

*Wawasan Pasar Katalis*

# Berinvestasi pada Pemulihan Pariwisata Indonesia

---

Januari 2023



# Daftar Isi

---

Metodologi	02
Ringkasan Singkat	03
Industri pariwisata Indonesia dan hubungan perdagangan bilateral	04
Tren pekerjaan	07
Permintaan keterampilan di hotel dan akomodasi	09
Permintaan keterampilan di restoran	11
Pariwisata sebagai industri penting bagi pertumbuhan yang inklusif di Indonesia	12
Peluang bagi TVET Australia	14
Kesimpulan Utama	16

## Pernyataan Resmi

---

Laporan ini disusun oleh Katalis bekerja sama dengan:



**PROSPERA**  
Australia Indonesia Partnership  
for Economic Development



EQUITY ECONOMICS

IA-CEPA ECP Katalis (Katalis) adalah program pengembangan perdagangan dan investasi unik selama lima tahun (2020-2025) yang didukung pemerintah untuk membuka potensi besar kemitraan ekonomi antara Indonesia dan Australia.

## Metodologi

---

Wawasan Pasar ini dibuat berdasarkan beberapa sumber data eksklusif termasuk data iklan pekerjaan real-time dari Indonesia yang dikembangkan oleh Unit Analisis Data Prospera (Program Kerjasama Indonesia Australia untuk Perekonomian). Katalis bekerja sama dengan Equity Economics mengadakan survei terhadap penyedia TVET Australia pada Mei 2022. Katalis juga mengadakan serangkaian wawancara terfokus dengan para penyedia TVET Australia dan pemberi kerja Indonesia.

# Ringkasan Singkat

**Pariwisata merupakan sektor ekonomi utama pengikat Australia dan Indonesia.** Sebelum pandemi COVID-19, sektor ini adalah penyumbang ekspor terbesar Indonesia ke Australia dengan pendapatan tahunan hampir AUD 4 miliar. Pada tahun 2019, pariwisata menyumbang sekitar 4 persen terhadap PDB Indonesia.<sup>1</sup> Industri ini sangat terdampak oleh COVID-19 karena pembatasan perjalanan yang mengakibatkan pemutusan hubungan kerja yang parah. Saat Indonesia dan Australia berhasil pulih dari pandemi, sektor pariwisata kembali menghadirkan peluang besar bagi peningkatan perdagangan dan investasi bilateral kedua negara.

**Saat pariwisata pulih, pengusaha Indonesia menemukan adanya kesenjangan keterampilan yang besar di sektor ini.** Pengusaha Indonesia yang ingin merekrut staf terampil menemukan bahwa banyak pekerja pariwisata yang diberhentikan selama pandemi telah benar-benar meninggalkan industri ini. Namun, pekerjaan di sektor pariwisata dengan cepat muncul kembali, dan industri ini harus membangun kembali pangkalan talentanya.

**Dalam 12 bulan sejak Oktober 2021 hingga September 2022, hampir 40.000 pekerjaan baru diiklankan di sektor akomodasi dan makanan Indonesia.** Pekerjaan yang paling banyak diiklankan meliputi, petugas resepsionis, manajer penjualan, manajer tugas, bartender dan koki, barista, kru, juru masak, pramusaji, dan kasir. Semua peran tersebut berhubungan dengan Pendidikan dan Pelatihan Teknis serta Kejuruan (TVET).

**Keterampilan yang paling dicari dalam sektor pariwisata Indonesia membutuhkan pelatihan komunikasi, penjualan, layanan pelanggan, keterampilan kuliner, analitik, administrasi, Bahasa Inggris, kerja tim, kepemimpinan, pemasaran, dan penanganan makanan dan minuman.** TVET Australia ada di posisi terbaik untuk memenuhi kebutuhan keterampilan dan pelatihan ini.

**Tekanan tenaga kerja pariwisata Indonesia berdampak pada upah dimana rata-rata gaji awal yang ditawarkan untuk pekerjaan terkait pariwisata meningkat selama periode Oktober 2021 hingga September 2022.** Pengusaha bersedia membayar lebih untuk mempekerjakan staf terampil yang mereka butuhkan untuk mendukung pemulihan industri pariwisata.

**Industri TVET Australia beradaptasi untuk mendukung**

**pemulihan industri pariwisata Indonesia.** Pandemi telah mempengaruhi cara pelajar Indonesia belajar di institusi Australia. Mereka beralih dari studi yang relatif mahal di Australia ke model pembelajaran lainnya. Pada tahun 2021, sekitar sepertiga pelajar Indonesia yang terdaftar di institusi Australia tidak berada di Australia. Tren ini menciptakan peluang untuk model pelatihan jarak jauh yang lebih hemat biaya dan fleksibel untuk membantu mengatasi peningkatan permintaan akan pelatihan keterampilan di Indonesia.

**Survei Katalis terkini terhadap penyedia TVET menemukan bahwa 87 persen responden memiliki kursus yang cocok untuk diadakan di luar negeri, termasuk beberapa kursus yang sudah siap dijalankan dan kursus lainnya yang dapat diadaptasi ke audiens Indonesia dalam waktu 1-24 bulan.** Sebanyak 77 persen responden memiliki kursus yang sesuai dengan kebutuhan pariwisata dengan 58 persen memiliki penawaran khusus untuk pariwisata, 42 persen untuk penjualan dan pemasaran, dan 25 persen untuk kursus komunikasi digital.

**Penyedia TVET Australia harus memanfaatkan peluang sekarang. Para operator pariwisata mencari model pelatihan inovatif karena mereka ingin membangun kembali posisi pasar mereka di sektor yang sedang pulih ini.** Lembaga TVET Australia dapat membangun hubungan serta program pelatihan dan percontohan karena industri perhotelan Indonesia ingin berinvestasi dalam membangun kembali saluran bakat mereka.

**Penyedia TVET Australia perlu membuat model pelatihan yang realistis dengan harga yang sesuai dengan pasar.** Sensitivitas harga kemungkinan akan tetap menjadi tantangan terkait pelatihan di sektor perhotelan. Penyedia TVET perlu mengadopsi strategi untuk menangani hal ini, termasuk pendekatan volume besar dan lebih memanfaatkan pekerja lokal. Saat pelajar Indonesia beradaptasi dengan studi jarak jauh, penyedia TVET Australia berada di posisi yang tepat untuk mengembangkan dan memberikan pilihan studi jarak jauh dan gabungan guna memaksimalkan kesempatan pelatihan sekaligus memenuhi kebutuhan industri dan tenaga kerja Indonesia.

