



Berita **WISATA**

8th Edition October-December 2016

 swisscontact

Cover Story:

*Applying a New Approach on
Destination Management:
The Strategic Visitor Flow*

04 Flores

Watublapi Music Abounds in

06 Tanjung Puting

Tourism Skill Training Program (ToST) in
Pangkalan Bun – A Way to Improve Ser-
vice Quality for Receptionist & Tour Guide

14 Toraja

I Use This Because I Care,
Toraja Joins the Fight against Plastic

16 Wakatobi

Building Capacity for Villages
Development in Wakatobi



Stakeholder Gathering – Tour Operators in Makassar: What's with Plastic Reduction Initiative and Strategic Visitor Flows?

By Margareth Mawarlestari Andu – PO Higher Education & Market Linkage

I Kebutuhan untuk selalu mengetahui informasi terbaru mengenai destinasi adalah salah satu prioritas utama dari Tour Operator yang menjual paket wisata domestik. Itulah mengapa topik "What's New in Destinations" memancing banyak pertanyaan dari para Tour Operator saat topik ini dipresentasikan pada acara Stakeholder Gathering yang diadakan di Hotel Horison, Kamis, 1 Desember 2016. Sekitar 15 Tour Operator yang berbasis di Makassar menghadiri pertemuan ini. Presentasi "What's New in Destinations" menekankan pada beberapa hal seperti keikutsertaan pada pameran pariwisata, merek dan logo, perkembangan dan rencana kegiatan di lapangan, serta media sosial.

Topik "Plastic Reduction Initiative" adalah bahasan yang paling banyak menarik perhatian para peserta kegiatan. Sejak diluncurkan, program ini mendapat respon positif dari pemerintah daerah, bisnis pariwisata setempat, dan masyarakat di Toraja. Stasiun Isi Ulang Air sekarang dapat dilihat di beberapa hotel dan restoran di Toraja. Salah satu peserta menyampaikan bahwa perusahaannya telah mengaplikasikan konsep green travel yang selaras dengan Inisiatif Pengurangan Plastik di Toraja, dimana perusahaannya menyediakan galon air minum di dalam kendaraan mereka sehingga tamu dapat mengisi botol air mereka selama perjalanan. Semua peserta yang hadir dalam pertemuan ini sepakat untuk mendukung PRI di Toraja.

Topik terakhir dalam pertemuan ini adalah "Introduction of Strategic Visitor Flows" yang memberikan informasi awal tentang konsep umum pola pergerakan spasial dari wisatawan yang selalu relevan dalam studi pariwisata. SVF penting untuk memahami informasi dan pengalaman tertentu yang dialami wisatawan. Para peserta antusias dengan topik ini dan akan ada pertemuan lanjutan khusus untuk pembahasan mendalam tentang Strategic Visitor Flows.

E The need to always be updated with new information on destinations is one of the priorities for inbound Tour Operators. That is why numerous questions were asked when the topic "What's New in Destinations" was presented to them in Stakeholder Gathering held in Horison Hotel, Thursday, 1 December. Around 15 Tour Operators Makassar-based attended the gathering. The presentation of "What's New in Destinations" emphasized on several things such as destinations' participation in fair trades, branding, progress, and plans on field activities, and social media.

The topic of "Plastic Reduction Initiative" was the one that caught participants' attention the most. Since launched, the program received a positive response by the local government, local tourism businesses, and community in Toraja. Water Refill Stations are now seen in several hotels and restaurants in Toraja. One of the participants stated that her company has already applied green travel concept, aligned with the Plastic Reduction Initiative concept in Toraja, in which her company provides water containers in their travel vehicles so the guests could fill their water bottles during the trip. All participants in the gathering have agreed to support PRI in Toraja.

The last topic in the event was "Introduction of Strategic Visitor Flows" which gave initial information on the concept of generalized spatial movement patterns from travelers that have always been relevant in tourism studies. SVF are important to comprehend the information and specific experiences of the tourists. Participants were enthusiast with the topic, and there will be a specific continuation meeting for further discussion on Strategic Visitor Flows.



Ruedi Nuetzi
Swisscontact WISATA
Program Manager

Apa Kabar?

This is the last Berita WISATA in 2016. WISATA program has carried out various activities throughout 2016. We have another year to come thus we hope to continue our spirit and hard work.

