

# PAPARAN KEMENTERIAN PARIWISATA RI UNTUK KIDi ke-6 2016

Dr. M. Iqbal Alamsjah, MA.  
Kepala Biro Hukum dan Komunikasi Publik, Kemenpar RI

Yogyakarta, 22 September 2016



# **OUTLINE**

## **A. Analisis Situasi Strategis**

1. Pariwisata penyumbang PDB, Devisa, dan Lapangan Kerja
2. Performansi Wonderful Indonesia
3. Penghargaan Internasional untuk Wonderful Indonesia

## **B. Formulasi Strategi**

1. Sektor Prioritas Pembangunan 2017
2. Pembangunan 10 Destinasi Prioritas Pariwisata
3. Target Capaian Kementerian Pariwisata

## **C. Implementasi Strategi**

## **D. Update Capaian Kinerja Kementerian Pariwisata**

# **A ANALISIS SITUASI STRATEGIS**

**“Pariwisata sebagai  
penyumbang PDB, Devisa dan  
Lapangan Kerja  
yang paling mudah dan  
murah.”**

**Dr. Ir. Arief Yahya, M.Sc**

**Menteri Pariwisata RI**



# Pariwisata penyumbang PDB, Devisa dan Lapangan Kerja yang paling mudah dan murah (2015).



## A. PDB

1. Pariwisata menyumbangkan **10%** PDB nasional, dengan nominal tertinggi di ASEAN.
2. PDB pariwisata nasional tumbuh 4,8% dengan trend naik sampai 6,9%, jauh lebih tinggi daripada industri agrikultur, manufaktur otomotif dan pertambangan.
3. Devisa pariwisata **US\$ 1 Juta**, menghasilkan **PDB US\$ 1,7 Juta** atau **170%**, tertinggi dibanding industri lainnya.

## B. DEVISA

1. Peringkat ke-4 penyumbang devisa nasional, sebesar **9,3%** dibandingkan industri lainnya.
2. Pertumbuhan penerimaan devisa pariwisata tertinggi, yaitu **13%**, dibandingkan industri minyak gas bumi, batubara, dan minyak kelapa sawit yang pertumbuhannya negatif.
3. Biaya *marketing* yang diperlukan hanya 2% dari proyeksi devisa yang dihasilkan.

## C. TENAGA KERJA

1. Penyumbang 9,8 juta lapangan pekerjaan, atau sebesar 8,4% secara nasional dan menempati urutan ke-4 dari seluruh sektor industri.
2. Dalam penciptaan lapangan kerja, sektor pariwisata tumbuh 30% dalam waktu 5 tahun.
3. Pariwisata pencipta lapangan kerja termurah yaitu dengan US\$ 5.000/satu pekerjaan, dibanding rata-rata industri lainnya sebesar US\$ 100.000/satu pekerjaan.

## PERBANDINGAN DEvisa PARIWISATA ASIA (dalam Juta USD)

“Penerimaan devisa pariwisata Indonesia hanya **SETENGAH** dari Malaysia dan **SEPEREMPAT** dari Thailand.”

Peringkat	Negara	2013	2014	2015
1	Tiongkok	51,664	56,913	114,109
2	<b>Thailand</b>	<b>42,080</b>	<b>38,437</b>	<b>44,553</b>
-	Hong Kong, SAR	38,940	38,376	36,150
3	<b>Malaysia</b>	<b>21,496</b>	<b>21,820</b>	<b>17,597</b>
4	Singapore	19,301	19,203	16,743
5	India	18,397	19,700	21,013
6	Japan	15,131	18,853	24,983
7	South Korea	14,629	18,147	15,285
8	Taiwan	12,323	14,618	14,406
9	<b>Indonesia</b>	<b>10,054</b>	<b>11,166</b>	<b>12,578</b>
10	Viet Nam	7,250	7,330	7,301

# PEROLEHAN DEvisa INDONESIA MENURUT LAPANGAN USAHA



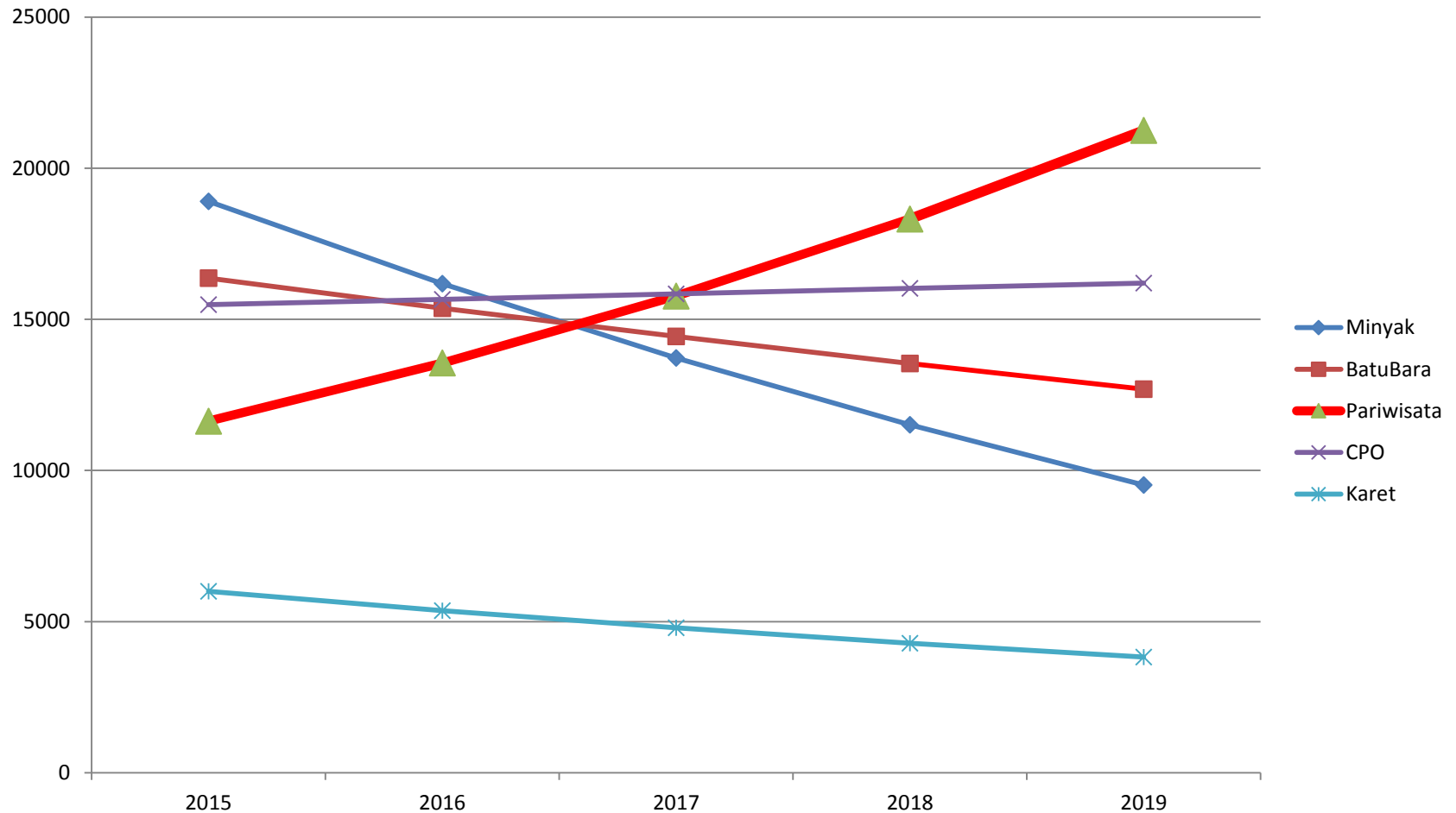
No	2013		2014		2015	
	Jenis Komoditas	Nilai (juta US\$)	Jenis Komoditas	Nilai (juta US\$)	Jenis Komoditas	Nilai (juta US\$)
1	Minyak & gas bumi	32,633.2	Minyak & gas bumi	30,318.8	Minyak & gas bumi	18,906.7
2	Batu bara	24,501.4	Batu bara	20,819.3	Batu bara	16,359.6
3	Minyak kelapa sawit	15,839.1	Minyak kelapa sawit	17,464.9	Minyak kelapa sawit	15,485.0
<b>4</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>10,054.1</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>11,166.3</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>12,578.6</b>
5	Karet olahan	9,316.6	Pakaian jadi	7,450.9	Pakaian jadi	7,340.5
6	Pakaian jadi	7,501.0	Karet olahan	7,021.7	Makanan olahan	6,351.2
7	Alat listrik	6,418.6	Makanan olahan	6,486.8	Karet olahan	5,997.4
8	Makanan olahan	5,434.8	Alat listrik	6,259.1	Alat listrik	5,713.3
9	Tekstil	5,293.6	Tekstil	5,379.7	Tekstil	5,048.8
10	Kertas dan barang dr kertas	3,802.2	Kayu olahan	3,914.1	Kertas dan barang dr kertas	3,647.5
11	Kayu olahan	3,514.5	Bahan kimia	3,853.7	Kayu olahan	3,448.9
12	Bahan kimia	3,501.6	Kertas dan barang dr kertas	3,780.0	Bahan kimia	2,871.7

# PENERIMAAN DEvisa INDONESIA (FOREIGN EXCHANGE EARNINGS)



## PROYEKSI PENERIMAAN DEvisa DARI SEKTOR-SEKTOR UTAMA DALAM PEREKONOMIAN INDONESIA

**“Tahun 2020, sektor pariwisata merupakan penyumbang devisa terbesar bagi Indonesia”**



# PERBANDINGAN PARIWISATA ASIA

## KEDATANGAN WISATAWAN MANCANEGERA KE NEGARA-NEGARA ASIA

“Jumlah kedatangan wisman ke Indonesia pada thn 2014 hanya sepertiga dibandingkan Malaysia dan Thailand”.

