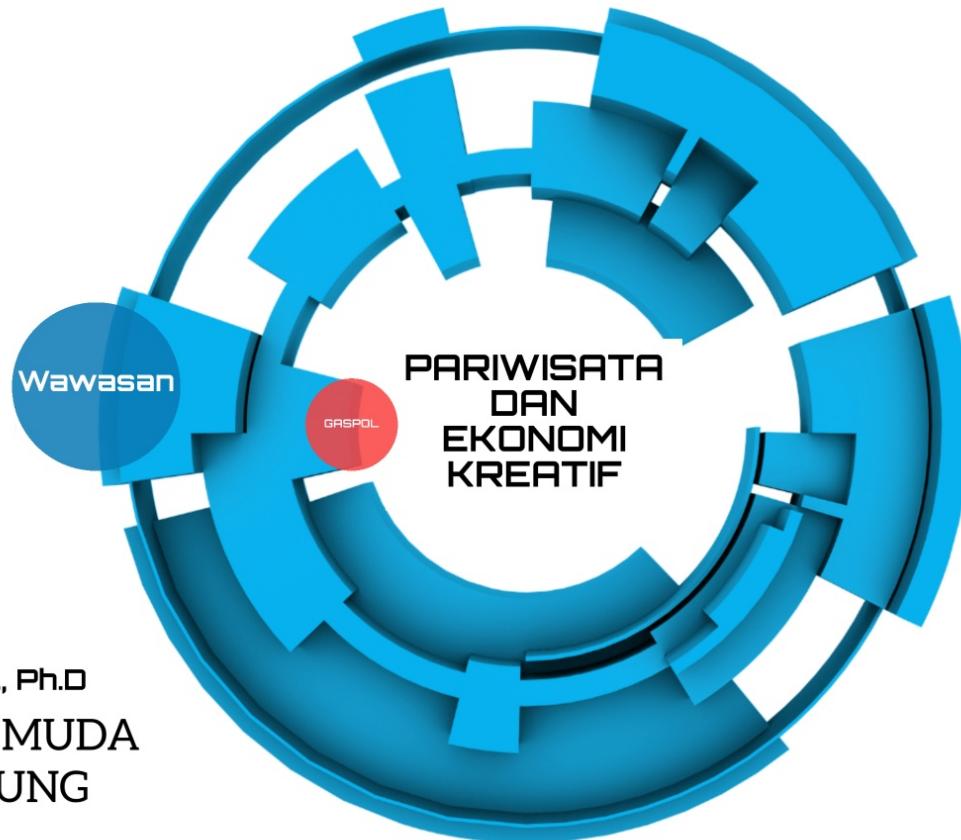




Bhayu Rhama, ST., MBA., Ph.D

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

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



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



Kontribusi PDB Pariwisata
(%)
2020 : 4,05%
2021 : 4,2%*
2022 : 4,3%



Jumlah Pergerakan Wisatawan Nusantara
(Juta pergerakan)
2020 : 198,2
2021 : 198 – 220*
2022 : 260 – 280



Nilai Ekspor Produk Ekonomi Kreatif
(Miliar USD)
2020 : 18,89
2021 : 20,58
2022 : 21,28



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

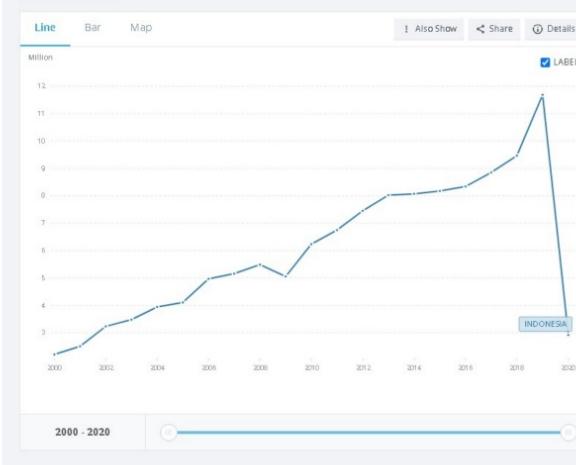


Sumber: [kemparekraf.go.id](https://www.kemparekraf.go.id/) | <https://www.suarapemredkalbar.com/read/ponticity/28022019/disporapar-kalbar-kembangkan-tiga-sub-sektor-ekraf>