1 Badan Pusat Statistik/Statistics Indonesia (BPS) <https://www.bps.go.id/indicator/16/1188/1/proportion-of-tourism-contribution-to-gdp.html>

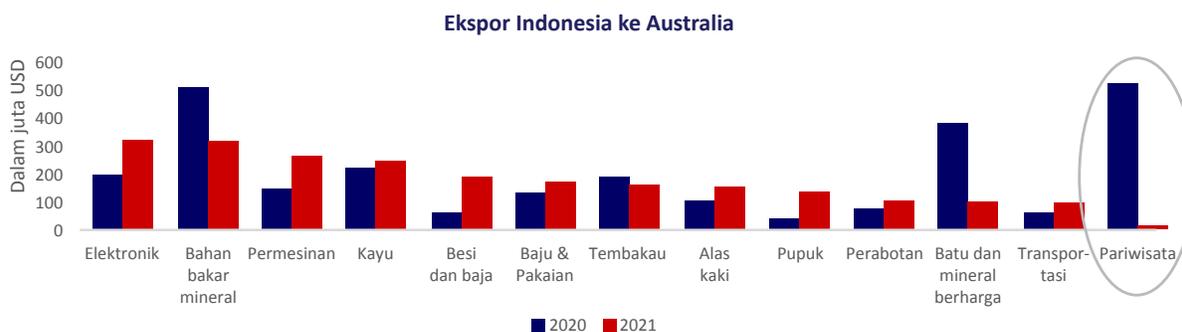
# Industri pariwisata Indonesia dan hubungan perdagangan bilateral

## Pariwisata dan pendidikan merupakan bagian utama dari hubungan perdagangan antara Australia dan Indonesia.

Sebelum pandemi, pariwisata merupakan ekspor utama Indonesia ke Australia dimana jumlah warga Australia yang mengunjungi Indonesia pada 2019 mencapai 1,4 juta orang. Namun, pada 2020, jumlah wisatawan Australia turun menjadi 256.000 dan turun lebih jauh lagi pada 2021, menjadi hanya 3.200 sebelum kembali naik sedikit di bawah 500.000 wisatawan pada Oktober 2022. Demikian pula, sebelum pandemi, pendidikan merupakan salah satu ekspor utama Australia ke Indonesia dengan 22.640 pendaftaran siswa selama Januari-Desember 2019, namun pada tahun 2021, angka ini turun menjadi 19.560 diikuti sedikit pemulihan jumlah pada tahun 2022.



Sumber: Trade Map and Australian Bureau of Statistics (ABS)



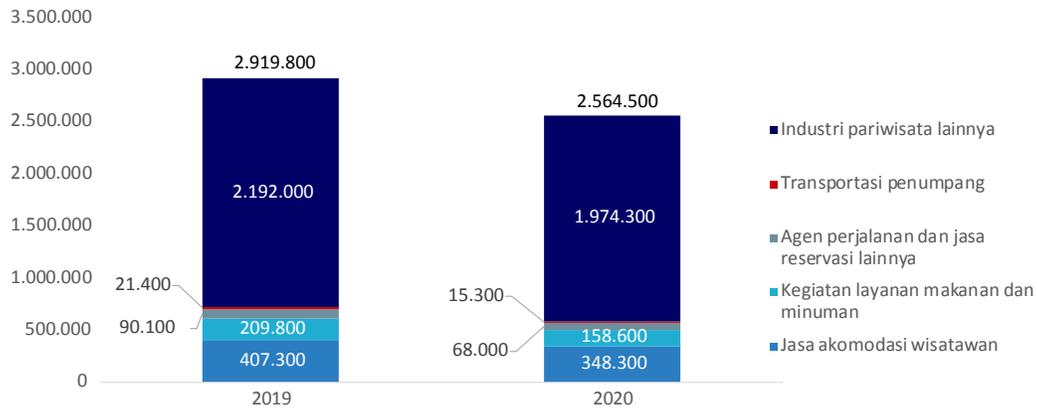
Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS)

**Industri pariwisata merupakan sumber pekerjaan penting di Indonesia bagi perusahaan besar, usaha kecil dan menengah, serta kontraktor independen.** Menurut Organisasi Pariwisata Dunia PBB (UNWTO)<sup>2</sup> pada tahun 2019 sebelum pandemi COVID-19, ada 2,9 juta orang yang bekerja di bidang pariwisata di Indonesia yang mencakup 407.300 pekerja di akomodasi dan 209.800 pekerja di kegiatan jasa makanan dan minuman terkait pariwisata. Kedua sektor ini merupakan sumber lapangan kerja terbesar di industri pariwisata.

**Pada tahun 2020, industri pariwisata sangat terpengaruh, tingkat hunian kamar hotel juga menurun drastis.** Bali merupakan destinasi wisata yang sangat terpuak dengan penurunan tingkat hunian kamar menjadi hanya 2 persen pada Mei 2020. Selama periode ini, angka UNWTO menunjukkan jumlah karyawan hotel berkurang 59.000 dan jumlah makanan dan minuman terkait pariwisata menjadi sebesar 51.000.

<sup>2</sup> <https://www.unwto.org/tourism-statistics/key-tourism-statistics>

### Jumlah pekerja di industri pariwisata Indonesia, 2019-2020

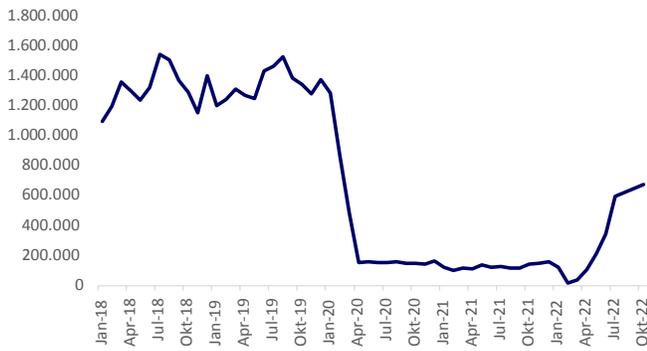


Sumber: UN World Tourism Organisation

### Angka pariwisata Indonesia mulai pulih. Permintaan akan jasa pariwisata kembali muncul di Indonesia, ini dipermudah dengan dibukanya kembali opsi visa kunjungan saat kedatangan (visa on arrival) pada tahun 2022.

Pada Oktober 2022, jumlah pengunjung luar negeri bulanan telah kembali ke 50 persen dari jumlah pengunjung sebelum pandemi selama tahun 2018-2019. Pada saat yang sama, tingkat hunian kamar hotel telah pulih lebih cepat daripada jumlah pengunjung dari luar negeri. Tingkat hunian hotel di Bali juga telah pulih hingga 77 persen dari sebelum pandemi, dan tingkat hunian hotel di Indonesia secara keseluruhan hampir sepenuhnya pulih. Dengan industri perhotelan yang mempekerjakan antara 0,6 dan 1,5 pekerja per kamar<sup>3</sup>, kenaikan jumlah wisatawan akan mendorong pemulihan pekerjaan di sektor akomodasi.