Rank	Country	2014	2013	% Change (2013 to 2014)
1	Tiongkok	129.1 million	116.9 million	▲ 10.40
2	Thailand	<b>24.8 million</b>	26.5 million	▼ 6.70
3	Malaysia	<b>27.4 million</b>	20.9 million	▲ 6.70
4	South Korea	13.98 million	11.8 million	▲ 17.20
5	Singapore	15.1 million	14.2 million	▲ 2.00
6	Japan	13.4 million	10.4 million	▲ 29.40
7	<b>Indonesia</b>	<b>9.4 million</b>	<b>8.8 million</b>	▲ 7.20
8	Taiwan	7.3 million	8.0 million	▲ 9.60
9	Viet Nam	7.9 million	7.6 million	▲ 4.00
10	India	7.4 million	6.9 million	▲ 7.20

# PERBANDINGAN PARIWISATA DENGAN KOMPETITOR UTAMA TAHUN 2015







Indonesia, Growth: 10,3 %



ASEAN, Growth: 5,1 %



World, Growth: 4,4 %

- Malaysia  -15,7 % (From January – Desember 2015)
- Singapura  0,9 % (From January – Desember 2015)
- Indonesia  10,3 % (From January – Desember 2015)
- Thailand  20,4 % (From January – Desember 2015)

# PERFORMANSI WONDERFUL INDONESIA

## World Economic Forum/WEF (2015).

	Nation	Country Brand Strategy rating (max=100)	
		Rank	Point
1	Jepang	2	98.2
2	India	37	77.3
3	Singapore	41	76.2
4	<b>Indonesia</b>	<b>47</b>	<b>74.8</b>
5	Hongkong	51	74.1
6	Korea	60	69.7
7	<b>Thailand</b>	<b>83</b>	<b>64.9</b>
8	<b>Malaysia</b>	<b>96</b>	<b>62</b>

**Indonesia Berada Di Peringkat 47  
Mengalahkan Thailand (83) dan  
Malaysia (96)**

**Strategi Branding WI untuk penetrasi secara online, masih lebih bagus dibandingkan Thailand dan Malaysia. Namun masih kalah dengan Singapura.**

Sub pilar ini dinilai dengan mempertimbangkan:

1. Indikator dari NTO yang terfokus pada *Digital Demand (D2)*
2. *Positioning Strategy* dan promosi pariwisata yang berhubungan dengan *brandtags*
3. Jumlah total pencarian online dari wisatawan mancanegara



# WONDERFUL INDONESIA DI TENGAH-TENGAH BRANDING PARIWISATA DUNIA



# PENGHARGAAN INTERNASIONAL UNTUK WONDERFUL INDONESIA

20 Oktober 2015

#WI\_sabet3halaltravel

World Halal Travel Summit 2015  
Emirates Palace, UEA



1. **Lombok, Indonesia** sebagai *The World's Best Halal Tourism Destination*.

2. **Lombok, Indonesia** sebagai *The World's Best Halal Honeymoon Destination*.

3. **Sofyan Hotel** sebagai *The World's Best Family Friendly Hotel*.

**Malaysia tidak mendapat satupun gelar**





# UNWTO AWARD 2016, Madrid, Spanyol

20 January 2016



1. *The winner of the UNWTO Award in Innovation in Public Policy and Governance : **Culture and Tourism Banyuwangi Regency Office – Indonesia;***
2. *The first runner up of the UNWTO Award for Innovation in Enterprises : **Garuda Indonesia and Coca Cola Amatil Bali Beach Clean-up – Indonesia;***
3. *The first runner up of the UNWTO Award for Innovation in Non-Governmental Organizations : **Yayasan Karang Lestari - Coral Reef Reborn Pemuteran, Bali– Indonesia.***

**Malaysia tidak mendapat satupun gelar**

# ASEANTA AWARD 2016

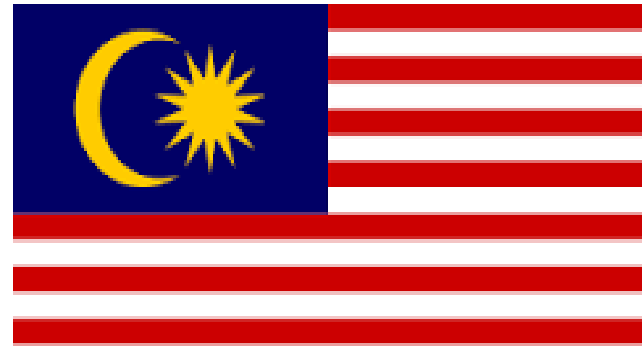
22 January 2016



1. *Best ASEAN Tourism Photo* melalui foto berjudul **“Morning in Bromo”** karya Agung Parameswara
2. *Best ASEAN Cultural Preservation Effort* melalui **“Saung Angklung Mang Udjo”**,
3. *Best ASEAN Travel Article* berjudul *The Perfect Wave* dari majalah **Colour Magazine** milik Garuda Indonesia.

Malaysia hanya mendapat 2 award

# INDONESIA MEMENANGKAN 10 GELAR PADA PENGHARGAAN INTERNASIONAL 2015 - 2016



10 : 2

- 1 Country Branding WEF 2015 (47)
- 3 World Halal Travel Award 2015
- 3 UNWTO Award 2016
- 3 ASEANTA Award 2016

- 0 Country Branding WEF 2015 (96)
- 0 World Halal Travel Award 2015
- 0 UNWTO Award 2016
- 2 ASEANTA Award 2016



# Award in Bulgaria

11-13 February 2016

**Award for Active National Presentation** in "Holiday & Spa Expo" in Sofia, Bulgaria, given by Mrs. Nikolina Angelkova, Bulgarian Minister of Tourism



# Outbound Travel Mart

Mumbai, 18 – 20 Februari 2016



## The Winner of The Comprehensive Integrated Participation



LIPUTAN 6 ARTICLE PHOTO VIDEO FORUM Cari di Liputa

All News Bisnis Health ShowBiz Bola Tekno Lifestyle

Home > Lifestyle > Travel

### Wonderful Indonesia Raih Penghargaan dari OTM Mumbai

By Liputan6 on 22 Feb 2016 at 13:30 WIB

19 Shares / Facebook Twitter Google+ Email Copy Link

Harian Kompas | Kompas TV  
KOMPAS.com  
Rabu, 16 Maret 2016

### Travel

NEWS EKONOMI BOLA TEKNO ENTERTAINMENT OTOMOTIF HEALTH FEMALE PROPERTI TRAVEL ED

NEWS TRAVEL STORY FOOD STORY TRAVE

TAG #Borobudur #Soto Kudus #Wakatobi #Dieng



Travel / News

### Wonderful Indonesia Raih Penghargaan di Mumbai

Senin, 22 Februari 2016

f t G+ e 13757 Shares

REPUBLIKA TV | JURNAL HAJI



LEISURE  
republika.co.id

NEWS EKONOMI SEPAKBOLA KHAZANAH OTO-TEK LEISURE IN

GAYA HIDUP SENGGANG



Home > Leisure > Gaya Hidup

Senin, 22 Februari 2016, 05:57 WIB

### Wonderful Indonesia Raih Penghargaan di OTM Mumbai

Red: Heri Ruslan



# Los Angeles Travel Show

27 Februari 2016



## Best of Show Destination Display in Los Angeles Travel and Adventure Show 2016.



Home News Akomodasi Kuliner Show

ANTARANEWS.com

HOME NASIONAL INTERNASIONAL EKONOMI OLAHRAGA Hiburan TEKNOLOGI WARTA BUMI

MAKRO MONETER BISNIS BURSA

### Booth Indonesia Terbaik di Ajang Pameran Wisata di Los Angeles

Selasa, 1 Maret 2016 15:45 WIB

13 Maret 2016

### Indonesia Sa

BERANDA EKONOMI TEKNOLOGI Hiburan OTOMOTIF KESEHATAN

### Booth Wonderful Indonesia Terbaik dalam Pameran Los Angeles Travel and Adventure Show (LATAS)

29 Februari 2016

INDONESIASATU.CO.ID: LOS ANGELES - Tim Wonderful Indonesia Kementerian Pariwisata mendapat penghargaan booth terbaik dalam pameran Los Angeles Travel and Adventure Show (LATAS) 2016.

# Award in France

26-28 February 2016



**Pays d'Honneur** in Salon International du Tourisme de Nantes di kota Nantes.



## Wonderful Indonesia Peroleh Penghargaan "Pays d'Honneur" di Prancis

Indonesia terpilih menjadi "Pays d'Honneur" dalam pameran pariwisata Salon International du Tourisme de Nantes di kota Nantes, 26-28 Februari 2016.



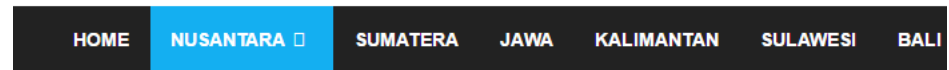
Lifestyle  
Jum'at, 04 Maret 2016, 03:50:00

Wonderful Indonesia Peroleh Penghargaan di Prancis



Ilustrasi

GATRANEWS | CARS | BOLA



Wonderful Indonesia Peroleh Penghargaan "Pays d'Honneur"

08 Maret 2016

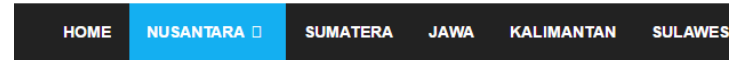
# India International Travel Mart

4-7 March 2016



## Won 3 Awards:

1. Best Destination Promotion Campaign
2. Preferred Honeymoon Destination
3. Best Decorated Stand International



Wonderful Indonesia Angkut 3 Awards di IITM India



Minggu, 6 Maret 2016 - 19:39

Wonderful Indonesia Angkut 3 Awards di IITM India



# Award in Hong Kong Flower Festival

11-20 March 2016



## Gold Award Design Excellence 2016

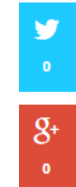


EDISI KORAN | REPUBLIKA TV | JURNAL HAJI  
And us on: [Twitter](#) [Facebook](#) [Google+](#) [RSS](#) [Apple](#)

**LEISURE**  
republika.co.id

**R** NEWS EKONOMI SEPAKBOLA KHAZANAH OTO-TEK **LEISURE** INPICTURE

GAYA HIDUP SENGANG



## Wonderful Indonesia Raih Penghargaan di Hong Kong Flower Show 2016



#KTLUARBIASAOKI #JAKARTAMEMILIH #PEMBUNUHANMIRNA #BANJIRJKT



Humaniora

### Indonesia Raih Penghargaan di Hong Kong Flower Show 2016



Ahad, 13 Maret 2016 13:12 WIB

Penulis: Sugeng Sun



**KERNEL**

NEWS

★ BREAKING: [kyat dipalak cuma buat gaji orang](#) • [x](#) • [banjir di pangkalan lintas riau sumbar](#) • [Jalan L](#)

