

REFERENSI MICE INDONESIA

EDISI 199

VENUE

JANUARI-MARET
2026

**CELAH PAJAK
PLATFORM DIGITAL**



Organized by:

Co-organized by:



50th IPA

CONVENTION
& EXHIBITION

50 YEARS OF ENERGY PARTNERSHIP:
SHAPING THE NEXT ERA FOR
ADVANCING GROWTH

JOIN US ON

**WED - FRI,
20 - 22 MAY 2026,
ICE BSD CITY**

REGISTER NOW

<https://convex.ipa.or.id/>



[Convex.ipa.or.id](https://convex.ipa.or.id/) [@ipaconvex_](https://www.instagram.com/ipaconvex_) [@ipaconvex](https://www.tiktok.com/@ipaconvex)

Indonesian Petroleum Association



Biaya Terbang Mahal, Pariwisata Ikut Tertahan



Konflik Iran, Israel, dan Amerika membuat banyak negara susah, tak terkecuali Indonesia. Harga minyak global yang meroket membuat APBN melarat. Apalagi nilai tukar rupiah terhadap dolar semakin melemah.

Pemerintah telah mengambil sederet kebijakan, salah satu yang populis adalah dengan tidak menaikkan harga bahan bakar minyak (BBM) bersubsidi hingga akhir tahun. Ini untuk menekan lonjakan harga dan daya beli masyarakat tetap stabil.

Namun, tidak dengan harga bahan bakar pesawat (avtur) yang per April naik hingga lebih dari 70 persen. Bagi industri penerbangan, kenaikan itu sebuah petaka. Pasalnya, biaya avtur itu berkontribusi hingga 40 persen terhadap biaya tiket pesawat.

Terkait itu, pemerintah mengambil sejumlah langkah agar tidak terjadi lonjakan harga supaya tetap terjangkau masyarakat, mulai dari menetapkan kenaikan tarif batas atas 13 persen, insentif PPN ditanggung pemerintah, *fuel surcharge* dinaikkan menjadi 38 persen,

dan insentif bea masuk nol persen untuk pembelian suku cadang.

Namun, kenaikan tiket penerbangan tetap tak tertahan, naik hampir dua kali lipat. Memang, kenaikan harga tiket tidak sertamerta menghilangkan keinginan orang untuk bepergian. Namun, ia mengubah cara orang mengambil keputusan.

Destinasi yang sangat bergantung pada transportasi udara menjadi yang paling rentan ditinggalkan, seperti Bali, Labuan Bajo, dan Raja Ampat. Bukan karena daya tariknya menurun, melainkan karena biaya untuk mencapainya meningkat signifikan.

Sebaliknya, destinasi jarak dekat mulai diuntungkan. Perjalanan darat dan kereta api mengalami peningkatan minat, terutama di koridor padat seperti Jawa.



DAFTAR ISI

LIPUTAN



06

BERANDA



03

TAJUK



10



VENUE

KOMPAS GRAMEDIA

member of **Dyandra**&Co.

PEMIMPIN UMUM Bayu Hari Himawan
PEMIMPIN REDAKSI Bayu Hari Himawan
REDAKTUR PELAKSANA Harry Purnama
STAF REDAKSI Bonita Ningsih
FOTOGRAFER Erwin Gumilar
DESAIN VISUAL Annisa Amalia
SEKRETARIS REDAKSI Yuli Andriastuti
PUBLISHING TEAM Murdiyatno
Annisa Amalia
Ibni Reisha Pahlevi

IKLAN Rostiana Br. Karo
Soaeni Latif

KORESPONDEN Ludhy Cahyana
(Surabaya)
Nila Sofiyanti
(Bali)
Tonggo Simangunsong
(Medan)

PENERBIT PT Dyandra Promosindo

Jl. Johar No.9 Menteng, Jakarta Pusat 10350
T: 021 - 3107117, F: 021 - 3903848
E: redaksi@venuemagz.com
W: www.venuemagz.com

Rekening. 7340306117
Bank BCA
Gedung Plaza Bank Index Jakarta Pusat
An. PT Dyandra Promosindo



ASPERAPI Berhasil Hadirkan UFI Congress Asia Pasifik 2027 di Bali

Tanpa bantuan pemerintah sama sekali, ASPERAPI berhasil memenangi bidding penyelenggaraan UFI Congress Asia Pasifik 2027. Diselenggarakan di Bali, hal ini menjadi tamparan bagi Jakarta yang merupakan pusatnya industri pameran Indonesia.