Jumlah wisatawan asing per bulan, 2018-2022



Sumber: BPS

Tingkat hunian kamar, 2018-2022

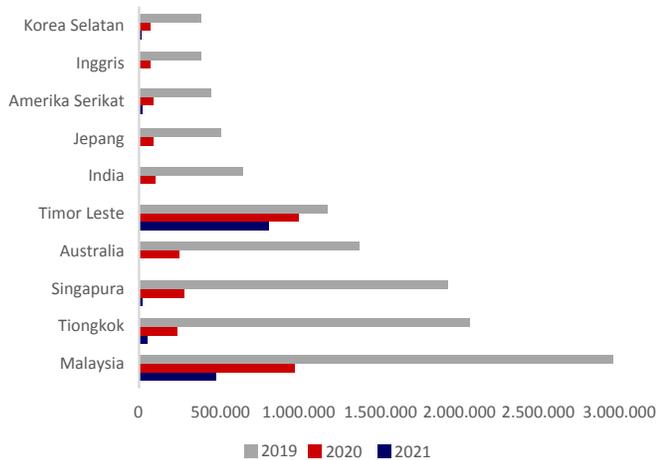


Sumber: BPS

**Pandemi juga mempengaruhi negara asal wisatawan yang mengunjungi Indonesia, setidaknya untuk saat ini, dan wisatawan yang berlibur di Indonesia lebih cenderung berasal dari Indonesia sendiri.** Sebelum pandemi COVID-19, Australia adalah salah satu dari lima negara teratas yang mengunjungi Indonesia, bersama dengan wisatawan dari Malaysia, Tiongkok, Singapura, dan Timor Leste. Selama pandemi, industri pariwisata Indonesia kembali fokus untuk mendorong pariwisata domestik, juga mendorong kenaikan jumlah pengunjung dari Malaysia dan Timor Leste. Wisatawan domestik memiliki pola perjalanan dan pengeluaran yang berbeda. Misalnya, tamu domestik memiliki rata-rata masa inap hotel selama 1,6 hari di hotel tertentu dibandingkan dengan rata-rata sekitar 2,9 hari untuk tamu asing. Penyedia jasa pariwisata Indonesia sekarang perlu menyeimbangkan kedatangan wisatawan internasional dengan terus memperhatikan segmen wisatawan domestik yang baru.

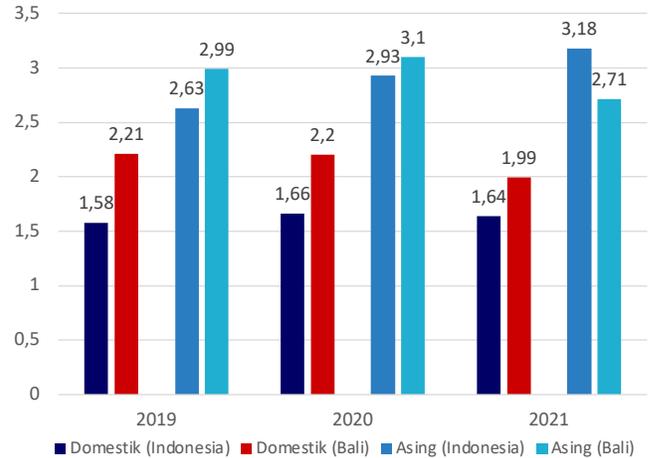
3 BPS: <https://www.bps.go.id/statistictable/2009/04/06/1373/jumlah-akomodasi-rata-rata-pekerja-dan-jumlah-tamu-per-hari-menurut-provinsi-2009-2018-hotel-bintang-.html>

### Wisatawan yang mengunjungi Indonesia berdasarkan negara



Sumber: BPS

### Rata-rata durasi menginap di hotel tertentu

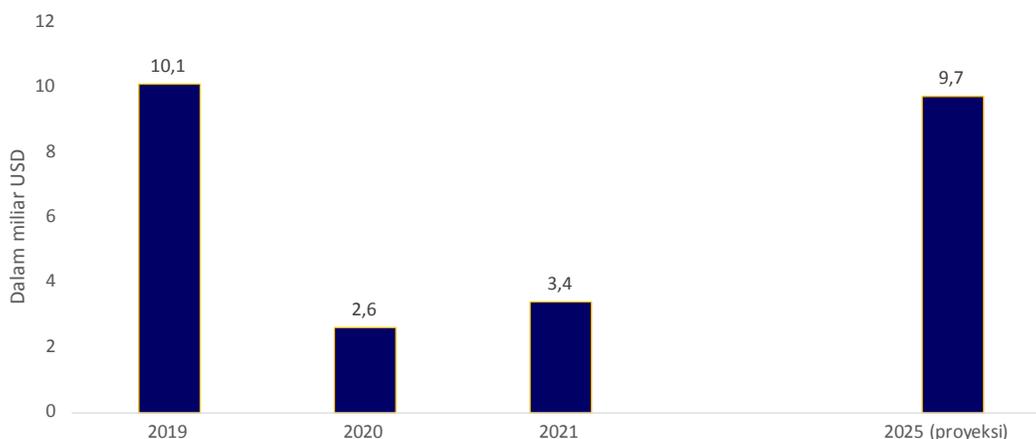


Sumber: BPS

**Harapan wisatawan dan sifat pariwisata Indonesia yang berubah menjadi indikasi awal. Wisatawan sekarang memiliki ekspektasi yang lebih tinggi dalam hal kebersihan dan kesehatan seiring dengan ketersediaan akses yang lebih besar ke layanan digital.<sup>4</sup>** Demikian pula, untuk meningkatkan kembali jumlah wisatawan, termasuk wisatawan lama yang bekerja dari jarak jauh, Pemerintah Indonesia memperkenalkan jenis visa baru, termasuk visa “Pengembara Digital” (Digital Nomad). Ada juga inisiatif untuk mendorong wisatawan di sub-sektor seperti, pariwisata kesehatan dan medis.

**Jasa perjalanan digital sedang meningkat.** Sebelum pandemi COVID-19, sektor pemesanan perjalanan daring bernilai USD 10 miliar, namun jumlah tersebut mengalami penurunan yang signifikan selama pandemi. Analisis industri<sup>5</sup> memperkirakan segmen ini akan pulih pada tahun 2025.

### Perjalanan Daring Indonesia, Nilai Kotor Barang Dagangan



Sumber: Bain and Company e-economy SEA 2021

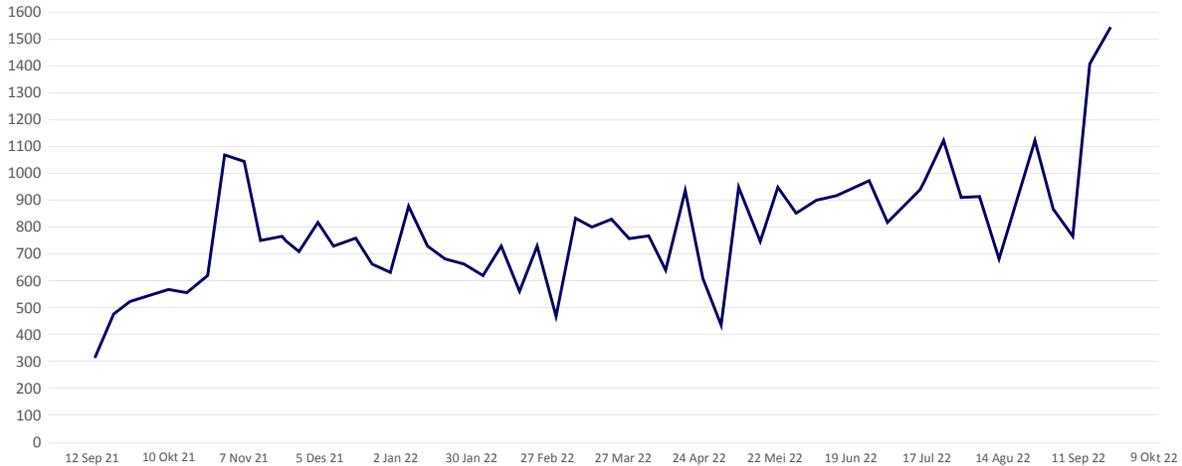
4 <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/rebooting-customer-experience-to-bring-back-the-magic-of-travel>

5 Bain and company, E-economy SEA 2021

# Tren pekerjaan

**Rekrutmen pekerjaan mulai meningkat.** Jumlah lowongan yang diiklankan di sektor akomodasi dan makanan di Indonesia terus bertambah, dengan lebih dari 39.000 lowongan baru diiklankan selama 12 bulan terakhir. Ada 80 persen lowongan kerja di restoran (termasuk jaringan restoran), sedangkan 20 persen lowongan lainnya berada di sektor akomodasi.