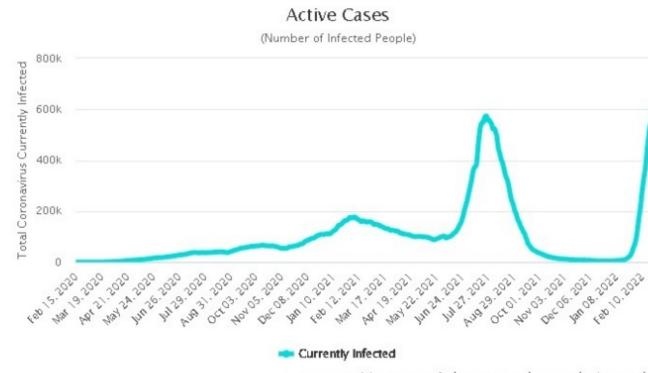
International tourism, number of departures - Indonesia

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

License: CC BY-4.0



Active Cases in Indonesia (2022)



www.worldometers.info/coronavirus/country/indonesia/

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 menggerakan 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.

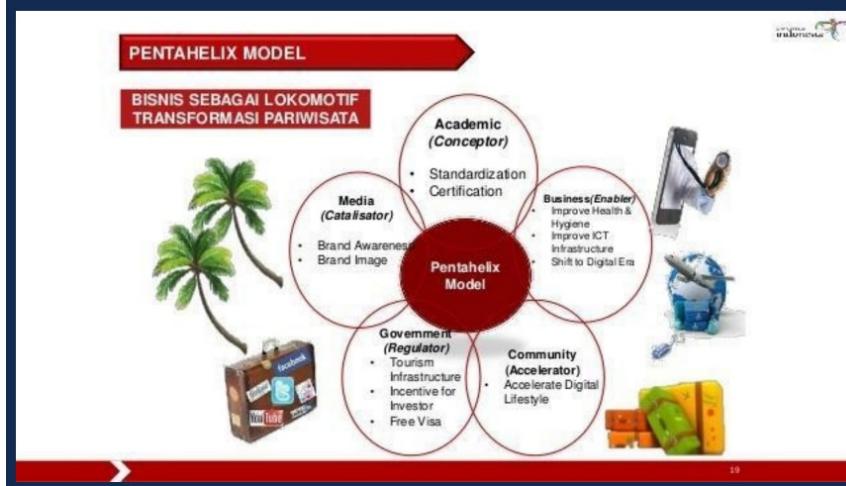
Mandalika, Nusa Tenggara Barat
Menjadi tuan rumah ajang balap dunia MotoGP 2021.

Candi Borobudur, Jawa Tengah
Merupakan objek wisata tunggal Tanah Air yang paling banyak dikunjungi wisatawan.

Likupang, Sulawesi Utara
Wisata bawah dengan pantai dan panorama bawah lau yang indah.

Labuan Bajo, Nusa Tenggara Timur
Terdapat Pulau Komodo sebagai habitat asli Komodo satu-satunya di dunia.

www.kemendepnaker.go.id @ditpti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif @semeparkraf Kemenpar



10 Destinasi Pariwisata Prioritas 2016

Edisi XX / Maret 2016

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

Kawasan Strategis Pariwisata Nasional

- Mandalika** [Nusa Tenggara Barat]
- Pulau Morotai** [Maluku Utara]
- Tanjung Kelayang** [Bangka Belitung]
- Danau Toba** [Sumatera Utara]
- Wakatobi** [Sulawesi Tenggara]
- Borobudur** [Jawa Tengah]
- Kepulauan Seribu** [DKI Jakarta]
- Tanjung Lesung** [Banten]
- Bromo, Tengger, Semeru** [Jawa Timur]
- Labuan Bajo** [Nusa Tenggara Timur]

www.keminfo.go.id @ditpti #IndonesiaBaik

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

Sumber: Kementerian Pariwisata (Kemenpar)

INDIKATOR PARIWISATA EKONOMI KREATIF 2019-2020



Sumber : * BPS, ** Kempariwisata, BPS, BI (Dolah); dan *** Lembaga Demografi UI.