Oleh: Harry Purnama

UFI Congress Asia Pasifik 2027 akan digelar di Bali Nusa Dua Convention Center (BNDCC) pada akhir Maret atau awal April 2027. Menurut Hosea Andreas Runkat, Ketua Umum ASPERAPI (Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia), penyelenggaraan ini menjadi kemenangan besar bagi industri MICE Indonesia.

Andre mengatakan, proses lobi-lobi penyelenggaraan UFI Congress Asia Pasifik 2027 telah dilakukan sejak tahun lalu saat menghadiri World Congress UFI di Hong Kong. Kemudian, pada awal Maret 2026, dengan modal keberanian dan bantuan hanya sembilan orang, ASPERAPI maju mengikuti

bidding secara resmi pada pelaksanaan UFI Congress Asia Pasifik 2026 di Bangkok, Thailand, bersaing ketat dengan China dan Filipina.

“*Bidding* UFI Congress Asia Pasifik ini sama sekali kita tidak minta dukungan pemerintah. Itu saya jalan sendiri dibantu hanya 9 orang,” ujarnya. “Saya modal nekat waktu itu mengenai biaya. Kita yakin ada banyak *support* dari teman-teman nantinya. Makanya saya berani ambil.”

Sebenarnya, Andre telah mencoba untuk *bidding* penyelenggaraan UFI Congress Asia Pasifik 2026, tetapi Indonesia kalah dari Thailand. Penyebabnya, pemerintah Thailand ikut turun langsung untuk mengikuti *bidding* tersebut.

Kali ini, Andre yakin Indonesia akan menang karena UFI Congress terakhir diadakan di Indonesia adalah pada 2013, sehingga rotasi regional mendukung. Pihak UFI bahkan meminta Bali sebagai lokasi utama.

“Waktu diumumkan Bali yang jadi pemenang, respons mereka beragam. Ada yang mau *extend*, ada yang mau bawa keluarganya. Dan besok kebetulan edisi ke-20 Asia Pasifik. Saya yakin akan pecah rekor tahun depan,” ujar Andre.

“Kenapa saya taruh di Bali, karena UFI ini penekanannya pada *net zero*, sementara di Jakarta *net zero* ini agak kurang. Makanya saya menang di Bali,” tambah Andre.

Diperkirakan perhelatan UFI Congress Asia Pasifik 2027 akan dihadiri 300-500 delegasi, belum termasuk keluarga dan pasangan, serta delegasi tambahan dari Eropa, Afrika, dan Timur Tengah.

Presiden UFI dunia pun dijadwalkan hadir, dan Andre berencana fasilitasi pertemuannya dengan Menteri Pariwisata, Menteri Perdagangan, serta Gubernur Jakarta karena Jakarta merupakan pusat pameran Indonesia.

Kontribusi bagi Industri MICE

Kemenangan Indonesia menjadi tuan rumah penyelenggaraan UFI Congress Asia Pasifik

2027 menjadi bukti nyata kontribusi ASPERAPI terhadap industri MICE Indonesia.

“Saya tidak minta duit pemerintah, malah saya datangin. Ini kontribusi saya buat industri MICE,” ujar Andre.

Bahkan, Andre bercita-cita untuk mendatangkan UFI World Congress pada tahun 2030 atau 2032 meskipun dirinya sudah tidak lagi menjabat sebagai Ketua Umum ASPERAPI. Pasalnya, jumlah delegasi UFI World Congress akan lebih besar lagi dibandingkan yang skala regional Asia Pasifik sehingga dampak ekonomi yang dihasilkan akan lebih besar lagi.

“Tahun lalu di UFI World Congress Hong Kong pesertanya 1.500 sampai 2.000 orang,” ujar Andre.

Karenanya, Andre mengatakan, dibutuhkan saling *support* antara sektor swasta dengan pemerintah. Bukan hanya sekadar dukungan berupa surat saja, tapi juga berupa kehadiran pemerintah dan juga soal biaya yang tidak kecil jumlahnya.



Pertumbuhan Pariwisata Dibayangi Tensi Geopolitik dan Ketidakpastian



Meski diproyeksikan tumbuh, sektor pariwisata di Asia Pasifik masih dibayangi ketidakpastian global akibat adanya perang di Timur Tengah. Karenanya, setiap negara diimbau untuk memperluas marketnya.