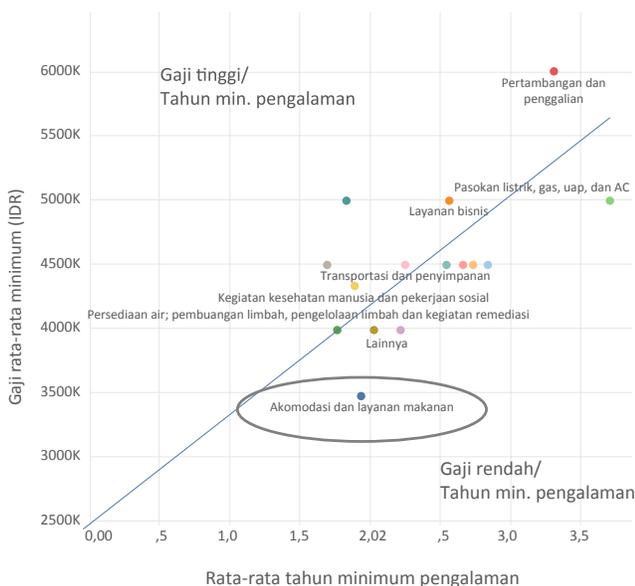
**Iklan lowongan kerja baru di sektor Makanan dan Akomodasi, Oktober 2021- September 2022**



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

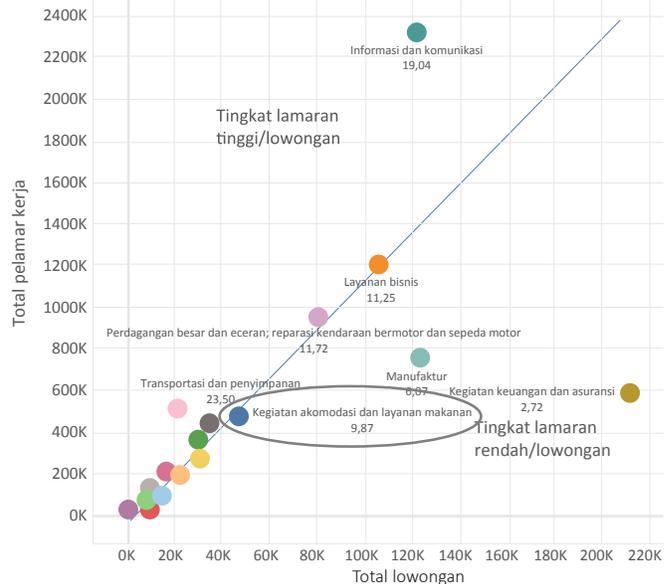
**Selama 12 bulan terakhir, sektor akomodasi dan makanan membayar gaji lebih rendah dari rata-rata terutama yang terkait dengan persyaratan pengalaman kerja.** Selama periode yang sama, tingkat lamaran dan lowongan kerja tidak terlalu tinggi atau rendah dibandingkan dengan industri lain.

**Gaji dan Pengalaman Minimum, Oktober 2021-September 2022**



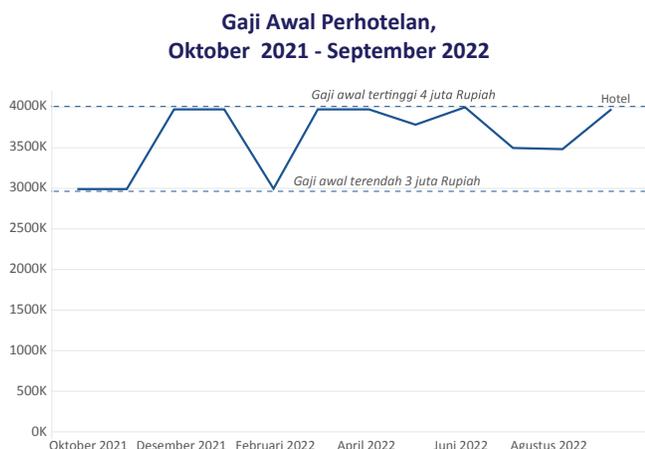
Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

**Lamaran per lowongan, Oktober 2021- September 2022**



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

Namun, rata-rata gaji awal yang disebutkan dalam lowongan kerja untuk staf restoran atau jaringan restoran mengalami kenaikan selama periode Oktober 2021 – September 2022 yang mencapai empat juta rupiah per bulan. Sementara gaji awal rata-rata staf hotel sebesar tiga – empat juta rupiah.



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

**Keterampilan yang paling banyak dicari** yang diiklankan dalam lowongan kerja selama kurun 12 bulan terakhir di sektor akomodasi dan restoran mencakup keterampilan berkomunikasi, penjualan, kerja tim, layanan pelanggan, kepemimpinan, dan kuliner.

**Peran dan keterampilan paling banyak dicari dan rekruter teratas di sektor makanan dan akomodasi, Oktober 2021 - September 2022**

	Jumlah peran	Peran paling dicari	Keterampilan paling dicari	Rekruter teratas
<b>Hotel</b>	8127	Petugas resepsionis Sales Eksekutif Manajer Pelaksana Manajer penjualan Bartender <i>Chef de Partie</i> (koordinator) Koki Eksekutif/pimpinan Manajer <i>Front office</i> Koki Staf pembenahan/urusan kamar	Komunikasi Penjualan Layanan pelanggan Kuliner Analitik Administrasi Bahasa Inggris Operasional penjualan Pengembangan bisnis Keramahtamahan	Marriott International Bobobox Hotel Novotel Mangga Dua Hotel Santika Hotel Mandarin Oriental Hotel Mercure Wisma Nusantara International Commeasure Solutions Indonesia Nurtirta Nusa Lestari Ibis Styles
<b>Restoran/Jaringan restoran</b>	31184	Barista Kru Outlet Koki Pembantu Koki Pramusaji Kasir Kru dapur Marketing Baker Pemasaran Digital	Komunikasi <i>Microsoft Office</i> Kerjasama tim Kepemimpinan <i>Microsoft Excel</i> Administrasi Marketing Pemasaran Media Sosial Makanan dan Minuman Analitikal	Dom Pizza Indonesia Ismaya Group Petra Sejahtera Abadi Boga Group Eka Boga Inti Rekso Nasional Food Kopi Kenangan Multirasa Nusantara Sumber Natura Indonesia Griya Miesejati

Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

# Permintaan keterampilan di hotel dan akomodasi

**Pekerjaan di hotel kembali muncul dan meningkat pesat.** Ada total 8.127 pekerjaan baru untuk hotel yang diiklankan selama bulan Oktober 2021 – September 2022 dengan pertumbuhan tajam (150 persen) dalam pertumbuhan angka iklan antara semester pertama dan kedua selama periode tersebut. Pekerjaan di industri hotel lebih terkonsentrasi daripada di industri restoran. Sebanyak 10 pemberi kerja teratas bertanggung jawab atas 40 persen dari semua pekerjaan baru. Grup hotel internasional Marriott International, yang mengoperasikan merek hotel di segmen mewah, premium, pilihan, dan menginap jangka panjang, telah mengiklankan 1.791 posisi baru sejak April 2022 yang merupakan 21 persen dari semua posisi pekerjaan baru selama 2021-2022. Keterampilan yang paling banyak diminta mencakup komunikasi, penjualan, layanan pelanggan, keterampilan kuliner, analitik, administrasi, Bahasa Inggris, dan perhotelan.