### Luar Biasa, Kemenpar Rebut Gold Award for Design Excellence di Hongkong

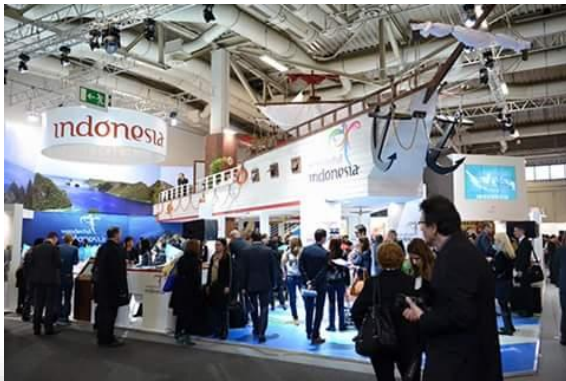
15. Maret, 2016 by admin Tak Berkategori

**J**AKARTA- Wonderful Indonesia tak pernah habis disinggahi beragam penghargaan di level glol  
Selain sukses menyabet The Best Exhibitor kategori Asia, Australia, Oceania di ITB Berlin 9-13

# Awards in ITB Berlin 2015 dan 2016



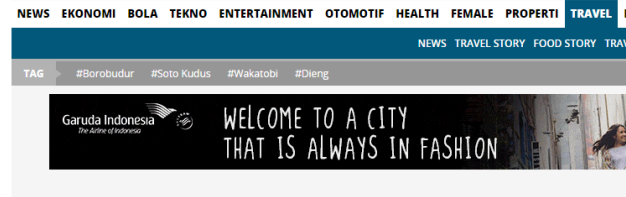
1. **2015:** Indonesia won 2 Awards (4-8 Maret 2015)
  - Top Five “**Best Exhibitors Awards**” from CBS for category Asia-Australia-Oceania (2015)
  - Winner of “**Outstanding Booth**” according to ITB Berlin News. (2015)
2. **2016:** Indonesia won **Best Exhibitors**, for Asia-Australia-Oceania (8-12 Maret 2016)



## Bangga! Wonderful Indonesia Juara di Pameran Wisata Terbesar Sedunia

Harian Kompas | Kompas TV  
KOMPAS.com  
Rabu, 16 Maret 2016

### Travel



Travel / News

## "Wonderful Indonesia" Raih Penghargaan di Bursa Pariwisata Terbesar Dunia



Liputan lengkap

### Wonderful Indonesia Sabet The Best Exhibitor di ITB Berlin

Pikiran Rakyat - 14 Mar 2016

BERLIN, (PR).- Ini bukan mimpi di siang bolong! Juga bukan khayalan di malam gelap. Ini benar-benar terjadi, di ITB Berlin, bursa pariwisata terbesar di jagat ini, 9-13 Maret 2016. Wonderful Indonesia menyabet jawara sebagai the best exhibitor dalam ...



### ITB Berlin: Wonderful Indonesia Sabet The Best Exhibitor

Bisnis.com - 14 Mar 2016

Bisnis.com, JAKARTA – Indonesia kembali mendapat penghargaan dalam perhelatan tahunan Internationale Tourismus-Bourse (ITB) Berlin di Jerman yang berlangsung 9-13 Maret 2016 dan diikuti 187 negara. Paviliun Indonesia bertema "Wonderful ...



### Kapal Phinisi Wonderful Indonesia Sedot Perhatian di Berlin

Poskotanews - 13 Mar 2016

JAKARTA (Pos Kota) – Tampilan booth Phinisi Wonderful Indonesia di Internationale Tourismus Borse (ITB) Berlin 2016 menyedot banyak perhatian dan agak beda dibanding peserta lain. Tidak seperti tahun-tahun sebelumnya, Paviliun Indonesia Hall 26A ...

### Indonesia Juara di Pameran Wisata Terbesar Sedunia

Harian Medan Bisnis - Membangun Indonesia yang Lebih Baik - 13 Mar 2016

Internationale Tourismus Boerse (ITB) Berlin, Jerman adalah pameran wisata terbesar di dunia. Di ajang promosi wisata bergengsi ini, Indonesia meraih gelar juara. Dalam pameran ITB Berlin yang digelar 9-13 Maret 2016, Wonderful Indonesia menyabet ...



### Wonderful Indonesia Raih The Best Exhibitor di ITB Berlin 2016

The President Post - 14 Mar 2016

ThePresidentPostIndonesia.com – Wonderful Indonesia meraih prestasi besar di ITB Berlin, yang merupakan bursa pariwisata terbesar di dunia pada 9-13 Maret 2016. Wonderful Indonesia menyabet juara sebagai the best exhibitor dalam kategori booth ...

### Wonderful Indonesia Menggebrak ITB Berlin 2016

SuaraMerdeka - 13 Mar 2016

BERLIN, suaramerdeka.com – Kementerian Pariwisata (Kemenpar) tak ada lalahnya mempromosikan Wonderful



# Branding dan Awareness Campaign Wonderful Indonesia

## pada ITB Berlin 2016



**ITB Berlin News DAY 2**

**Dealing with Geopolitical Evolution**  
ITB Berlin 2016 confirms Asia as centre of interest for the entire tourism industry

**REGIONAL SPOTLIGHT ASIA**

ITB Berlin 2016 confirms Asia as centre of interest for the entire tourism industry. The event's organizers expect a record number of visitors from the region, with the event's focus on Asia and the Pacific. The event is expected to attract a record number of visitors from the region, with the event's focus on Asia and the Pacific.

**Visit Indonesia Booth at**  
9 - 13 March 2016, Messe Berlin  
HALL 26A, Stand 122, 123  
HALL 26C, Stand 303

**wonderful indonesia**

www.indonesia.travel | #indonesiatour | @indonesiatour | indonesiatour

16 EXCLUSIVE INTERVIEW

### Indonesia... More Wonderful Than Ever!

Multi-target campaign boosts tourism for region

**Ariel Yahya**  
Minister of Tourism of Indonesia

To start 2016 with new hope and spirit, Indonesia has just rejuvenated its "Wonderful Indonesia" formulation. Further to this, huge strides have been made in the freeing-up of visa regulations for a number of countries. We asked Indonesia's Tourism Minister Ariel Yahya to tell us a little more...

The Ministry of Tourism is launching the special logo and 3D brochure along with Wonderful Indonesia under five thematic "Wonderful Experiences, which are:

- NATURE:** Indonesia offers sensory wonders through local and international culinary workers, and all kinds of entertainment options made across its 17,000 islands.
- HERITAGE:** Indonesia has several cities that were once the biggest work hubs in the world, such as Jakarta, Bandung, and Surabaya. Visitors can experience the life of an energetic city like at a very affordable price.
- CULTURE:** Indonesia is famous for its diverse heritage that has been inherited over the centuries. Some of its most interesting experiences are adventure tourism and water sports in the Komodo dragon, the giant land that has diverse species, explore the caves to see the brown light, or climb the Mount Merapi mountain to see the beautiful sunset at the night.
- ADVENTURE:** Indonesia offers different experiences for adventure tourism and water sports in the Komodo dragon, the giant land that has diverse species, explore the caves to see the brown light, or climb the Mount Merapi mountain to see the beautiful sunset at the night.

These are the five unique experiences that will merge with the national Indonesia tourism identity.

One of the biggest news for the industry in 2016 was the freeing-up of visa regulations for 10 countries. How has this great news far for the industry?

In 2015, Indonesia's visa free entry countries had amounted from 15 to 170. This virtually every country in the world. Indonesia also has a new maritime tourism regulation that will change the face of tourism in the archipelago.

On 12 June 2016, Indonesia added another 10 countries to the visa free list bringing the total to 80 countries. On October 2016, another 40 countries were added, bringing the total to 120 countries. In 2015, to make things even easier for visitors, Indonesia made President

Decree 105 of 2015. This included a number of countries: Immigration, Quarantine, Port Clearance and the removal of CTR (Temporary Import Permit).

Further to this, the Ministry of Transportation Regulation No. 171 states that all the visas can be applied for at the water of Mandailing beaches, which also offer visitors with amazing spots for diving and snorkeling in the sea. 12 more, the area is projected to be an important reason for the growth of tourism in Indonesia.

What does this mean for the industry?

At every end department facilities with more than 10,000 rooms, restaurants, MICE and shopping facilities. These parks, underwater river cruises, sea water recreation, Marina, Port terminal and golf courses. The success of the Mandailing Resort area also closely connected with international airport in Lombok, a destination that is recognized as having the world's best hotel rooms.

The accelerated development of the Mandailing resort in Central Lombok aims to help improve economic growth in Indonesia through the Special Economic Zone (SEZ) program based on the concept of maximum through the 4 World's of wonder in 2016, namely: Natural Wonder, Cultural Wonder, Memory and Adventure Wonder. As tourists always are always seeking different activities, they have new destinations to explore. Indonesia has a lot more to offer beyond Bali such as Central Java, Papua, Irian Jaya, Bandung, Batam and so much more. Come and explore further!

**BY 2019, WE PLAN TO DOUBLE THE NUMBER OF FOREIGN VISITORS ARRIVALS AS COMPARED TO 2014.**

How is tourism growth progressing this year and what are your projections for the next three to five years?

In 2015, we plan to double the number of foreign visitor arrivals as compared to 2014. With the right strategy in marketing, infrastructure improvement, supported regulations, business schemes, and technology development, we are confident to reach the target.

What is your key message to the world's investment and operators in digital marketing based on Indonesia through the 4 World's of wonder in 2016, namely: Natural Wonder, Cultural Wonder, Memory and Adventure Wonder. As tourists always are always seeking different activities, they have new destinations to explore. Indonesia has a lot more to offer beyond Bali such as Central Java, Papua, Irian Jaya, Bandung, Batam and so much more. Come and explore further!