In this issue of Berita WISATA, we would like to present to you a new approach to destination management using the Strategic Visitor Flows (SVF) based on the so called St. Gallen Model. We conducted the SVF in Tanjung Puting to analyze the destination focusing on where the visitors go and analyze the challenges and opportunities there. It is also a way to engage and empower local businesses and other stakeholders to actively participate in tourism development in the destination. The experience in Tanjung Puting will be the lesson learned to roll out SVF in other destinations.

Thank you for reading Berita WISATA and warmest regards from all of us.

Contents



04 FLORES

Waturaka Music
Abounds in Watublapi



06 TANJUNG PUTING

Tourism Skill Training
Program (ToST) in
Pangkalan Bun – A Way to
Improve Service Quality for
Receptionist & Tour Guide



14 TORAJA

I Use This Because I
Care, Toraja Joins the
Fight against Plastic



16 WAKATOBI

Building Capacity for
Village Development in
Wakatobi

08 COVER STORY

Applying a New Approach on Destination Management:
The Strategic Visitor Flow

18 VOCATIONAL & HIGHER EDUCATION

Together We Can Do So Much

Publisher

Publisher Swisscontact WISATA

Jl. Batur Sari No. 20SB, Sanur
Denpasar - Bali 80227 Indonesia

Photography Swisscontact WISATA

Design & Layout Swisscontact WISATA

Printer PT Cintya Grafika

The project is supported by SECO in cooperation with
Ministry of Tourism, implemented by Swisscontact

*No part of this publication may be copied or
reproduced in any form by any means.



Joint performance by the Waturaka and Watublapi music group
Flores

Waturaka Music Abounds in Watublapi

By Fernando Watu - Local Facilitator for Flores Community Based Tourism

I Minggu pertama bulan Desember lalu sangat berkesan bagi Kelompok Daerah Wisata (Pokdarwis) Waturaka. Dua puluh orang yang mewakili dua kelompok musik, sanggar Mutu Lo'o dan sanggar Nuwanai, meninggalkan desa untuk menjelajahi sensasi dan jiwa musik tradisional di desa wisata Watublapi.

Pokdarwis Waturaka memang telah merencanakan pelatihan musik ini dalam program tahunan mereka. Selama tiga hari, dengan dukungan Swisscontact WISATA, kedua kelompok musik ini berkesempatan untuk berkolaborasi dengan masyarakat setempat dan saling belajar satu sama lainnya.

Anggoro Prasetyanto, PO Community Based Tourism Swisscontact WISATA, menjelaskan tujuan studi lapangan ini adalah memberikan kesempatan bagi pemain musik untuk meningkatkan keahlian dan pengetahuan mereka tentang kolaborasi musik tradisional agar pertunjukan mereka lebih menarik, ada improvisasi sehingga menarik lebih banyak turis. Hal penting lainnya adalah memperkuat hubungan antar masyarakat, mempelajari pengelolaan kelompok musik dan pembagian keuntungan, sekaligus menambah teman baru, tambah Thomas, ketua sanggar Watublapi.

Kunjungan dimulai dengan sambutan pertunjukan dan upacara adat serta demonstrasi musik dari Waturaka dan Watublapi, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan intensif kolaborasi musik oleh ahli dari Watublapi. Keseluruhan pelatihan ditutup dengan pertunjukan bersama.

Marcelinus Satu, salah satu peserta dari Waturaka mengungkapkan kegembiraannya. "Saya sangat bersyukur memperoleh kesempatan ini. Kolaborasi bermusik kami benar-benar meningkat. Saya harap setelah kembali ke desa, kami dapat mendemonstrasikan kemampuan kami dalam kolaborasi musik."

E The first week of December was an unforgettable one for Waturaka Community Tourism (Pokdarwis Waturaka). Twenty people representing two music groups, sanggar Mutu Lo'o and sanggar Nuwanai, left their village to explore the sensation and the soul of traditional music at Watublapi community tourism village.

Pokdarwis Waturaka had planned this music training in their annual program. For three days long with the support of Swisscontact WISATA, the groups were given a chance to collaborate with the local community and learn from each other.

Anggoro Prasetyanto, PO Community Based Tourism for Swisscontact WISATA, explained that the purpose of this field visit study was to give a chance to music players to improve their skills and knowledge on traditional music collaboration, so that their performance will be more attractive, improvised, and able to attract more tourists. Another important point is to strengthen the connection between communities, to learn how to manage a music group and profit sharing, as well as to make new friends, added Thomas, chief of Sanggar Watublapi.