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

10 Pemberi Kerja Teratas - Oktober 2021- September 2022	Jumlah pekerjaan
Marriott International	1.791
Bobox Mitra	319
Novotel	210
Hotel Santika	191
Hotel Mandarin Oriental	164
Hotel Mercure	158
Wisma Nusantara International	126
Commeasure Solutions Indonesia	121
Nusa Lestari	99
Ibis Styles	94

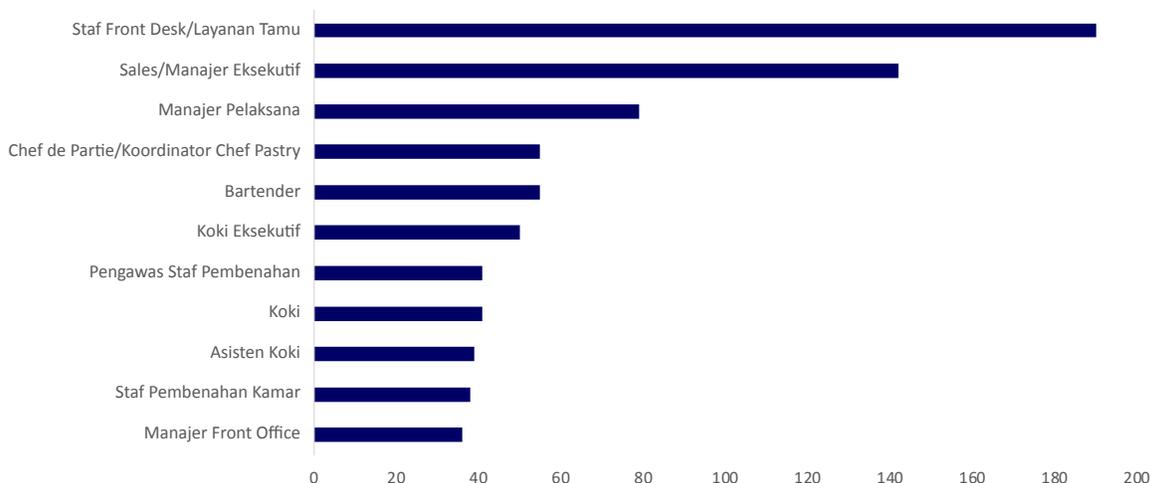
Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

**Hasil wawancara yang dilakukan dengan pemberi kerja mengungkapkan bahwa pandemi COVID-19 secara mendasar telah mengubah cara hotel besar mengelola kegiatan operasional mereka yang diikuti dengan ekspektasi baru dari para staf.** Ada kenaikan permintaan untuk pengembangan keterampilan umum, misalnya, petugas resepsionis juga harus dapat berperan sebagai pramutamu dan operator telepon, sedangkan di masa lalu biasanya ada staf terpisah untuk peran ini.

**Pemberi kerja menyatakan perlunya memastikan lulusan dari lembaga pelatihan kejuruan benar-benar siap kerja,** memiliki keterampilan Bahasa Inggris fungsional untuk manajer tingkat menengah hingga senior, serta memiliki kompetensi manajemen dan kepemimpinan yang sesuai. Selain itu, ketika industri pariwisata kembali bangkit, dunia usaha di industri ini lebih menekankan pentingnya keterampilan penjualan dan pemasaran yang unggul.

**Anggaran pelatihan hotel bervariasi menurut segmen,** dan anggaran meningkat berdasarkan segmen hotel (misalnya hotel keluarga, premium, atau mewah). Anggaran rata-rata untuk pelatihan adalah sekitar USD 200-400 per staf per tahun untuk staf barisan depan. Perusahaan berbasis teknologi seperti agen perjalanan daring mungkin memiliki anggaran lebih besar hingga USD 500 per staf per tahun.

### 10 Peran Teratas, Oktober 2021-September 2022



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

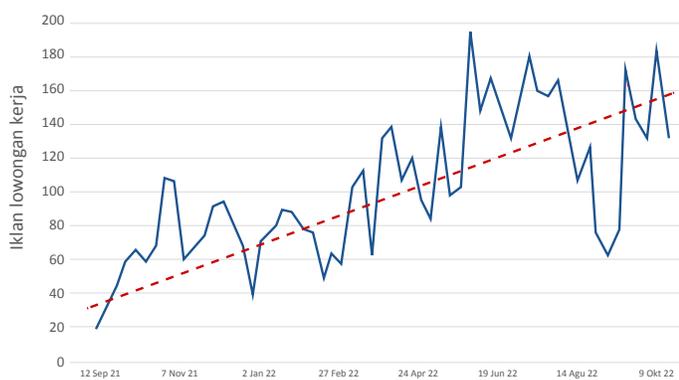
Sebagian besar pekerjaan yang diiklankan berlokasi di Jawa, dimana pemulihan dari pandemi di Jawa berlanjut sepanjang tahun 2022. Sementara 20,7 persen dari pekerjaan yang baru diiklankan berlokasi di Bali/NTT, dengan pertumbuhan yang signifikan sejak Maret 2022 sejalan dengan peningkatan tingkat hunian.

### Iklan lowongan kerja selama Oktober 2021-September 2022 untuk Perhotelan

Daerah	% Peran
Jawa	66,4
Sumatra	9,5
Bali/NTT	20,7
Kalimantan	1,6
Sulawesi	1,6
Papua	0,1

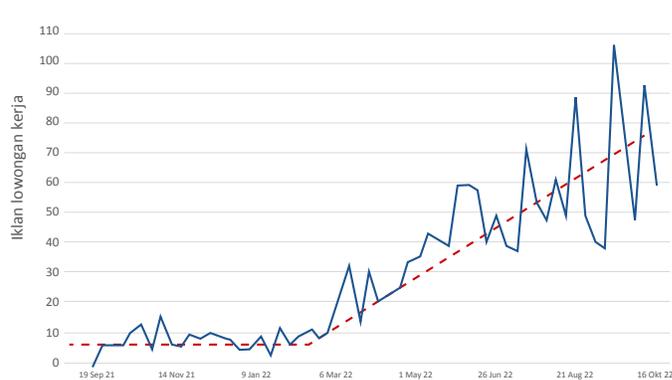
Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