# Award in Bulgaria

- 11-13 February 2016: **Award for Active National Presentation** in "Holiday & Spa Expo" in Sofia, Bulgaria, given by Mrs. Nikolina Angelkova, Bulgarian Minister of Tourism
- 14-16 April 2016: Film pendek pariwisata "**Wonderful Indonesia - West Papua (Raja Ampat)**" meraih penghargaan dalam kategori **Corporate Tourism Film/Spot** pada **International Tourism Film Festival (ITFF) of Bulgaria**



NATIONAL GEOGRAPHIC INDONESIA

BERANDA | BERITA | OPINI | FOTO LEPAS | MAJALAH | VIDEO | FORUM | CARI

SAINS & TEKNOLOGI | SOSIAL | BUDAYA | ARKEOLOGI | SEJARAH | ALAM | LINGKUNGAN | KESEHATAN | ANTARAKASA | GEOPOLITIK | TRAVEL

### Film Wonderful Indonesia-West Papua Raih Penghargaan di Bulgaria

Film pendek pariwisata "Wonderful Indonesia-West Papua" produksi Kemeterian Pariwisata RI meraih penghargaan dalam festival pariwisata budaya di Bulgaria.



Bentangan karst di Wayag, Kabupaten Raja Ampat, Papua Barat. Selain memanjakan mata, lokasi ini juga penuh dengan wisata pasir putih yang berhadapan dengan beningnya air laut. (Zika Zakya/National Geographic Indonesia)

Mejalah National Geographic Indonesia April 2016

LANGGANAN

Ketika Kematian Bukanlah Berpisah...  
Di suatu tempat di pelosok Indonesia, orang yang telah wafat— dan jasadnya— tetap ...

Sains Kematian  
Kematian: peristiwa atau hal yang akan berlanjut? Sains dan pengalaman manusia menawarkan ...

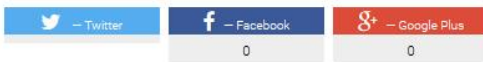
# Award in Singapore

## 15-17 April 2016

## Best Booth Design in ADEX (Asia Dive Expo) 2016

Best Booth Design di ADEX, Wonderful Indonesia Makin Berkibar

Kamis, 21 April 2016 – 10:49 WIB



Asia Diving Expo ADEX 2016 di Suntec Singapore. (1st)

SINGAPURA (Pos Kota) – Prestasi dan pretise Wonderful Indonesia semakin keras getarannya. Bulan April 2016 ini, sudah ada 2 event yang sama-sama bersejarah buat prestasi Kemenpar. Salah satu yang cukup berbobot adalah Asia Diving Expo ADEX 2016 di Suntec Singapore Exhibition and Convention Center



Terbaru Terpopuler

Kamis, 21 April 2016 – 21:26 WIB



Bola

Kamis, 21 April 2016 – 21:05 WIB



Narkoba

Kamis, 21 April 2016 – 20:55 WIB



Otosport





# Award in Montenegro 21-23 April 2016



**The Best Participant** at the **25th International Tourism Exchange and Tourism Fair, Equipment for Hotels & Catering METUBES, Budva, Montenegro**



Selasa, 26 April 2016

Fashionably Affordable starts from IDR 65.000

Home News Akomodasi Kuliner

Tribunnews.com » Travel » News

## Wonderful Indonesia The Best Participant di Montenegro

Minggu, 24 April 2016 09:46 WIB

KOMPAS.COM KOMPASIANA.COM KOMPASKARIER.COM GRAMEDIA.COM NEXTREN.COM OTOMANIA.COM JUARA.NET

Harian Kompas | Kompas TV **Travel** Register | Login

Selasa, 26 April 2016

NEWS EKONOMI BOLA TEKNO ENTERTAINMENT OTOMOTIF HEALTH FEMALE PROPERTI TRAVEL EDUKASI KOLOM FOTO VIDEO TV VIK

NEWS TRAVEL STORY FOOD STORY TRAVEL TIPS HOTEL STORY GALLERY INDEKS

TAG #Wakatobi #Dieng #Soto Kudus #Borobudur

F1 Plus Selfie Expert Chelsea Olivia Artist Rio Haryanto F1 Racer Make your looks perfect in every moment

Travel / News

### Wonderful Indonesia Tampil Memukau di Montenegro

Senin, 25 April 2016 2213 Shares

# Awards from Malaysia

## Global Leadership Awards

23 April 2016

1. **Best Destination Marketing** untuk **Kementerian Pariwisata**
2. **True Award for Real Leader** untuk **Menteri Pariwisata RI**



# Awards in China

- **12-14 April 2016: Marketing in Gold to Wonderful Indonesia**, China Outbound Travel & Tourism Market (COTTM), Beijing China
- **20 sd 22 Mei 2016: Best Booth Event dan Gold Sponsorship of Wonderful Indonesia**, Beijing International Tourism Expo (BITE), Beijing, China





# Award in Taiwan

## 15-17 Juni 2016

**The Most Beautiful Diving Destinations 2016** in Diving Resort & Travel (DRT) Show Taiwan, Taipei Flora Expo, Taiwan



Ketua Pelaksana DRT 2016 mengatakan bahwa keindahan bawah laut Indonesia tidak adaandingannya

21 Juni 2016 08:30 WIB



# PATA Gold Awards 2016

## 21 July 2016

1. **Marketing - Primary Government Destination** for Gerhana Matahari Total – GMT (Total Solar Eclipse) → Slank
2. **Heritage and Culture – Culture** for Lalare Orchestra
3. **Travel Journalism - Travel Photograph** for Journey of the Wanderer by Handi Laksono
4. **Travel Journalism – Industry Business Article** for Mimi Hudoyo “The New Glamorous”, diterbitkan di TTG Asia Singapore



### Indonesia Raih 3 Penghargaan di PATA Gold Awards 2016

Afif Farhan - detikTravel - Minggu, 24/07/2016 09:20 WIB

**JAMSI**  
Turunkan Gula Darah Dalam 2 Jam Secara Alami!  
Coba Sekarang!

Logo Wonderful Indonesia (Kementerian Pariwisata)

**wonderful indonesia**

Jakarta - Ajang pariwisata se-Asia Pasifik, PATA Gold Awards 2016 memberikan 3 penghargaan pada Indonesia. Hal ini makin memberikan citra baik 'Wonderful Indonesia' di mata dunia.

**GEOGRAPHIC INDONESIA**

BERANDA BERITA OPINI FOTO LEPAS MAJALAH VIDEO FORUM CARI

SAINS & TEKNOLOGI SOSIAL BUDAYA ARKEOLOGI SEJARAH ALAM LINGKUNGAN KESEHATAN ANTAR

Beranda · Berita · Budaya 2016 / Juli / 22 19:28

### Indonesia Meraih Tiga Penghargaan Emas PATA

Pacific Asia Travel Association atau PATA mengumumkan para pemenang 2016 PATA Grand and Gold Awards.

Indonesia Meraih Tiga Penghargaan Emas PATA

# **B** FORMULASI STRATEGI



Ir. H. Joko Widodo  
Presiden Republik Indonesia



Drs. M. Jusuf Kalla  
Wakil Presiden Republik Indonesia

# NAWA CITA

## JOKO WIDODO - JUSUF KALLA

2014 - 2019

1. MENGHADIRKAN KEMBALI NEGARA UNTUK MELINDUNGI SEGENAP BANGSA DAN MEMBERIKAN RASA AMAN PADA SELURUH WARGA NEGARA
2. MEMBUAT PEMERINTAH TIDAK ABSEN DENGAN MEMBANGUN TATA KELOLA PEMERINTAHAN YANG BERSIH, EFEKTIF, DEMOKRATIS, DAN TERPERCAYA
3. MEMBANGUN INDONESIA DARI PINGGIRAN DENGAN MEMPERKUAT DAERAH-DAERAH DAN DESA DALAM KERANGKA NEGARA KESATUAN
4. MENOLAK NEGARA LEMAH DENGAN MELAKUKAN REFORMASI SISTEM DAN PENEGAKAN HUKUM YANG BEBAS KORUPSI, BERMARTABAT, DAN TERPERCAYA
5. MENINGKATKAN KUALITAS HIDUP MANUSIA INDONESIA
6. MENINGKATKAN PRODUKTIVITAS RAKYAT DAN DAYA SAING DI PASAR INTERNASIONAL
7. MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI DENGAN MENGERAKKAN SEKTOR-SEKTOR STRATEGIS EKONOMI DOMESTIK
8. MELAKUKAN REVOLUSI KARAKTER BANGSA
9. MEMPERTEGUH KEBHINNEKAAN DAN MEMPERKUAT RESTORASI SOSIAL INDONESIA

