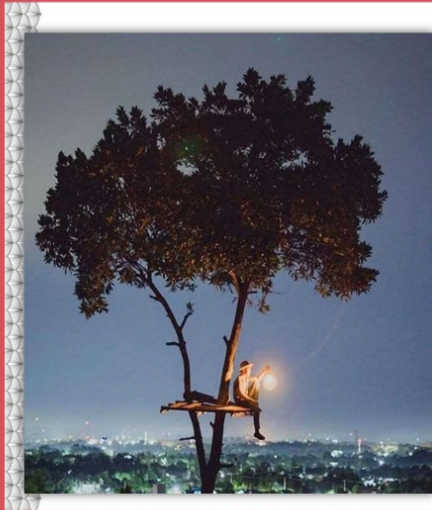
# GASPOL

GARAP SEMUA POTENSI LAPANGAN KERJA



Gaspol diimplementasikan oleh Kemenparekraf melalui berbagai program kerja yang diharapkan dapat menggarap semua potensi sehingga mampu membuka lapangan kerja seluas-luasnya bagi masyarakat.

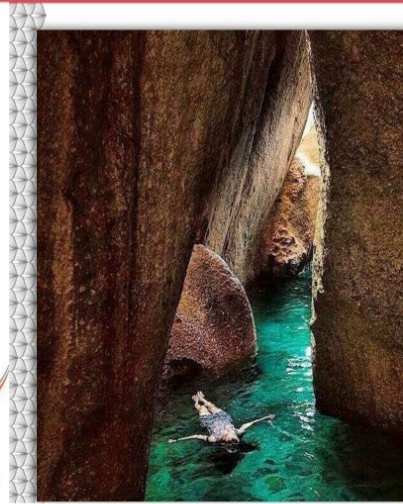
- 1 Pengembangan Desa Wisata
- 2 Pengembangan Kabupaten/ Kota (Kata) Kreatif
- 3 Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI)
- 4 Santri Digitalpreneur



## KREATIFITAS TANPA BATAS

### OUT OF THE BOX THINKING..

- PENGEMASAN LANDSEKAP
- SENI FOTOGRAFI
- KOMUNIKASI VISUAL DIGITAL
- SENI PERTUNJUKAN



## KREATIFITAS TANPA BATAS

### OUT OF THE BOX THINKING.....

- EKSPLORASI DESTINASI UNIK
- SENI FOTOGRAFI-INSTAGRAMABLE
- PENGEMASAN KOMUNIKASI DIGITAL
- DESTINASI ZAMAN NOW



## KREATIFITAS TANPA BATAS

### OUT OF THE BOX THINKING..

- PENGALAMAN - EXPERIENCE
- MEMORABILIA





# Transformasi Ekonomi Digital Secara Masif

Ekonomi kreatif harus berjalan bersama ekonominya digitalnya. Pandemi telah memaksa sektor bisnis untuk beradaptasi dengan model bisnis digital



# Tantangan Untuk Indonesia Go-Digital Dalam Rangka Meningkatkan Pertumbuhan Sektor Ekonomi Kratif



## Minimnya Pelaku UMKM Go Digital

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah menunjukkan **baru 13% atau 8 juta pelaku UMKM yang memanfaatkan ekosistem digital**. Sebaliknya, 87% sisanya masih sangat bergantung pada interaksi fisik dalam proses bisnisnya. **Faktor literasi digital dan kualitas infrastruktur pendukung yang masih harus ditingkatkan menjadi akar masalah klasik.**



## Dominasi Barang Impor Yang Diperjualbelikan Di Situs e-Commerce

Sejumlah pihak mengungkap mayoritas barang yang diperdagangkan secara daring adalah **barang impor dengan porsi mencapai 93%**. Artinya, sebagian besar kue dari ekonomi digital tidak dinikmati oleh pemain lokal. **Laju pesat ekonomi digital belum memberikan efek pengganda (multiplier) secara optimal terhadap sektor riil domestik.**



## Peta Persaingan Industri e-Commerce Yang Cenderung Kurang Sehat

Telkom resmi menutup platform belanja daring miliknya, Blanja.com per 1 September 2020. Dalam beberapa tahun terakhir sejumlah pelaku e-commerce tercatat telah mengibarkan bendera putih lebih dulu. Misalnya, Qlapa (2019), Matahari Mall (2018), dan Cipika (2017).