Oleh: Harry Purnama

Pacific Asia Travel Association (PATA) baru saja mengeluarkan laporan PATA Asia Pacific Visitor Forecasts 2026-2028. Laporan tersebut menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan internasional ke wilayah Asia Pasifik pada 2026 dan seterusnya diproyeksikan melebihi jumlah sebelum pandemi.

Pada 2026, diperkirakan jumlah kunjungan wisatawan internasional ke Asia Pasifik mencapai batas atas 710,2 juta orang, dan batas bawah sekitar 560,9 juta. Kemudian, pada 2027, batas atasnya adalah 741,2 juta

wisatawan internasional, dengan batas bawah 585,7 juta turis. Lalu, pada 2028, jumlah batas atasnya adalah 761,1 juta.

Akan tetapi, dengan adanya situasi geopolitik dan ketidakpastian makroekonomi, laporan tersebut juga memastikan adanya kemungkinan pertumbuhan yang minim, dengan jumlah kunjungan wisatawan internasional hanya 599,7 juta pada 2028. Jumlah tersebut menunjukkan rata-rata hanya terjadi pemulihan sekitar 88 persen dibandingkan level sebelum pandemi.

“Sektor pariwisata internasional memasuki fase yang lebih kompleks, di mana pertumbuhan tetap terjadi, tapi berada di bawah tekanan yang juga ikut meningkat,” ujar Noor Ahmad Hamid, CEO PATA. “Di PATA, kami mempertimbangkan kedua faktor—momentum positif yang didorong oleh permintaan yang meningkat, serta

meningkatnya risiko bepergian akibat ketegangan geopolitik, ketidakpastian ekonomi, dan lain sebagainya.”

“Dalam keadaan seperti ini, pertumbuhan pariwisata tidak dapat dipastikan. Setiap destinasi dan organisasi harus bersiap untuk berbagai skenario yang mungkin saja terjadi, dengan kemampuan untuk terus beradaptasi secara cepat, mengatur ulang strategi yang dijalankan, dan meresponsnya dengan kuat. Setiap keputusan yang diambil harus berdasarkan data yang aktual,” ujar Noor.

Dengan adanya ketidakpastian ekonomi dan ketegangan geopolitik, setiap negara diimbau untuk memperluas target market masing-masing serta memperkuat kolaborasi pemerintah-swasta untuk menghasilkan ketahanan pariwisata yang lebih baik.

China, Hong Kong SAR, Amerika Serikat, Meksiko, Rusia, dan Korea masih menjadi sumber pasar utama bagi Asia Pasifik,

meskipun masih ada hambatan berupa jumlah penerbangan udara dan biaya yang relatif mahal.

Selain itu, China, Amerika Serikat, Turkiye, Hong Kong SAR, Meksiko, dan Jepang menjadi destinasi favorit di Asia Pasifik bagi wisatawan internasional.

Berdasarkan laporan tersebut, Mongolia, Jepang, Chile, Maldives, dan Sri Lanka menjadi yang teratas dalam hal pemulihan sektor pariwisata, masing-masing sebesar 150 persen dibandingkan level sebelum pandemi.

Laporan PATA Asia Pacific Visitor Forecasts 2026-2028 dikeluarkan oleh PATA bekerja sama dengan Hospitality and Tourism Research Centre di School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University, serta kontribusi dari seluruh anggota PATA.



NASIB EKOSISTEM PARIWISATA NASIONAL



“Jangankan ekosistem, antar-sektoral (pariwisata) saja sulit dapat kata sepakat. Masih berpikir ‘dapur’ masing-masing.”

Boleh jadi itu cermin yang merefleksikan dunia pariwisata nasional saat ini. Ego sektoral masih terasa. Belum ada kolaborasi dan koordinasi apik yang mengorkestrasikan semua lini, masih berjalan sendiri-sendiri.

Hal itu disadari oleh Yuno Abeta Lahay, Wakil Ketua Umum Bidang Organisasi PHRI. “Jangankan *ngomong* ekosistem, antar-sektoral saja susah untuk bersepakat.



Masih memikirkan dapurnya masing-masing. Keegoan kayak gini sulit,” katanya.

Hal serupa disampaikan oleh Andhy Irawan, CEO Mora Group. Menurutnya, ekosistem pariwisata nasional belum berjalan baik. Agar ekosistem ini dapat bergerak bersama sesuai dengan tujuan yang ditetapkan, negara harus bisa mengorkestrasikannya.

“Jadi, negara itu mengatur, bukan menjual. Sekarang *overlapping*,” kata Andi. “Kalau bicara cara menjual, pelaku itu lebih paham kebutuhan pasar.”