## SEKTOR PRIORITAS PEMBANGUNAN 2017

1. Pangan.
2. Energi.
3. Maritim.
4. **Pariwisata.**
5. Kawasan Industri & KEK.



4 Januari 2016

## 8 ARAHAN PRESIDEN RI TAHUN 2016 ADALAH **TAHUN PERCEPATAN**

### I. Arahan Presiden pada Sidang Kabinet Awal Tahun, 4 Januari 2016



**“Pastikan kemajuan di lapangan pada 10 destinasi wisata nasional.”**

### II. Arahan di KemenPU dan PeRa, tanggal 6 Januari 2016

### III. Arahan di KemenHub, tanggal 18 Januari 2016





# MENCIPTAKAN “10 BALI BARU”



Danau Toba



Tanjung Kelayang



Tanjung Lesung



Kepulauan Seribu



Borobudur



Bromo Tengger Semeru



Mandalika



Labuan Bajo

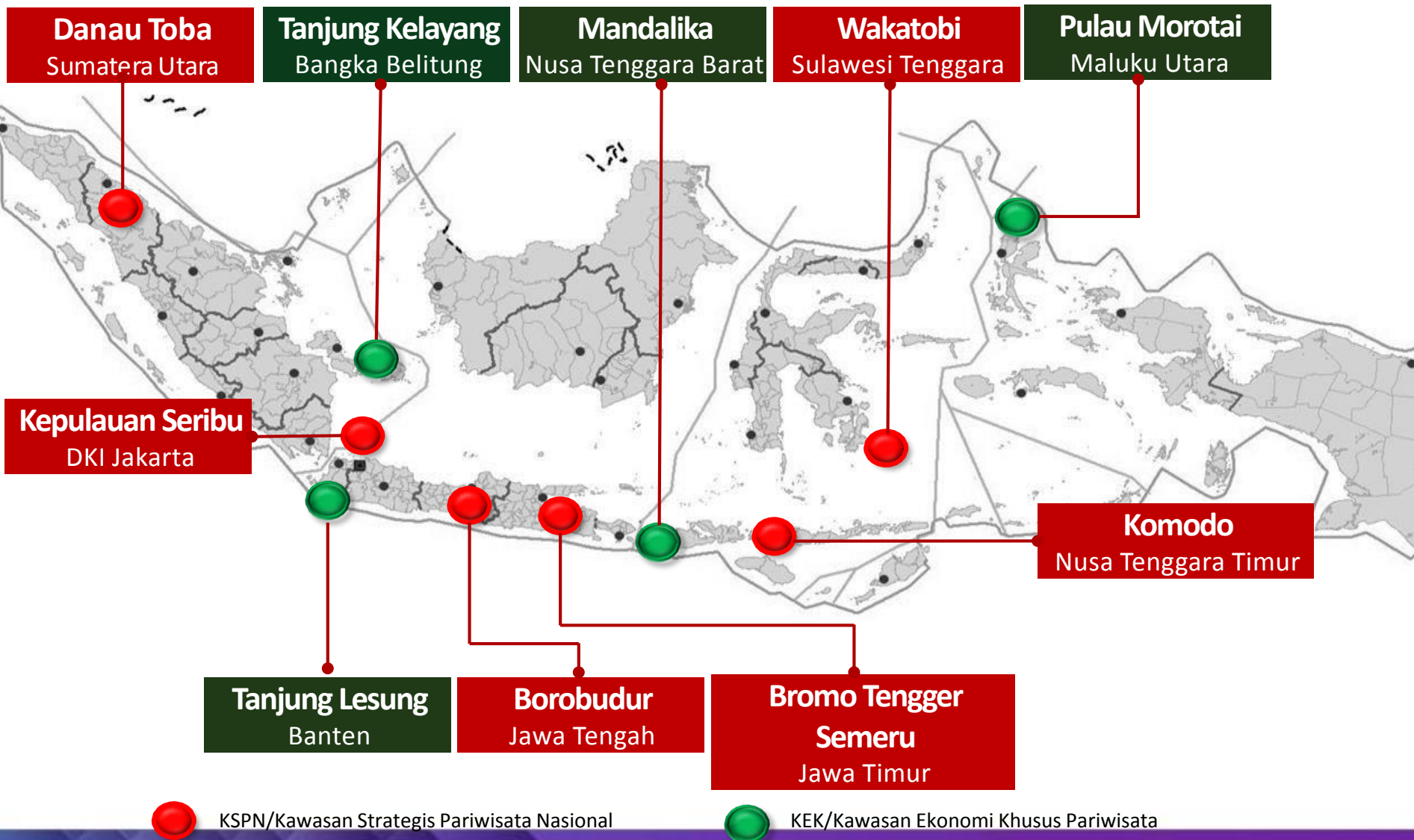



Wakatobi



Morotai

# LOKASI 10 DESTINASI PARIWISATA PRIORITAS



 KSPN/Kawasan Strategis Pariwisata Nasional

 KEK/Kawasan Ekonomi Khusus Pariwisata

# 10 Priority Tourism Destinations in Indonesia

## Investment Profile

**Total Investment USD 20 Billion**  
**(USD 10 Bilion Public Investment and USD 10 Bilion Private Investment)**



NO	DESTINATION	PERFORMANCE			PROJECTION 2019		
		INTERNATIONAL TOURIST ARRIVAL (PEOPLE)		FOREIGN EXCHANGE (USD)	INVESTMENT (USD MILLION)	INTERNAT'L TOURIST ARRIVAL (PEOPLE)	FOREIGN EXCHANGE (USD MILLION)
		2012	2013				
1	Lake Toba	15,464	10,680	10,680,000	1,000	1,000,000	1,000
2	Tanjung Kelayang	975	451	451,000	1,600	500,000	500
3	Tanjung Lesung	8,336	1,739	1,739,000	5,000	1,000,000	1,000
4	Kepulauan Seribu & Kota Tua Jakarta	4,627	16,384	16,384,000	1,000	1,000,000	1,000
5	Borobudur	193,982	227,337	27,337,000	1,500	2,000,000	2,000
6	Bromo-Tengger-Semeru	34,466	33,387	33,387,000	1,000	1,000,000	1,000
7	Mandalika	121,482	125,307	125,307,000	3,300	2,000,000	2,000
8	Labuan Bajo	41,972	54,147	54,147,000	1,200	500,000	500
9	Wakatobi	2,179	3,315	3,315,000	1,400	500,000	500
10	Morotai	618	500	500,000	3,000	500,000	500
<b>TOTAL</b>					<b>USD 20,000</b>	<b>10 Million</b>	<b>USD 10 Bilion</b>



# 10 Priority Tourism Destinations in Indonesia Development Profile



NO	DESTINATION	GATE	ESTIMATED AREA OF ZONE DEV'T (Ha)	SINGLE MANAGEMENT
1	Lake Toba	Great Sumatera	500	Tourism Authority Board
2	Tanjung Kelayang	Great Sumatera	1,200	Special Economic Zone
3	Tanjung Lesung	Great Jakarta	1,500	Special Economic Zone
4	Kepulauan Seribu & Kota Tua Jakarta	Great Jakarta	1,000	Tourism Authority Board
5	Borobudur	Great Yogyakarta	1,000	Tourism Authority Board
6	Bromo-Tengger-Semeru	Great Surabaya	1,000	Tourism Authority Board
7	Mandalika	Great Bali	1,035	Special Economic Zone
8	Labuan Bajo	Great Bali	1,000	Tourism Authority Board
9	Wakatobi	Great Sulawesi	500	Tourism Authority Board
10	Morotai	Great Maluku Papua	300	Special Economic Zone

Total Estimated Area of Zone Development: 11,736 Ha\*

\* Indicative area based on updated plan on April 2016

# KONDISI SAAT INI DAN TARGET PARIWISATA PADA TAHUN 2019

<b>mega</b>	Menjadikan Indonesia sebagai tujuan pariwisata dunia
<b>macro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kontribusi terhadap PDB (WTTC)</li> <li>• Devisa</li> <li>• Kontribusi terhadap Kesempatan Kerja</li> </ul>
<b>micro</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indeks Daya Saing kepariwisataan</li> <li>• Kedatangan Wisatawan Mancanegara</li> <li>• Perjalanan Wisatawan Nusantara</li> </ul>

2014	TARGET 2019
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 9 % (Rp. 946,09 triliun)</li> <li>• Rp. 120 triliun</li> <li>• 11 juta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 15%</li> <li>• Rp. 240 triliun</li> <li>• 13 juta</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• #70</li> <li>• 9 juta</li> <li>• 250 juta</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• #30</li> <li>• 20 juta</li> <li>• 275 juta</li> </ul>

Diagram of Tourist Composition Number  
Global, Asia Pacific, ASEAN and Indonesia  
Within Year 2014



**INDONESIA proportion to:**  
 World = 0.8%  
 Asia Pacific = 3%  
 ASEAN = 9%

Perbandingan dengan negara ASEAN lainnya (2015):

- Malaysia : 23,1 juta (*million*)
- Singapore : 15,1 juta (*million*)
- Thailand : 29,8 juta (*million*)

\*) Source data : UNWTO – United Nation World Tourism Organization  
 \*\*) WEF : World Economic Forum

# TARGET KINERJA TA 2017

INDIKATOR		2015	2016	2017	2018	2019
MAKRO	KONTRIBUSI PADA PDB NASIONAL	10%	11%	13%	14%	15%
	DEVISA (TRILIUN Rp)	144	172	200	223	280
	JUMLAH TENAGA KERJA (JUTA ORANG)	11,4	11,8	12	12,6	13,0
MIKRO	INDEKS DAYA SAING (WEF)	#50	n.a	#40	n.a	#30
	WISATAWAN MANCANEGERA (JUTA KUNJUNGAN)	10	12	15	17	20
	WISATAWAN NUSANTARA (JUTA PERJALANAN)	255	260	265	270	275

Catatan :

- Indeks daya saing pariwisata, penilaian dilakukan 2 (dua) tahun sekali oleh World Economic Forum (WEF)

# SF : STRATEGY FORMULATION

## Strategy Framework

### National Level

- **GREAT SPIRIT**
  - Indonesia Bekerja – Wonderful Indonesia
- **GRAND STRATEGY**
  - Directional Strategy: Sustainable Competitive Growth
  - Portfolio Strategy: Integrated e-Tourism Ecosystem
  - Parenting Strategy: Government Support – Industry Led

### Industry Level

- **BUSINESS STRATEGY**
  - Comparative Strategy : Industry Champion
  - Competitive Strategy : Focus, Speed, and Differentiation
  - Cooperative Strategy : Public Private Partnership

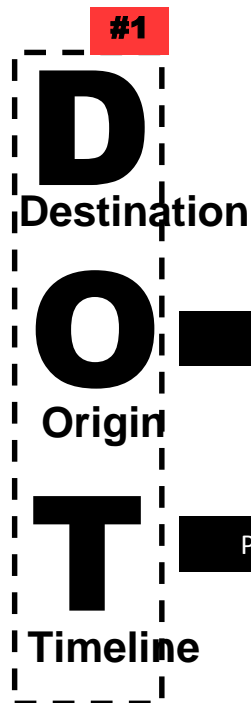
# 3 IMPLEMENTASI STRATEGI



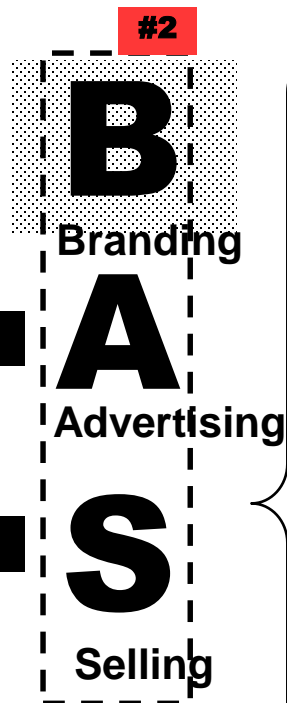
# IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN PARIWISATA