Berkaca dari pengalaman negara lain, seperti Amerika Serikat dan Tiongkok, **struktur pasar di ranah ekonomi digital mengarah ke bentuk oligopoli**. Imbasnya, pemain kecil akan cenderung tereliminasi. *"The Winner Takes All"*

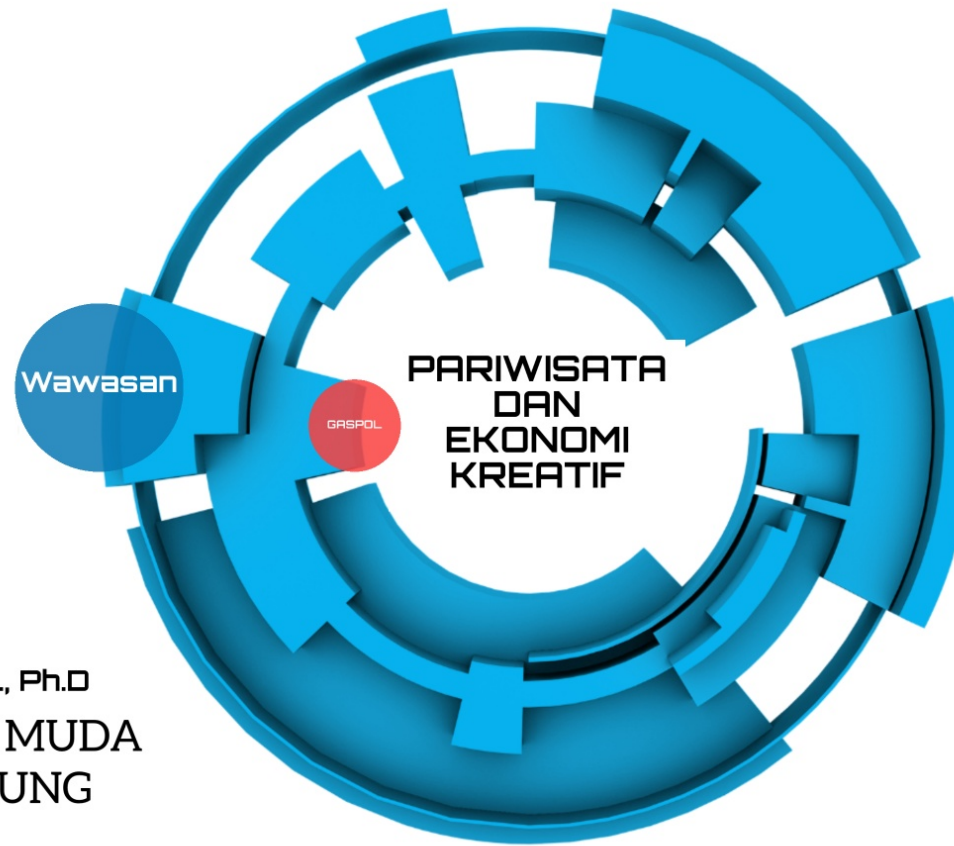
## DESTINASI DIGITAL







**Bhayu Rhama, ST., MBA., Ph.D**  
**PERAN GENERASI MUDA**  
**DALAM MENDUKUNG**  
**PARIWISATA**



Palangka Raya, 21 Maret 2022  
Aula Disparbudpora Kota Palangka Raya

Buahnya

- Indah, tapi...
- Rapuh
- Mudah hancur

Manusianya

- Memiliki kemampuan kognitif dengan banyak gelar pendidikan mentereng, tetapi...
- Mudah putus asa
- Kesulitan pekerjaan
- Tidak sanggup berkompetisi
- Memahami banyak hal tetapi hanya dipermukaan
- Sering komplain daripada berbuat sesuatu
- Mudah mencaci daripada memuji, dan
- Sering menyangkal keberhasilan orang lain

Khasali, 2017

## GENERASI STROBERI