3

INDONESIA GERAK CEPAT TERAPKAN RESTRATEGI BANGUN FONDASI KEBANGKITAN KEPARIWISATAAN



4

HARAPAN PARIWISATA TAHUN 2021

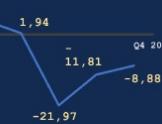


Setelah penemuan **vaksin**, proses vaksinasi terhadap masyarakat dan menurunnya jumlah kasus positif harian covid19 **diharapkan** sektor pariwisata mulai **pulih pada tahun 2021**.

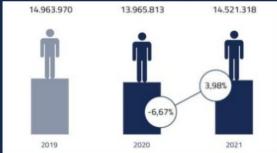
Transportasi dan Pergudangan



Akomodasi dan Makan Minum



Jumlah Tenaga Kerja Pariwisata

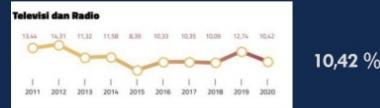


Laju pertumbuhan **subsektor** yang berkaitan dengan **industri pariwisata** juga perlahan mengalami pertumbuhan setelah mengalami **kontraksi pada awal tahun 2020**. **Transportasi** dan pergudangan, serta **akomodasi dan makan minum** mengalami pertumbuhan yang cukup **signifikan** pada kuartal ketiga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

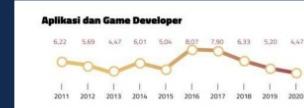
Melemahnya perekonomian secara umum juga berdampak pada **ketenagakerjaan sektor pariwisata**, dimana pada tahun 2020 jumlah tenaga kerja turun **sebesar 6,67%** atau hampir 1 juta orang. Tahun 2021 jumlah tenaga kerja pariwisata diperkirakan akan kembali **meningkat** sebesar **3,98%** meski jumlahnya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

HARAPAN EKONOMI KREATIF TAHUN 2021

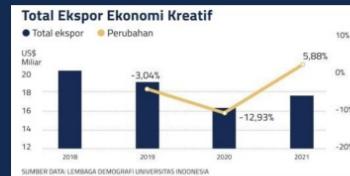
Subsektor televisi dan radio, Aplikasi dan Game developer merupakan 2 dari 16 subsektor yang pertumbuhan **PDB** nya tercatat positif pada tahun **2020** walaupun mengalami pelambatan dibandingkan 2019, dimana **television** dan **radio** tumbuh sebesar **10,42 %** serta **aplikasi** dan game developer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

■ PROGRAM AKSELERASI PEMULIHAN PAREKRAF



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

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.