# IMPLEMENTASI STRATEGI

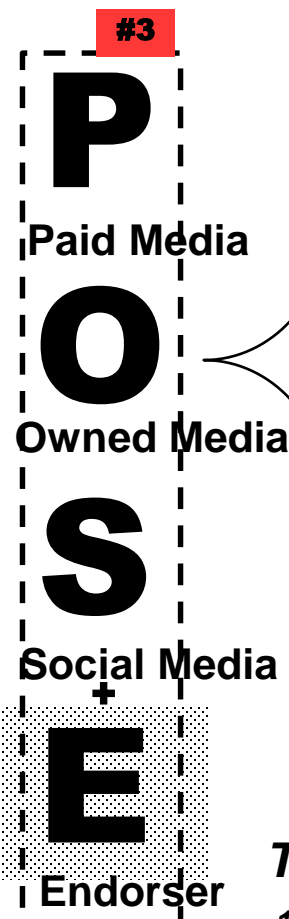
## MARKETING STRATEGY



## PROMOTION STRATEGY



## MEDIA STRATEGY



## PROMOTION TIME



### Timing Promosi Paling Penting

- 1. International Event : H-2 Bulan
- 2. Regional Event : H-1 Bulan
- 3. Regional Event (Border) : H-1 Minggu

# SI: IMPLEMENTASI STRATEGI

Jenis Strategi				
Pemasaran	<b>D</b> Destination	<b>O</b> Origin	<b>T</b> Time	
	<b>B</b> Branding/ PRing	<b>A</b> Advertising	<b>S</b> Selling	
Media	<b>P</b> Paid Media	<b>O</b> Owned Media	<b>S</b> Social Media	<b>+E</b> Endors er

# SI: IMPLEMENTASI STRATEGI

## **B**RANDING

(National Branding, Regional Branding, Local Branding)

## **A**DVERTISING

(By Customer, By Product, By Event)

## **S**ELLING

(Travel Mart, Direct Sale, Festivals)

# SI: IMPLEMENTASI STRATEGI PEMASARAN MENURUT PENDEKATAN 'DOT'

*(MARKETING STRATEGY IMPLEMENTATION BASED ON 'DOT' APPROACH)*



<b>D</b> ESTINATION (DESTINASI)	Great Bali, Great Jakarta, Great Batam
<b>O</b> RIGIN (ASAL)	Tiongkok, Singapore, Malaysia, Australia, and Japan
<b>T</b> IME (WAKTU)	Market Seasonality (Pola Musiman Pasar)

**SI: IMPLEMENTASI STRATEGI PLACEMENT BERDASARKAN KONSEP 'POS'**  
(*PLACEMENT STRATEGY IMPLEMENTATION BASED ON 'BAS'*)





# BRANDING

# “WONDERFUL” & PESONA INDONESIA



## WISMAN



## Pergerakan WISNUS



---

### Burung

- Lambang bangsa;
- Hidup damai antar sesama di alam sentosa;
- Dikenal di penjuru dunia

---

### Filosofi Warna

- Hijau                      Kreativitas, Ramah kepada Alam dan Keselarasan
  - Ungu                      Daya Imajinasi, Keimanan, Kesatuan Lahir dan Batin
  - Jingga                     Inovasi, Semangat Pembaruan, dan Keterbukaan
  - Biru                        Kesemestaan, Kedamaian, dan Keteguhan
  - Magenta                 Keseimbangan, Akal Sehat, dan Sifat Praktis
-

# BRANDING

# “WONDERFUL” & PESONA INDONESIA



WISMAN



Pergerakan  
WISNUS



# DESTINATION BRANDING



## USULAN DESTINASI YANG AKAN DIBUAT *DESTINATION BRANDING* DAN *INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION PLAN*

DESTINASI	
1	<i>Great Jakarta</i>
2	<i>Great Bali</i>
3	<i>Great Kepri</i>
4	Jogjakarta, Solo, Semarang
5	Bunaken, Wakatobi, Raja Ampat
6	Medan
7	Lombok
8	Makassar
9	Bandung
10	Banyuwangi



# PROMOSI WONDERFUL INDONESIA



## ■ CONTOH TV COMMERCIAL

### BRANDING & ADVERTISING



TV Komersial Promosi Indonesia Untuk Pasar China



Iklan di Korea Selatan (Samsung)



Banner Wonderful Indonesia di TripAdvisor



Branding Pesona Indonesia di Media Ruang



# PROMOSI WONDERFUL INDONESIA



## CONTOH MEDIA PLACEMENT DAN MEDIA LUAR RUANG

Melbourne, Australia



London, Inggris



Singapura



Amsterdam, Schiphol,  
Utrecht, Rotterdam, Belanda



Busan, Korea Selatan



# PROMOSI WONDERFUL INDONESIA

## ■ CONTOH MEDIA PLACEMENT DAN MEDIA LUAR RUANG



Kuala Lumpur, Malaysia



Seoul, Korea Selatan



Ferry Singapura - Batam



Singapura

# SI: IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI BERDASARKAN KONSEP 'BAS' (PROMOTION STRATEGY IMPLEMENTATION BASED ON 'BAS')

## BRANDING & ADVERTISING



Liputan Media Chinese National Newspaper dan Online.

Indonesia memperkenalkan WONDERFUL INDONESIA di Beijing dan kerjasamanya dengan Garuda Indonesia (GA) untuk mempromosikan Great Bali. (rute baru reguler GA dari Beijing ke Denpasar 3 kali seminggu)

(Media Coverage by Chinese National Newspaper and online.

Indonesia announce WONDERFUL INDONESIA in Beijing and cooperation with Garuda Indonesia (GA) to promote Great Bali. (new GA regular route from Beijing to Denpasar 3 times a week)



# SI: IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI BERDASARKAN KONSEP 'BAS' (PROMOTION STRATEGY IMPLEMENTATION BASED ON 'BAS')



## BRANDING & PERIKLANAN (BRANDING & ADVERTISING)

**Arief Yahya Ingin Ubah Ranking Pariwisata Indonesia**  
Sabtu, 20 Maret 2016, 07:08 WIB

Okzone

Artikel ini membahas keinginan Arief Yahya untuk meningkatkan peringkat pariwisata Indonesia dalam ajang World Halal Travel Awards 2015. Arief Yahya ingin mengubah ranking pariwisata Indonesia agar lebih tinggi dan bersaing dengan negara lain. Dengan upaya serta kepercayaan diri yang tinggi, mantan Cusur Telkom ini mempunyai keinginan target meningkatkan pariwisata Indonesia.

"Target saya adalah membawa pariwisata Indonesia menjadi ranking 30 dari 70 di 2016," jelas Arief Yahya saat berbicara di acara ASEAN Summit: The Future of ASEAN in Global Economic Community (BUMI Outlook 2015) di Bandung-Harta Hotel, Bandung.

Selain meningkatkan peringkat pariwisata jadi lebih tinggi, Arief juga mempunyai target dalam hal jumlah wisatawan asing dan wisatawan lokal untuk terus memantapkan destinasi pariwisata.

Tampan turis internasional yang datang ke Indonesia harus 20 juta dari 9 juta, sedangkan untuk domestik adalah 275 juta dari 225 juta," bebernya.

Demi mewujudkan target tersebut, Arief melihat bahwa pergerakan yang dilakukan harus digantikan secara perlahan.

"Meningkatkan pariwisata tidak boleh langsung membesarkan target tinggi, tetapi perlahan. Cara ini akan membuat pergerakan target yang diinginkan sedikit saja, namun pariwisata di Desember menurut cukup baik dan 750.861 menjadi 919.324," tambahnya.

Okzone

Okzone Hari Ini

Halah Preparation 80 Berada di Puncak Suli

### Tweet activity

**Indonesia.Travel @indtravel**  
4 hari lagi! Yuk Vote Indonesia dalam World Halal Travel Awards 2015! <http://ow.ly/T7koV>  
#IndonesiaWHTA2015  
[pic.twitter.com/EnPTzkwqQF](http://pic.twitter.com/EnPTzkwqQF)

Reach a bigger audience  
Get more engagements by promoting this Tweet!

Get started

**350 TAHUN SEKALI  
GERHANA MATAHARI TOTAL  
9 MARET 2016**



**WAHANA WISATA BIRU  
REKREASI WISATA BIRU MUDA INDONESIA**

PROMOSI WISATA REKREASI  
Wisata Kawaja  
Jawa Timur, Puncak No. 391/5  
Festival Kera Kopy  
Banyuwangi, Jawa Timur, 14-15 Agustus 2015  
Banyuwangi, Jawa Timur, 15 Agustus 2015

PROMOSI WISATA OLANEGRA  
Kaur Du Siliang  
Piden, Rappoan, Rappo, 2/9 Agustus 2015  
Musi Triboroan  
Banyuwangi, Jawa Timur, 11-12 Agustus 2015  
Jember  
Jember, Jawa Timur, 13-14 Agustus 2015

posona indonesia

**INDOPOS**  
Indonesian Daily News

BERITA  
Mempertahankan Peringkat Pariwisata Indonesia

"Dua Arief" Kompi Mengikuti Tombak China, Jemput Potensi Wisata  
**Mengapa Kembali ke Bali, Bali dan Bali?**

**PEMUDA LUNTUK BANGSA**

**Update Terkini**

# SI: IMPLEMENTASI STRATEGI PROMOSI BERDASARKAN KONSEP 'BAS' (PROMOTION STRATEGY IMPLEMENTATION BASED ON 'BAS')

## PENJUALAN (SELLING)



**THE WORLD'S  
LEADING TRAVEL  
TRADE SHOW®**  
4-8 MARCH 2015



## ITB BERLIN 2015

Profil	2014	2015
Peserta Pameran (Exhibitors)	10,147	10,150
Negara Peserta	189	189
Pengunjung (Trade Visitors)	114,000	115.000
Konsumen (Consumers)	60,000	65.000
Total Jumlah Pengunjung	174,000	180.000
<b>Transaksi (Perolehan Devisa)</b>	<b>3,8 Triliun Rupiah</b>	<b>4,3 Triliun Rupiah</b>

## Bali Beyond Travel Fair 2015

Profil	2014	2015
Penjual	278	370
Pembeli	246	325
<b>Transaksi</b>	<b>6,2 Triliun Rupiah</b>	<b>13,5 Triliun Rupiah</b>



# IMPLEMENTASI STRATEGI ISI BERDASARKAN PENDEKATAN 'POP'



(CONTENT STRATEGY IMPLEMENTATION BASED ON 'POP' APPROACH)

## Pre Event



## On Event



## Post Event



Hastag  
**#PesonaTambora**  
 Menjadi Trending  
 Topic di Bulan April  
 2015

# ENDORSER

Philip Kotler (Bapak Marketing Dunia)  
ditunjuk menjadi Brand Ambassador WONDERFUL  
INDONESIA pada kesempatan ASEAN Marketing Summit,  
9 Oktober 2015 di Jakarta.