Ekosistem pariwisata sejatinya bukan hanya soal destinasi. Ia mencakup rantai panjang yang melibatkan pemerintah, pelaku usaha (hotel, restoran, *travel agent*, platform digital), infrastruktur, hingga masyarakat lokal.

Dalam beberapa tahun terakhir, pemerintah telah mendorong pengembangan destinasi prioritas, peningkatan kualitas SDM, hingga promosi digital. Kehadiran platform digital seperti Traveloka dan Tiket.com juga mempercepat akses wisatawan terhadap produk pariwisata.



Namun, integrasi antar-elemen ini masih belum merata. Banyak destinasi yang berkembang secara parsial—kuat di promosi, tapi lemah di aksesibilitas. Atau sebaliknya, infrastrukturnya memadai, tapi kurang pengelolaan atraksi dan pengalaman wisata.

Jadi, Indonesia tidak kekurangan potensi. Yang dibutuhkan adalah konsistensi dalam membangun ekosistem yang terintegrasi dan berkeadilan.

Jika seluruh elemen dapat bergerak dalam satu irama, pariwisata bukan hanya akan menjadi sektor andalan, tetapi juga fondasi ekonomi yang tangguh dan berkelanjutan.

Pertanyaannya bukan lagi “apakah kita punya potensi?”, melainkan “seberapa cepat kita bisa mengelolanya dengan benar?”





Destinasi Ramai, Pajak Tetap Seret

Di tengah riuhnya destinasi wisata yang kian padat, ada satu ironi yang tak banyak terlihat, potensi pajak yang justru bocor. Aktivitas pariwisata meningkat, transaksi terus berputar, tetapi penerimaan negara—terutama dari sektor digital—belum sepenuhnya optimal.

Indikasi kebocoran pendapatan dari platform digital penyedia akomodasi pun mulai mencuat. Jika dibiarkan berlarut, bukan hanya penerimaan negara yang terdampak, melainkan juga keseimbangan ekosistem pariwisata nasional.

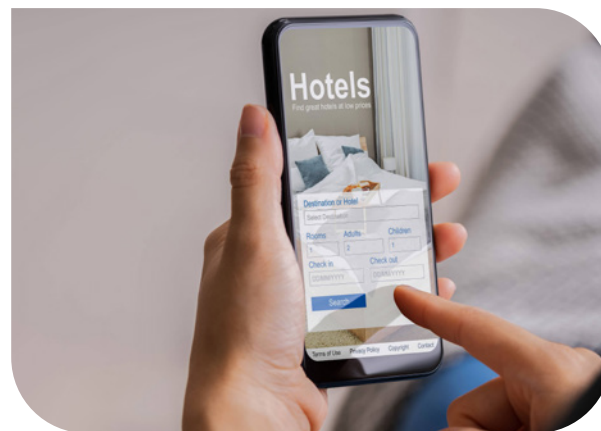
Masalahnya bermula dari satu hal klasik: regulasi yang tertinggal dari laju industri.

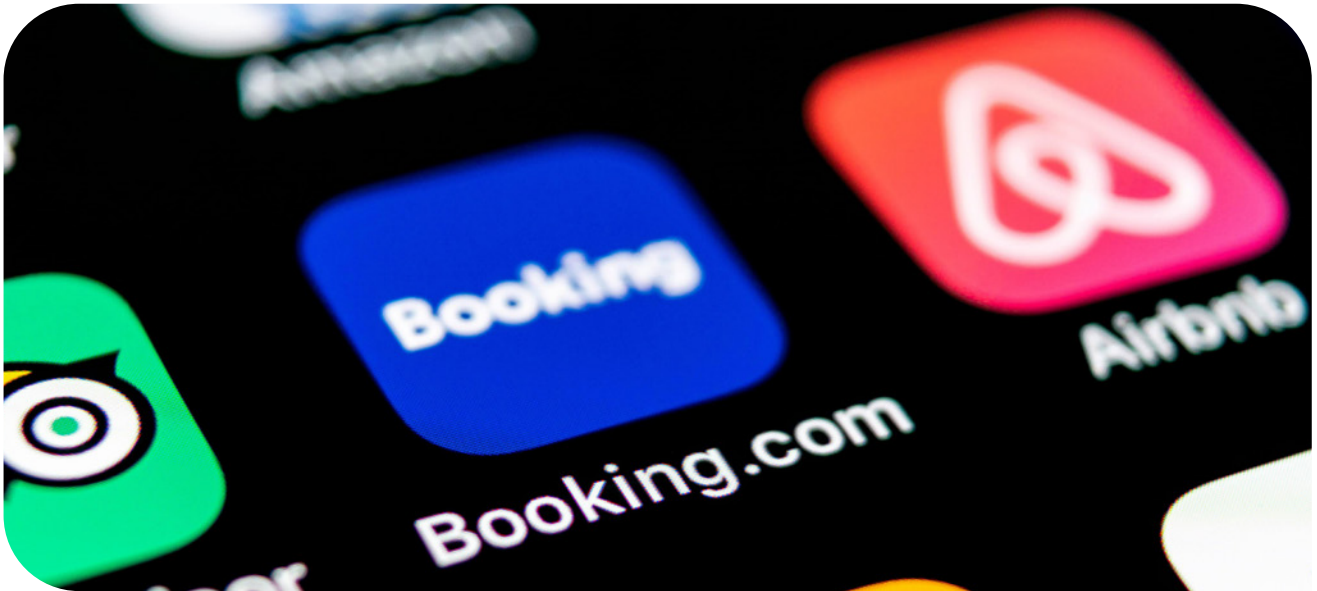
Ekosistem pariwisata Indonesia belum sepenuhnya mampu mengimbangi pesatnya perkembangan teknologi digital. Di satu sisi, inovasi terus melesat. Di sisi