### Iklan pekerjaan baru untuk perhotelan, Oktober 2021- September 2022 JAWA



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

### Iklan pekerjaan baru untuk perhotelan, Oktober 2021- September 2022 BALI/NTT

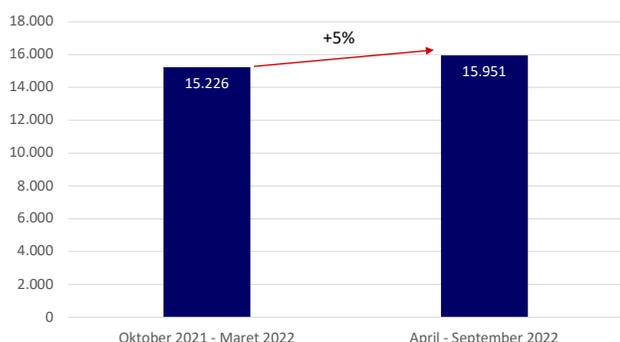


Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

# Permintaan keterampilan di restoran

Secara keseluruhan, ada **31.184** lowongan pekerjaan diiklankan oleh restoran dan jaringan restoran antara **Oktober 2021 dan September 2022**. Jumlah iklan lowongan pekerjaan meningkat sebesar lima persen antara Oktober 2021-Maret 2022 dan April 2022-September 2022. Pemberi kerja di sektor ini sangat beragam. Jaringan pemberi kerja terbesar (Dominos Pizza) merekrut pekerja lebih dari satu persen pada semua peran. Keterampilan yang paling dibutuhkan di sektor restoran mencakup komunikasi, kerja sama tim, administrasi dan kepemimpinan, pemasaran serta keterampilan terkait makanan dan minuman.

Iklan lowongan kerja untuk Restoran/Jaringan Restoran, Oktober 2021-September 2022



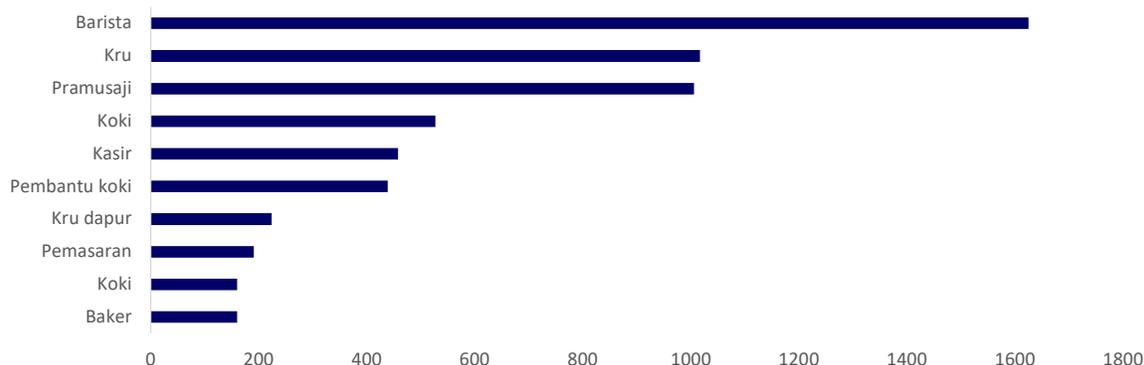
Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

10 Pemberi Kerja Teratas, Oktober 2021- September 2022	Jumlah pekerjaan
Dom Pizza Indonesia	310
Ismaya Group	309
Petra Sejahtera Abadi	295
Boga Group	275
Eka Boga Inti (HokBen)	238
Rekso Nasional Food (McDonald's)	227
Kopi Kenangan	205
Multirasa Nusantara (Yoshinoya)	189
Sumber Natural Indonesia	164
Griya Miesejati (Bakmi GM)	164

Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

Barista adalah peran yang paling sering diiklankan, diikuti oleh kru, pramusaji, juru masak, kasir, dan staf pemasaran digital.

10 Pekerjaan Teratas di Restoran/Jaringan Restoran, Oktober 2021-September 2022



Sumber: Prospera Labour Market Dashboard

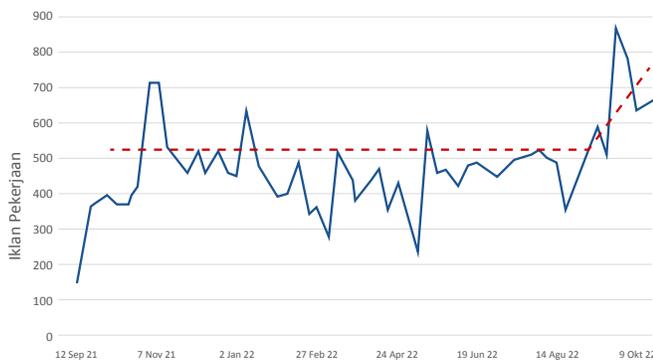
Dari berbagai daerah pariwisata terbaik di Indonesia, angka perekrutan di Jawa sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar permintaan untuk pekerja restoran dan jaringan restoran didorong oleh kebutuhan domestik dan bisnis. Namun, selama enam bulan terakhir, perekrutan di Bali dan NTT mulai meningkat karena pulihnya jumlah wisatawan asing.

**Iklan lowongan kerja, Oktober 2021-September 2022  
Restoran/Jaringan Restoran**

Daerah	% Peran
Jawa	82,3
Sumatra	8,8
Bali/NTT	4,2
Kalimantan	3,1
Sulawesi	1,7
Papua	0,2

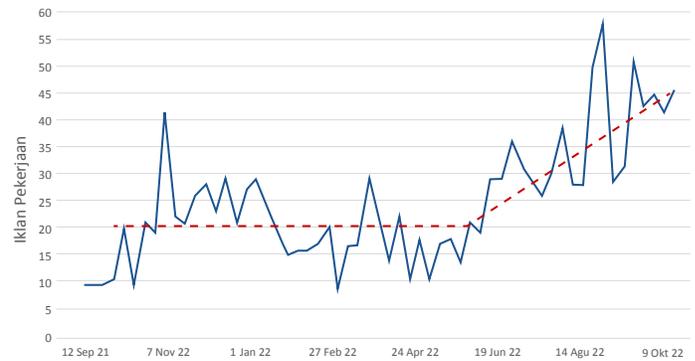
*Sumber: Prospera Labour Market Dashboard*

**Iklan lowongan kerja di Restoran/Jaringan Restoran,  
Oktober 2021- September 2022  
JAWA**



*Sumber: Prospera Labour Market Dashboard*

**Iklan lowongan kerja di Restoran/Jaringan Restoran,  
Oktober 2021- September 2022  
BALI/NTT**



*Sumber: Prospera Labour Market Dashboard*

# Pariwisata sebagai industri penting terhadap pertumbuhan inklusif di Indonesia

**Industri pariwisata merupakan sektor penting penyumbang pemberi kerja perempuan**, dimana 60 persen dari semua pekerja di sektor pariwisata adalah perempuan. Berkurangnya tenaga kerja pariwisata membawa dampak yang tidak setara pada perempuan. Selain itu, rata-rata perempuan dalam industri pariwisata berpenghasilan lebih rendah daripada laki-laki, sehingga ini memperburuk dampak ekonomi dari pengurangan tersebut. Oleh karena itu, penting untuk membangun kembali tenaga kerja pariwisata Indonesia, termasuk melalui kesempatan pelatihan, dalam rangka mendukung partisipasi ekonomi perempuan dan kesetaraan upah dari waktu ke waktu.