# ENDORSER

Pemanfaatan *Endorsers* internasional dengan *followers* terbanyak di negaranya dalam program “Wondernesia”.

Mae Tan (Singapore)



Diana Huntley (China)



Wondernesia

Premieres 10 December, Thursdays 11pm  
(10pm BKK/JKT)



Luke Latty (Australia)

Host: Nadya Hutagalung

# ENDORSER



raffinagita1717



raffinagita1717 Terimakasih Pa Menteri Pariwisata Pa Arief Yahya ... Pa Arief yang tidak lupa kalo dulu waktu saya masih kecil saya menjadi tetangganya Beliau ... Dan Beliau masih ingat semuanya ... Kita sama"...

**Raffi Ahmad dan Nagita Slavina**



pevpearce  
Raja Ampat

3d



108,283 likes

pevpearce My country Indonesia... Is way better than yours



**Pevita Pearce**



## **UPDATE CAPAIAN KINERJA KEMENTERIAN PARIWISATA**

1. CAPAIAN KINERJA KEMENPAR 2014-2015
2. UPDATE PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN 10 DESTINASI PARIWISATA PRIORITAS
3. PERKEMBANGAN KEMUDAHAN KUNJUNGAN KAPAL WISATA
4. TARGET SERTIFIKASI SDM KEPARIWISATAAN

## CAPAIAN KINERJA KEMENTERIAN PARIWISATA 2014 - 2015

<b>CAPAIAN KINERJA</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>Kunjungan Wisman</b>	9,4 juta	10,4 juta
<b>Perjalanan Wisnus</b>	251 juta	255 juta
<b>Pengeluaran Wisnus</b>	Rp 213,94 Triliun	Rp 224,68 Triliun
<b>Perolehan Devisa</b>	Rp 133,9 Triliun	Rp 144 Triliun
<b>Jumlah Tenaga Kerja</b>	10,3 juta	11,3 juta

Sumber: Puslitbang Kementerian Pariwisata RI

# MENCIPTAKAN “10 BALI BARU”



# PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN 10 DESTINASI PRIORITAS

DESTINASI	INDIKATOR KEBERHASILAN	TARGET	CAPAIAN	K/L TERKAIT
<b>DANAU TOBA</b>	<p><i>Single Destination, Multi Management</i> harus berubah menjadi <b>Single Destination, Multi Areas, Single Management</b>.</p> <p>Diperlukan Badan Otorita Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Danau Toba yang lincah, gesit, fleksibel dan profesional.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Danau Toba sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional yang menjaga kearifan lokal sekaligus mengembangkan local genius dan local contents</b>.</li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi <b>1 juta orang</b> pada tahun <b>2019</b>, dengan devisa sebesar <b>US\$ 1 Miliar</b>.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp <b>20,06 Triliun</b>, yang terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp <b>11,36 Triliun</b> investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp <b>8,7 Triliun</b> investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Perpres Badan Otorita Danau Toba sudah diterbitkan: Perpres No 49 Tahun 2016 tentang Badan Otorita Pengelolaan Kawasan Pariwisata Danau Toba yang diundangkan Tanggal 13 Juni 2016.</li> <li>Sedang dibentuk Badan Pelaksana Otorita,</li> <li>Proses pemilihan Kepala Badan Pelaksana Otorita</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kementerian Perhubungan</li> <li>Kementerian PUPERA</li> </ul>
<b>TANJUNG KELAYANG</b>	<p><b>Critical Success Factor Single Destination, Multi Management</b> harus berubah menjadi <b>Single Destination, Single Management</b> yaitu <b>Pembentukan KEK Pariwisata Tanjung Kelayang</b>. Percepatan Peraturan Pemerintah (PP) terkait Pembentukan KEK Pariwisata Tanjung Kelayang dan <b>PerPres Tim Koordinasi Percepatan Pembangunan Infrastruktur Pariwisata (TK PPIP)</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Tanjung Kelayang sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional</b>.</li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 500 ribu orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 500 Juta.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 18 Triliun, yang terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 10 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp 8 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pembangunan <i>Mobile Power Plant</i> (pembangkit bergerak) 25 MW</li> <li>Pembangunan PLTD berbahan <i>Crude Palm Oil</i> (CPO) kapasitas 5 MW</li> <li>Peningkatan status bandara menjadi Bandara Internasional</li> <li>Peningkatan Kualitas Air Bersih</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>PLN</li> <li>Kementerian ESDM</li> <li>Kementerian Perhubungan</li> <li>Kementerian PUPERA</li> </ul>
<b>KEK TANJUNG LESUNG</b>	<p><b>Critical Success Factor</b> : Jalan Tol Serang-Panimbangan (83 Km), Bandar Udara Panimbangan (Banten Selatan), jalur kereta api, dan instalasi air bersih.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Tanjung Lesung sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional yang menjaga kearifan lokal</b>.</li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 1 juta orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 1 miliar.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 18 Triliun, yang terdiri dari: <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 10 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp 8 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Proses Pembebasan Lahan Trase Jalan Tol</li> <li>Proses Lelang dan Penetapan Kontraktor</li> <li>FGD Kampung Cikadu , Desa Tanjung Jaya, untuk program Pemukiman Pendukung di Kawasan KEK Tanjung Lesung</li> <li>Rencana Program : Pengelolaan SDA, Peningkatan Kapasitas Jalan, Pengemb. Infrastruktur Wilayah</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>PPK, PemProv, PUPR</li> <li>BPJT, KemenPUPR</li> <li>BPIW, KemenPUPR</li> <li>KPPIP</li> <li>Bappeda</li> <li>PemKab Pandeglang</li> </ul>



# PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN 10 DESTINASI PRIORITAS

DESTINASI	INDIKATOR KEBERHASILAN	TARGET	CAPAIAN	K/L TERKAIT
<b>KEP. SERIBU &amp; KOTA TUA</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>MENGUBAH <i>Single Destination, Multi Management</i> MENJADI <i>Single Destination, Single Management</i> melalui Pembentukan <i>Badan Otorita DPN Kota Tua Jakarta dan Kepulauan Seribu</i>.</li> <li>Penetapan <b>REVITALISASI Kawasan Kota Tua Jakarta dan Kepulauan Seribu</b> dalam peraturan yang kuat secara hukum.</li> <li><b>Dukungan penuh Gubernur DKI Jakarta.</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan Kota Tua Jakarta sebagai "<b>World Heritage Site -Manhattan of Asia</b>" dan Kepulauan Seribu sebagai "<b>Destinasi Wisata Bahari berbasis Eko Wisata</b>".</li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 2.000.000 orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 2 Miliar.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 20,36 Triliun, yang terdiri dari:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 10,49 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>9,87 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	Koordinasi tim kerja Pusat & Daerah untuk persiapan pembentukan Badan Otorita.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kemertrian BUMN</li> <li>Pemda DKI Jakarta</li> <li>Kemertrian Perhubungan</li> <li>KemenPUPERA.</li> </ul>
<b>BOROBUDUR</b>	<p><i>Critical Success Factor</i> : <i>Single Destination, Multi Management</i> harus berubah menjadi <b>Single Destination, Single Management</b>. Pembentukan Badan Otorita Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Borobudur</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Borobudur sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional</b></li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 2 juta orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 2 Miliar.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 18,5 Triliun, yang terdiri dari:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 9 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp 9,5 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	Proses penetapan luas lahan BOP Borobudur seluas 297,6 HA (milik Perhutani) terletak di kabupaten Purworejo dan 18 HA (sultan <i>ground</i> ) di Kulon Progo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kemertrian Perhubungan</li> <li>KemenPUPERA.</li> <li>KAI</li> <li>Kemertrian LHK</li> <li>Kemertrian BUMN</li> </ul>
<b>BROMO TENGGER SEMERU</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li><i>Critical Success Factor</i> : <i>Single Destination, Multi Management</i> harus berubah menjadi <b>Single Destination, Single Management</b>.</li> <li>Pembentukan Badan Otorita DPN Bromo-Tengger-Semeru.</li> <li>Penetapan Masterplan Kawasan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Bromo - Tengger - Semeru sebagai <b>Destinasi Utama berbasis geosistem (geologi), ekosistem (ekologi), dan sosio sistem (Budaya Tengger)</b>.</li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 1 juta orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 1 Miliar.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 20 Triliun, yang terdiri dari:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 10 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp 10 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN)</li> </ol> </li> </ol>	Koordinasi tim kerja Pusat & Daerah untuk persiapan pembentukan Badan Otorita Pariwisata dan Penjajagan penyediaan Lahan Badan Otorita Pariwisata dari Perhutani & TN BTS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kemertrian Perhubungan</li> <li>KemenPUPERA.</li> <li>Kemertrian LHK</li> <li>Kemertrian BUMN</li> </ul>
<b>MANDALIKA</b>	<p><i>Critical Success Factor</i> : <i>People Trust dan Dukungan PMN</i>, Solusi : percepatan pembangunan yang bisa langsung dilihat secara nyata oleh masyarakat dan percepatan turunnya PMN untuk ITDC demi menjaga keberlangsungan dari program yang sudah dirancang.</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Percepatan Pengembangan kawasan KEK Mandaika sebagai <b>Destinasi Utama Wisata Halal Dunia dan Wisata Cruise yang Berstandar Internasional</b> harus terus dilakukan dengan tetap memperhatikan nilai-nilai kearifan lokal</li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 2 juta orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar 20 T.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 20,43 Triliun, yang terdiri dari:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 10,18 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp 10,25 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Percepatan pembangunan hotel</li> <li><i>Ground breaking</i> pembangunan masjid</li> <li>Penggalakan program CSR</li> <li>PMN untuk ITDC sebesar 700 M pada tahun 2017</li> <li>Pembangunan infrastruktur di dalam kawasan</li> <li>Pembangunan tahap pertama instalasi pengolahan air bersih dengan teknologi <i>Sea Water Reverse Osmosis</i> (SWRO)</li> <li>Proses penyiapan <i>masterplan</i> pembangunan PLTS di lahan 60 ha.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li><b>ITDC</b></li> <li>BUMN</li> <li>BKPM</li> <li>Kemertrian Perhubungan</li> <li>KemenPUPERA</li> </ul>