lain, aturan kerap datang terlambat—atau sudah ada, tetapi tak lagi relevan dengan kondisi industri terkini.

Ambil contoh platform *online travel agent* (OTA). Layanan ini sejatinya sudah hadir sejak dua dekade lalu dan menjadi tulang punggung distribusi akomodasi di Indonesia. Namun, baru pada Juli 2020, pemerintah mulai menarik pajak dari transaksi mereka, melalui kebijakan PPN Perdagangan Melalui Sistem Elektronik (PMSE) yang diatur dalam Perpu Nomor 1 Tahun 2020.

Sebelum itu, sistem perpajakan Indonesia masih bertumpu pada kehadiran fisik. Artinya, perusahaan baru dapat dikenakan





pajak secara penuh—baik PPN maupun pajak penghasilan badan—jika memiliki entitas dan kantor di dalam negeri.

Di sinilah celah itu terbuka. Ketika OTA mulai *booming* dan mendominasi pasar sekitar tahun 2015, regulasi yang mengatur justru baru hadir lima hingga enam tahun kemudian. Dalam rentang waktu itulah potensi penerimaan negara diduga menguap dalam jumlah besar—bisa mencapai ratusan miliar hingga triliunan rupiah.

Setelah regulasi diterapkan, penerimaan negara dari PPN PMSE memang menunjukkan angka signifikan. Hingga 28 Februari 2026, nilainya telah mencapai Rp37 triliun. Namun, angka tersebut tidak sepenuhnya berasal dari sektor OTA, melainkan gabungan dari berbagai aktivitas ekonomi digital—mulai dari layanan mesin pencari, platform video, hingga gim daring.

Padahal, potensi pasar OTA sendiri terus membesar. Data IMARC Group menunjukkan, nilai pasar OTA di Indonesia pada 2025 mencapai sekitar US\$8 miliar atau setara Rp136 triliun. Angka ini

diproyeksikan melonjak menjadi US\$17 miliar atau sekitar Rp289 triliun pada 2034.

Sharing Economy

Di tengah pertumbuhan tersebut, lanskap industri kembali berubah.

Alih-alih melambat, sektor akomodasi digital justru semakin berkembang dengan munculnya model berbasis *sharing economy*. Salah satu yang paling menonjol adalah Airbnb.

Platform ini menawarkan sesuatu yang berbeda: harga lebih fleksibel, pilihan properti lebih beragam, dan jangkauan yang menembus hingga pelosok. Tidak hanya hotel berbintang, kini siapa pun dapat menjadi penyedia akomodasi—cukup dengan memiliki kamar kosong, rumah, apartemen, atau vila yang tidak terpakai.

Fenomena ini membuka peluang baru, sekaligus memunculkan tantangan baru.

Di satu sisi, konsumen diuntungkan karena memiliki lebih banyak pilihan dengan harga yang kompetitif. Namun, di sisi lain,

muncul persoalan serius terkait legalitas dan kontribusi terhadap pajak daerah.

Keresahan ini mulai dirasakan para pelaku industri. Di sejumlah destinasi populer seperti Bali, Yogyakarta, Bandung, hingga kawasan Puncak Bogor, akomodasi yang diduga ilegal kian marak ditawarkan melalui platform digital.