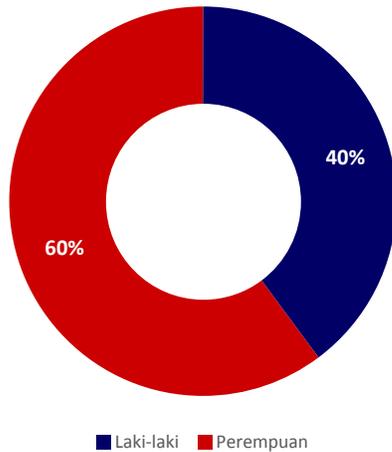
## Pariwisata juga dapat menjadi sumber lapangan kerja yang penting di daerah-daerah terpencil di Indonesia.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat memberi manfaat ekonomi berharga bagi masyarakat yang terpinggirkan dan karena itu, hal ini dipandang penting dari perspektif inklusi sosial.

60% pekerja di sektor pariwisata adalah perempuan

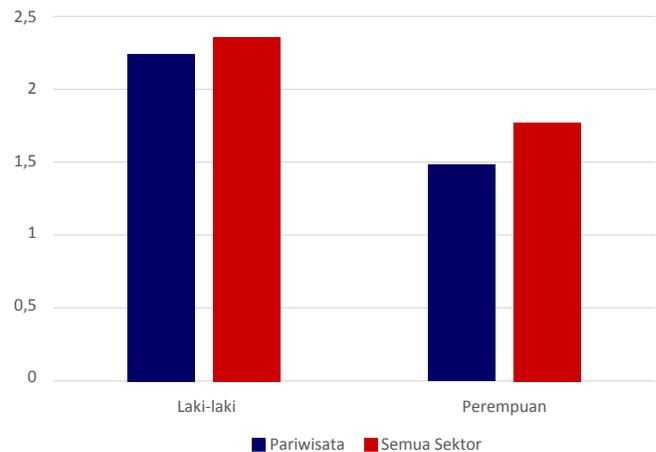
Tetapi penghasilan pekerja perempuan lebih rendah dari laki-laki, dengan tren serupa di seluruh negeri

Persentase Gender di Sektor Pariwisata Indonesia, 2021



\*Pariwisata mencakup akomodasi, makanan dan minuman

Penghasilan bulanan rata-rata (dalam juta rupiah), 2021



Sumber: Data Sakernas Agustus 2021

### Studi Kasus: TanaMori

Katalis mendukung TanaMori, sebuah pengembangan pariwisata utama yang berdekatan dengan Taman Nasional Komodo, untuk menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan yang selaras dengan kriteria destinasi Global Sustainable Tourism Council (GSTC). Fitur utama dari pendekatan ini adalah memastikan bahwa manfaat pariwisata dapat didistribusikan secara luas dengan fokus khusus pada kesetaraan gender, disabilitas dan inklusi sosial (GEDSI) untuk menciptakan keberlanjutan sosial ekonomi.

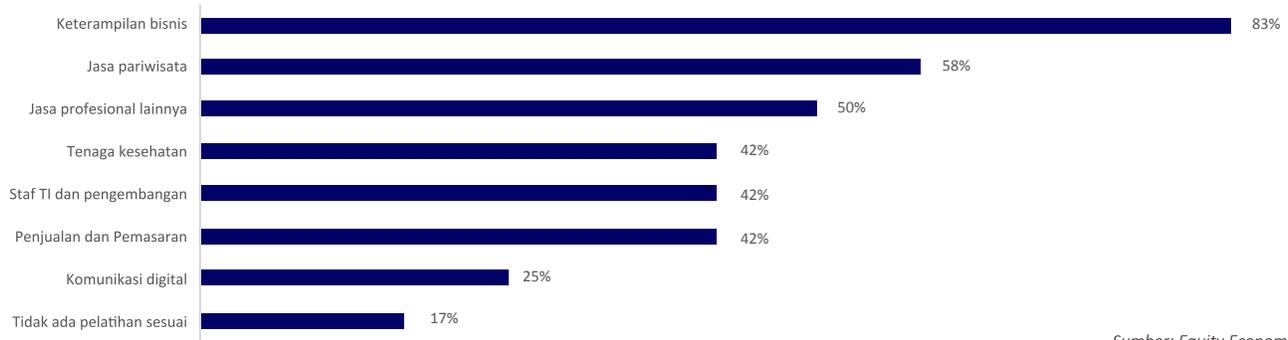
Kriteria GSTC mensyaratkan pemberian manfaat ekonomi lokal dan lapangan kerja, mendukung usaha lokal, meningkatkan kesejahteraan sosial, mengarusutamakan kesetaraan gender, disabilitas dan prinsip inklusi sosial untuk meminimalkan dampak negatif dari pembangunan pariwisata. Kerangka kerjanya memastikan hak diukur secara adil dan dipantau secara teratur serta transparan melalui organisasi pengelolaan destinasi (DMO). Peran DMO adalah menegakkan standar keberlanjutan destinasi dan menyertakan perwakilan dari kelompok advokasi masyarakat.

Komponen utama dari program ini adalah pelatihan bagi para pelaku pariwisata utama dan pemangku kepentingan dalam pariwisata berkelanjutan. DMO akan melakukan analisis kebutuhan pelatihan untuk mengevaluasi sejauh mana pengetahuan lokal diterapkan dan kemudian merancang program pelatihan kesadaran dan peningkatan kapasitas guna mendukung pengembangan lokasi dan pengoperasian tujuan wisata yang sedang berlangsung.



# Peluang bagi TVET Australia

**Survei Katalis terhadap penyedia TVET Australia menemukan bahwa responden yang memiliki pelatihan yang sesuai untuk diberikan luar negeri, 77 persen di antaranya memiliki pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan sektor pariwisata Indonesia.** Sebanyak 58 persen memiliki penawaran khusus yang cocok untuk pariwisata serta pelatihan terkait penjualan, pemasaran, dan komunikasi digital yang lebih umum. Keterampilan-keterampilan ini sangat dibutuhkan di sektor pariwisata Indonesia.

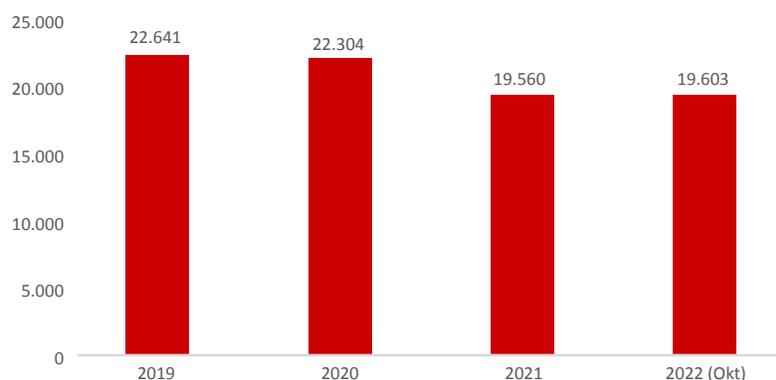


**Pada tahun 2021, hampir sepertiga pelajar Indonesia yang belajar di lembaga Australia tinggal di luar Australia.**

TVET terus menjadi pilihan populer (dengan hampir separuh pelajar Indonesia di Australia belajar di lembaga pelatihan kejuruan), tetapi jumlah pelajar Indonesia di Australia telah menurun selama pandemi. Dalam rangka menghadapi tren ini, lembaga TVET Australia harus mempertimbangkan model baru penyampaian program. Adopsi studi daring yang meluas, yang dipicu oleh pandemi COVID-19, telah menciptakan peluang baru untuk melayani pasar Indonesia. Disrupsi yang dialami industri pariwisata Indonesia bersamaan dengan ekspektasi akan kuatnya kebangkitan kembali sektor ini dalam dua belas bulan ke depan. Sehingga, ini merupakan momen strategis bagi lembaga pendidikan Australia untuk membangun pangsa pasar di Indonesia.