# PERKEMBANGAN PEMBANGUNAN 10 DESTINASI PRIORITAS

DESTINASI	INDIKATOR KEBERHASILAN	TARGET	CAPAIAN	K/L TERKAIT
<b>LABUAN BAJO-FLORES</b>	<i>Critical Success Factor : Single Destination, Multi Management</i> harus berubah menjadi <b>Single Destination, Multi Cluster, Single Management.</b> Pembentukan Badan Otorita Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Labuan Bajo-Flores.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Labuan Bajo-Flores sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional yang menjaga kearifan lokal dan berwawasan lingkungan.</b></li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 1 juta orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 2 Miliar.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 16 Triliun, yang terdiri dari:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 8 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp 8 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Koordinasi tim kerja Pusat &amp; Daerah untuk persiapan pembentukan Badan Otorita.</li> <li>Penyelesaian Draft Perpres Badan Otorita Pariwisata Labuan Bajo-Flores</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>KemenLHK</li> <li>Kemenko Maritim</li> <li>Kemenpar</li> <li>Kementrian Perhubungan</li> <li>Airlines</li> <li>KemenPUPR</li> <li>KemenATR</li> <li>Pemkab Manggarai Barat, BPN</li> <li>Pelindo Properti Indonesia &amp; Pelindo III</li> <li>PLN</li> <li>KemenESDM</li> <li>Swasta</li> </ul>
<b>WAKATOBI</b>	<i>Critical Success Factor : Single Destination, Multi Management</i> harus berubah menjadi <b>Single Destination, Single Management</b> melalui pembentukan <b>Badan Otorita Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) Wakatobi.</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Wakatobi sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional yang menjaga kearifan lokal</b></li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 500 Ribu orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar US\$ 500 Juta.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 20,5 Triliun, yang terdiri dari:                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp. 8,0 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>Rp. 12,5 Triliun investasi Swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Peresmian Bandara Matahora Wakatobi oleh Menteri Perhubungan dan Menteri Pariwisata, 8 April 2016</li> <li>Pembukaan jalur pelayaran Wakatobi-Baubau-Kolaka PP oleh PT. Pelni menggunakan Jetliner kapasitas 600 pax, frekuensi 2x seminggu (Selasa dan Kamis), mulai 31 Mei 2016</li> <li>Surat Bupati terkait potensi lahan untuk Badan Otorita Pariwisata Wakatobi, 17 Juni 2016</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kementrian Perhubungan</li> <li>Pihak Airlines</li> <li>Pemkab</li> <li>BPN, Balai TN Wakatobi</li> </ul>
<b>MOROTAI</b>	<i>Critical Success Factor :</i> <b>Infrastruktur.</b> Dalam rangka mendukung aksesibiliti, yang merupakan faktor dominan di Morotai, perlu peningkatan bandara dan pelabuhan laut, untuk menunjang transportasi udara dan transportasi laut	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pengembangan kawasan Kepulauan Morotai sebagai <b>Destinasi Utama berstandar Internasional</b></li> <li>Meningkatkan Kunjungan Wisman menjadi 500 ribu orang pada tahun 2019, dengan devisa sebesar Rp 6 Triliun.</li> <li>Investasi yang dibutuhkan sekitar Rp 18,6 Triliun, yang terdiri dari                     <ol style="list-style-type: none"> <li>Rp 7,6 Triliun investasi Pemerintah, dan</li> <li>B. Rp 11 Triliun investasi swasta (PMA/PMDN).</li> </ol> </li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li><b>“Peningkatan pelabuhan udara”.</b> # Awal tahun : tidak ada pesawat regular ke Morotai # 18/03/2016 : 1x per minggu @ 18 penumpang # 27/04/2016 : 1x per hari @ 72 penumpang # T3/2016 : proses peningkatan @ 180 penumpang.</li> <li><b>MoU Pemkab Morotai – Citilink - Jababeka Morotai untuk pariwisata Morotai</b></li> <li><b>3. “Menciptakan Hotel / Homestay”.</b> # Awal tahun : 177 kamar hotel melati (190 tempat tidur), 18 kamar resort (36 tempat tidur) # T3/2016 : 24 kamar resort (48 tempat tidur) # MoU Jababeka Morotai dan Citilink untuk pariwisata Indonesia/Morotai (MoU JM dengan Chingfu untuk homestay. 100 kamar tahun 2017) # MoU Kemenpar – Citilink – Wanda untuk pariwisata Indonesia (Citilink/JM dengan Wanda untuk hotel)</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Pemkab Morotai</li> <li>KemenPUPR</li> <li>KemenATR</li> <li>Kemenhub</li> <li>Jababeka Morotai</li> </ul>

# PERKEMBANGAN KEMUDAHAN KUNJUNGAN KAPAL WISATA



DEREGULASI	INDIKATOR KEBERHASILAN	TARGET	CAPAIAN	K/L TERKAIT
<p><b>Kunjungan Kapal Wisata (<i>yacht</i>) Asing ke Indonesia</b></p>	<p>Memberikan kemudahan kunjungan Kapal Wisata (<i>yacht</i>) asing ke Indonesia dengan mencabut Peraturan Presiden Nomor 180 Tahun 2014</p>	<p>Menerbitkan Peraturan Presiden yang baru yang mengatur kemudahan kunjungan kapal wisata (<i>yacht</i>) asing ke Indonesia.</p>	<p>Telah Terbit</p> <ol style="list-style-type: none"> <li><b>PERPRES 105/2015, 22 September 2015</b> tentang Kunjungan Kapal Wisata (<i>yacht</i>) Asing ke Indonesia. Diundangkan Dirjen Peraturan per UU, 5 November 2015. Lembar Negara no 1672 Tahun 2015</li> <li><b>Peraturan Menteri Perhubungan 171/2015, 4 November 2015</b> tentang Tara Cara Pelayanan Kapal Wisata (<i>yacht</i>) asing di Perairan Indonesia. Diundangkan Dirjen Peraturan per UU, 5 November 2015. Lembar Negara no 1672 Tahun 2015</li> <li><b>Peraturan Dirjen Perhubungan Laur no HK.103/4/8/DJPL-15</b> tentang Tata Cara Pemberian Kemudahan Surat Persetujuan Berlayar Kapal Wisata (<i>yacht</i>) asing di Pelabuhan Indonesia 28 Desember 2015</li> <li><b>Peraturan Menteri Keuangan no 261/PMK.04/2015</b> tentang Impor Sementara Kapal Wisata Asing 31 Desember 2015. Diundangkan Dirjen Peraturan per UU, 31 Desember 2015. Lembar Negara no 2059 Tahun 2015</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kementerian Perhubungan</li> <li>Kementerian Keuangan</li> <li>Kementerian Hukum dan HAM</li> </ul>
<p><b>Kunjungan Kapal Pesiar (<i>cruise ship</i>) ke Indonesia</b></p>	<p>Memberikan kemudahan kunjungan Kapal Pesiar (<i>cruise ship</i>) ke Indonesia.</p>	<p>Menerbitkan Peraturan Menteri Perhubungan yang mengatur kunjungan Kapal Pesiar (<i>cruise ship</i>) ke Indonesia</p>	<p>Peraturan Menteri Perhubungan no PM 121 Tahun 2015 tentang Pemberian Kenudahan bagi Kapal Wisata dengan menggunakan Kapal Pesiar (<i>cruiseship</i>) berbendera asing, 19 Agustus 2015. Diundangkan Menteri Hukum n HAM, 20 Agustus 2015. Lembar Negara no 1242 Tahun 2015</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>Kementerian Perhubungan</li> <li>Kementerian Hukum dan HAM</li> </ul>
<p><b>Perlindungan Keselamatan Wisata Selam</b></p>	<p>Menyediakan aturan terkait penyelenggaraan Wisata Selam Rekreasi dalam rangka memberikan perlindungan, keselamatan, keamanan dan kenyamanan wisatawan dalam melakukan kegiatan selam</p>	<p>Menerbitkan Peraturan Menteri Pariwisata yang mengatur perlindungan keselamatan wisata selam</p>	<p>Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 7 Tahun 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Wisata Selam Rekreasi Berita Negara RI Tahun 2016 Nomor 910.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman</li> <li>Kementerian Pariwisata</li> <li>KKP</li> <li>Kementerian Hukum dan HAM</li> </ul>

## TARGET SERTIFIKASI SDM KEPARIWISATAAN

TAHUN	s.d 2014	2015	2016
<b>TENAGA KERJA PARIWISATA</b>	11,000,000	11,400,000	11,800,000
Tenaga Kerja Pariwisata Langsung ( <i>Direct</i> ) sebesar 20% *)	2,200,000	2,280,000	2,360,000
Tenaga Kerja Pariwisata Tak Langsung ( <i>Indirect</i> ) sebesar 30% *)	3,300,000	3,420,000	3,540,000
Tenaga Kerja Pariwisata Terdampak ( <i>Induce</i> ) sebesar 50% *)	5,500,000	5,700,000	5,900,000
<b>SERTIFIKASI</b>			
1. Kemenpar (Per tahun)	58,627	17,500	35,000
2. Mandiri (Per tahun)	62,893	141,520	165,000
Total SDM Pariwisata Tersertifikasi (Kumulatif)	121,520	159,020	200,000
Persentase SDM Pariwisata Tersertifikasi ( <i>Direct</i> )	5,52%	6,97%	8,47%

Catatan:

\*) PELAYANAN SDM PADA BIDANG KEPARIWISATAAN MELIPUTI:

- |                               |                                       |
|-------------------------------|---------------------------------------|
| 1. Hospitality                | 3. Event                              |
| 2. Attraction and destination | 4. Travel and transportation services |