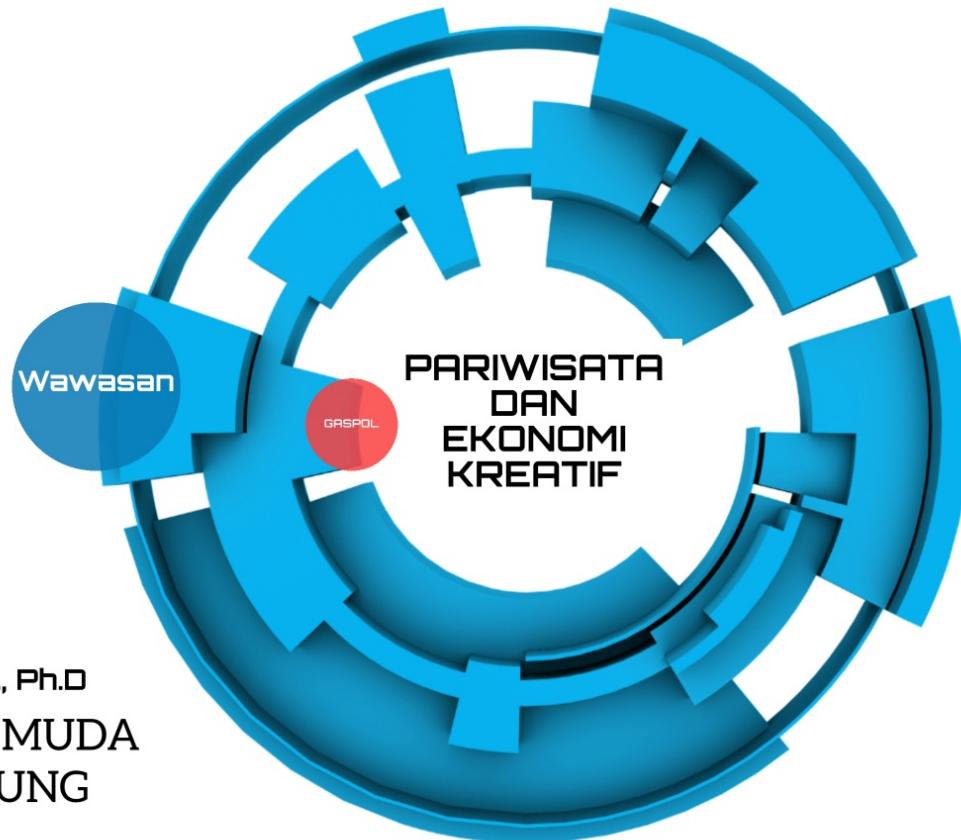
Pengembangan Desa Wisata memberikan dampak multiplier bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, peningkatan pendapatan, mengurangi ketimpangan sosial, dan menciptakan lapangan kerja





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 miliar, serta menyerap 1.267 orang tenaga kerja**.



1. PENGEMBANGAN DESA WISATA



PENCAPAIAN PENGEMBANGAN DESA WISATA TAHUN 2021



VISITASI

50

DESA WISATA TERBAIK
ANUGERAH DESA WISATA
INDONESIA (ADWI)



SERTIFIKASI

16

DESA WISATA
BERKELANJUTAN



PENINGKATAN
KAPASITAS DI

5

DESA WISATA



PENGELOLAAN

3

DESA WISATA



PEMBUATAN WEBSITE

13

DESA WISATA
DI DSP DANAU TOBA

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/Kabparekraf 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/Kabparekraf 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

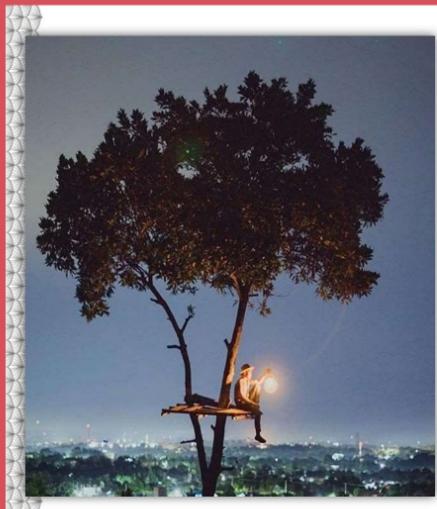
GASPOL

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.