**Karena anggaran pelatihan perhotelan tidak besar,** penyedia TVET perlu memiliki strategi yang disesuaikan dengan industri seperti, model pembelajaran campuran, kemitraan lokal, atau kredensial mikro agar penawaran pelatihan berkelanjutan menasar titik harga yang tepat. Selain itu, penyedia perlu memusatkan perhatian pada area permintaan yang paling banyak dicari secara berkelanjutan. Salah satu model inovatif yang diupayakan Katalis adalah pengembangan Pertukaran Keterampilan Indonesia-Australia secara daring. Kegiatan ini mulai dijalankan pada akhir tahun 2022 dan menyediakan platform bagi penyedia keterampilan/pendidikan Australia untuk menunjukkan kemampuan dan penawaran mereka ke pasar Indonesia, termasuk di bisnis pariwisata dan perhotelan Indonesia.

**Pendaftaran Pelajar Indonesia, Januari-Desember 2019-2022**



Sumber: Departemen Pendidikan Australia, 2022

	Bidang Pelatihan	Sertifikasi yang diakui secara global	Model penyampaian	Total Biaya Pelatihan Internasional (AUD)	Durasi pelatihan
TAFE Queensland	Pariwisata	Tidak	Daring	5.001 - 10.000	6 bulan
	Pariwisata	Tidak	Daring	15.001 - 20.000	12 bulan
TAFE New South Wales	Pariwisata	Tidak	Belajar campuran	1.001 - 2.000	12 bulan
Melbourne Polytechnic	Pariwisata	Ya	Daring	201 - 500	6 bulan
The Gordon	Pariwisata	Ya	Belajar campuran	5.001 - 10.000	6 bulan
Holmsglen Institute	Pariwisata	Ya	Belajar campuran	5.001 - 10.000	12 bulan
Australia Institute of Advanced Studies	Pariwisata	Ya	Belajar campuran	10.001 – 15.000	12 bulan

Sumber: Equity Economics

### Studi Kasus: Traveloka

Katalis bekerja sama dengan Traveloka, salah satu perusahaan teknologi terbesar di Indonesia pada usaha perjalanan dan tiket, untuk memperluas akses ke pelatihan literasi digital. Traveloka akan bermitra dengan penyedia pelatihan Australia untuk mengimplementasikan pelatihan yang akan membekali Traveloka dalam memberikan program pelatihan literasi digital kepada usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berlokasi di 244 desa wisata di seluruh Indonesia. Modul literasi digital akan dirancang dan dikembangkan oleh penyedia pelatihan Australia bekerja sama dengan Traveloka guna memastikan kontennya sesuai dengan kebutuhan Traveloka. Peserta program akan memiliki kesempatan untuk mendaftarkan jasa terkait pariwisata dan perhotelan mereka di aplikasi Traveloka sehingga mereka dapat mengakses peluang ekonomi yang lebih besar.

Setelah pelaksanaan pelatihan literasi digital, Katalis akan berupaya menjadi perantara kemitraan dengan beberapa penyedia pelatihan Australia untuk mengembangkan konten pelatihan terkait pariwisata berkelanjutan yang akan diiklankan di aplikasi Traveloka kepada lebih dari 40 juta pengguna bulanan mereka. Dengan mengembangkan konten pelatihan dan membuatnya lebih mudah diakses oleh publik Indonesia, Katalis berupaya meningkatkan kesadaran publik akan penyedia TVET Australia dan meningkatkan jumlah orang yang dapat mengakses peluang pelatihan berkualitas tinggi di sektor pariwisata.



# Kesimpulan Utama

---

**Pemulihan industri pariwisata Indonesia menghadirkan peluang besar bagi penyedia keterampilan dan pelatihan Australia.** Kelesuan industri pariwisata yang disebabkan oleh pandemi COVID-19 telah membaik dengan pulihnya jumlah wisatawan pada tahun 2022. Kebangkitan ini diperkirakan akan menimbulkan krisis bakat dalam sektor ini karena operator pariwisata bersaing untuk mendapatkan dan mempertahankan staf serta beradaptasi dengan tren baru di sektor ini. Industri pariwisata kemungkinan besar memiliki permintaan besar akan talenta terampil di tahun-tahun mendatang seiring upaya pemberi kerja di industri ini membangun kembali jumlah staf mereka.

**Penyedia TVET Australia merupakan pihak yang tepat untuk mendukung pemulihan ini dengan target keterampilan dan pelatihan yang mereka miliki.** Iklan lowongan kerja di Indonesia memperlihatkan munculnya peluang kerja dan keterampilan yang dibutuhkan yang dapat menginformasikan dan membentuk pengembangan penawaran TVET Australia ke Indonesia. Keterampilan utama yang dicari di sektor ini meliputi: komunikasi, penjualan, layanan pelanggan, keterampilan kuliner, kerja sama tim, administrasi, kepemimpinan, keramahtamahan, dan Microsoft Office. Penyedia TVET Australia memiliki kursus dan pelatihan untuk masing-masing keterampilan tersebut, dan 77 persen dari penyedia pelatihan merupakan pihak yang tepat untuk memberikan pelatihan kepada pelajar, pengusaha, dan tenaga kerja pariwisata Indonesia.

**Sensitivitas harga kemungkinan akan tetap menjadi tantangan bagi pelatihan di sektor pariwisata.** Penyedia TVET perlu mengadopsi strategi untuk mengatasi hal ini melalui pendekatan volum besar/biaya rendah dan memanfaatkan kapasitas pelatihan lokal serta pembelajaran jarak jauh.

**Cara baru untuk menghubungkan pengusaha pariwisata Indonesia dengan penyedia TVET Australia makin berkembang.** Didukung oleh Pemerintah Indonesia dan Australia, Katalis telah membentuk Pertukaran Keterampilan Indonesia – Australia bilateral dalam rangka menghubungkan pemberi kerja Indonesia dengan penyedia TVET Australia berkualitas tinggi yang dapat memenuhi kebutuhan pelatihan khusus mereka.

**Katalis dapat membantu dan menghubungkan Anda.** Jika Anda merupakan penyedia jasa Australia yang mampu memberikan keterampilan dan pelatihan digital di pasar Indonesia, atau jika Anda menjalankan bisnis di Indonesia dan ingin memberikan pelatihan kepada pekerja, kontraktor, atau klien Anda, hubungi Katalis untuk membicarakan peluang lebih lanjut terkait hal tersebut.

**Kontak**      [clarice.campbell@iacepa-katalis.org](mailto:clarice.campbell@iacepa-katalis.org)  
**Situs web**    [iacepa-katalis.org](http://iacepa-katalis.org)