Kadri Mohammad, pengamat hukum properti dan pariwisata, menilai fenomena ini memang memberi keuntungan bagi konsumen. Namun, ada konsekuensi yang tak bisa diabaikan.

“Jika mereka tidak tersentuh pajak, itu akan menggerus pelaku usaha lokal yang beroperasi secara legal,” ujarnya.

Hal serupa disampaikan Wakil Ketua Umum Bidang Organisasi PHRI, Yuno Abeta Lahay. Ia mengaku telah menyampaikan keresahan industri kepada Kementerian



Pariwisata. Jika dibiarkan, ketimpangan ini berpotensi merusak ekosistem pariwisata nasional.

Persoalannya bukan sekadar persaingan usaha, tetapi juga aliran pajak.

PPN PMSE yang dipungut platform digital memang disetorkan ke pemerintah pusat. Sementara itu, pajak hotel menjadi sumber pendapatan asli daerah. Ketika akomodasi tidak memiliki izin, maka praktis tidak ada kontribusi pajak yang masuk ke kas daerah.

Raushan Aljufri, pengamat hukum properti, mengakui bahwa hingga kini belum ada kerangka yang jelas untuk menarik pajak daerah dari aktivitas yang terjadi di platform digital.

“Platformnya dikenakan pajak, tapi masuk ke pusat. Untuk pajak daerah, setahu saya belum ada mekanismenya,” ujarnya.

Memperbaiki Ekosistem

Lalu, bagaimana memperbaiki kondisi ini?

Salah satu usulan yang mengemuka adalah mewajibkan setiap properti yang terdaftar di platform digital untuk melampirkan izin usaha secara lengkap. Jika tidak, properti tersebut seharusnya diturunkan dari platform.

Namun, langkah ini tidak mudah diterapkan. Sebagian besar platform digital bukanlah entitas lokal. Mereka tidak berbadan hukum di Indonesia sehingga tidak sepenuhnya tunduk pada regulasi domestik. Pemerintah memang memiliki opsi pemblokiran jika terjadi pelanggaran, tetapi pendekatan ini bukan solusi jangka panjang. Raushan mencontohkan praktik di negara lain, seperti New York. Di sana, penyewaan properti jangka pendek—kurang dari 30 hari—dilarang kecuali properti tersebut memiliki izin sebagai hotel. Selain itu, pemilik properti wajib

mengunggah dokumen perizinan ke platform sebelum dapat beroperasi.

Sistem ini dapat berjalan karena didukung basis data yang terintegrasi dan ekosistem digital yang matang. Proses verifikasi dilakukan secara otomatis melalui sistem, bukan manual.

Indonesia, sayangnya, belum sampai pada tahap itu. “Di sini belum terintegrasi. Tidak mungkin platform memeriksa satu per satu secara manual,” kata Raushan.

Meski demikian, perkembangan teknologi digital adalah keniscayaan. Menurut Kadri, yang dibutuhkan saat ini bukanlah membatasi, melainkan mengatur—menciptakan kerangka yang membuat seluruh pelaku usaha, termasuk platform global, patuh pada aturan yang berlaku di Indonesia.

Tanpa itu, risikonya jelas: ekosistem industri bisa timpang, persaingan menjadi tidak sehat, dan potensi penerimaan negara—baik pusat maupun daerah—terus menguap.





AIME

ASIA PACIFIC
INCENTIVES AND
MEETINGS EVENT

Where the
business events
world meets
in Asia Pacific

MELBOURNE

9-11 FEBRUARY 2026



+4,500
VISITORS

+20,000
MEETINGS

+700
HOSTED BUYERS



NEED A FRESH IDEA?

LET US **THINK** FOR YOU



OUR SERVICE:

MAGAZINE
NEWSLETTER

BOOKLET

CREATIVE ADS

LEAFLET

BROCHURE

INTERACTIVE DIGITAL MAGAZINE

PDF INTERACTIVE

E-PAPER

WEB DEVELOPMENT

PHOTOGRAPHY

VIDEO PUBLICATION

MEDIA PROMOTION

ETC

VENUE

jalan johar no. 9, menteng jakarta pusat, 10350 .

web: www.venuemagz.com **mail:** publishing@venuemagz.com . p. 021-3107117 f. 021-3903848 .

direct contact: Rossi - rossi@venuemagz.com | Dhany - dhany@venuemagz.com | Ayu - Ayu@venuemagz.com