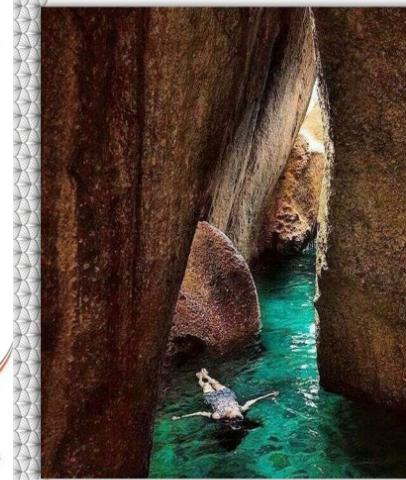
- 1 Pengembangan Desa Wisata
- 2 Pengembangan Kabupaten/ Kota (Kata) Kreatif
- 3 Apresiasi Kreasi Indonesia (AKI)
- 4 Santri Digitalpreneur



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 ekonomi digitalnya. Pandemi telah memaksa sektor bisnis untuk beradaptasi dengan model bisnis digital

Pada titik ini, pelaku usaha secara tidak langsung dipaksa untuk memilih satu dari dua opsi.



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"*

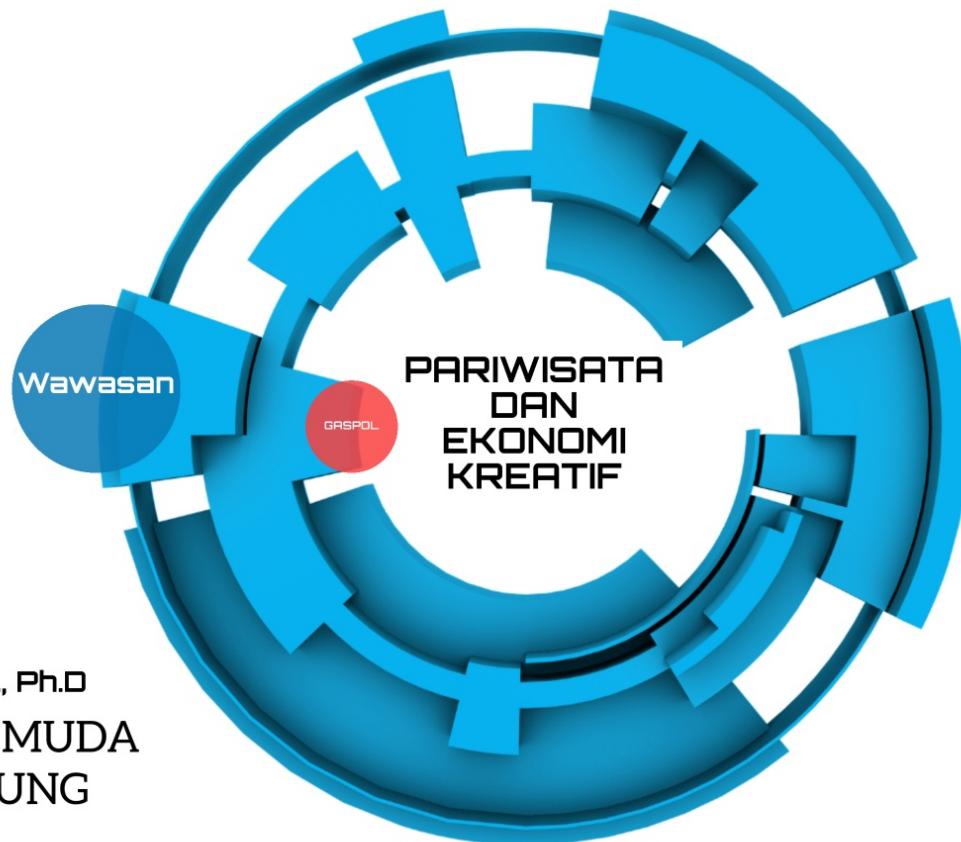
DESTINASI DIGITAL





Bhayu Rhama, ST., MBA., Ph.D

PERAN GENERASI MUDA DALAM MENDUKUNG PARIWISATA



Palangka Raya, 21 Maret 2022
Aula Disparbudpora Kota Palangka Raya



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

Buahnya

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

GENERASI STROBERI



wonderful
indonesia

Visit
Wonderful
Indonesia
2018



wonderful
indonesia



THANK YOU