The visit started with welcoming performance, cultural ceremonial, and demonstration of music from Waturaka and Watublapi, continued with intensive mentoring on music collaboration by an expert from Watublapi. The training was closed with collaboration preformance in one stage.

Marcelinus Satu, one of the participants from Waturaka expressed his happiness. "I am really grateful to get this opportunity. Our music collaboration has really improved. I hope after we get back to our village, we can demonstrate our capability in music collaboration."



A male-singer practices his song during music training
Flores



Peeking Inside Sa'o in Ngada

By Cecilia Evita – PO Communications

IDalam kebudayaan Ngada, rumah adat memegang peranan penting dalam pola kemasyarakatan. Seorang Ngada adalah bagian dari suatu rumah adat, berarti dari satu marga. Semua rumah adat Ngada mengikuti hirarki matrilineal, yang berarti kepemilikan diwariska ke putri sulung.

Rumah tradisional Ngada atau disebut Sa'o terdiri atas tiga area berbeda, yakni One, Teda One dan Padha. Bagian terdalam dan inti rumah adalah One, merupakan ruang sangat pribadi, sakral, dan hanya untuk kegiatan yang melibatkan anggota keluarga seperti ritual dan upacara. Tak sembarang orang bisa memasuki One. Apabila tamu di luar garis keturunan pemilik Sa'o ingin masuk maka perlu diadakan upacara Tii Ka Ebu Nusi untuk meminta ijin kepada nenek moyang. Bagian tengah atau Teda One merupakan ruang bagi anggota suku untuk hidup dan tidur. Bagian terluar sekaligus ruang tamu tambahan adalah Balai Padha yang berfungsi sebagai ruang publik untuk menjamu tamu dari dalam atau luar desa.

Konstruksi Sa'o sangat suci dengan banyak ritual selama proses pembangunannya agar nenek moyang memberkati dan siap tinggal di dalamnya. Beberapa bahan bangunan bahkan memiliki makna filosofis, misalnya penggunaan kayu yang lembut dari pohon fa'i (*Albizia* sp.) melambangkan manusia tidak harus terlalu kaku atau kuat. Di sisi lain, kayu yang keras dari pohon oja (*Toona* sp.) melambangkan bahwa manusia itu juga tidak harus terlalu lemah.

Dengan keunikan ini, Ngada dimasukkan ke dalam World Heritage Tentative List UNESCO dalam kategori "Kebudayaan" dan menjadi salah satu atraksi budaya yang menarik di Flores.



En Ngada culture, traditional houses play an important role in the social pattern. A Ngada person is part of a traditional house, consisting of people from a clan. All Ngada traditional houses follow a matrilineal hierarchy: house ownership is passed on to the eldest daughter.

Ngada traditional houses, called Sa'o, consist of three distinct areas: One, Teda One, and Padha. The innermost part and core of the house is One, a very private, sacred space reserved only for activities involving family members, such as rituals and ceremonies. Not everyone can enter One. Guests outside the lineage of Sa'o owners wishing to enter One must hold a ceremony called Tii Ka Ebu Nusi to ask permission from the ancestors. The middle section, Teda One, is a space where the tribe members live and sleep. The outer section, also an additional living space, is called Balai Padha. It serves as a public space for entertaining guests from within and outside the village.

Construction of Sa'o is a sacred activity, involving many rituals beseeching the ancestors to bless it and be willing to live inside it. Certain building materials even have certain philosophical meanings, for example, use of soft wood from Fa'i tree (*Albizia* sp.) symbolizes that humans should not be too rigid or unbending. On the other hand, the use of hard wood from Oja tree (*Toona* sp.) symbolizes that humans should not be weak.

With this uniqueness, Ngada is listed on UNESCO's World Heritage Tentative List in the "Culture" category and becomes one of Flores's cultural attractions.



Participants of ToST prgram in Pangkalan Bun

Tourism Skill Training Program (ToST)

A Way to Improve Service Quality for Receptionist & Tour Guide

By Christin Laschinger, TA for Quality and Standards

I Keahlian seseorang dalam bekerja merupakan aset terpenting yang dimiliki seseorang. Dalam rangka membekali pekerja pariwisata dengan keahlian yang dibutuhkan, membangun dan meningkatkan kualifikasi dan keterampilan serta berkontribusi meningkatkan kualitas pelayanan di destinasi; Swisscontact WISATA telah membuat program Pelatihan Keahlian Pariwisata (ToST). Program ini terdiri dari rangkaian berbagai modul pelatihan teknis untuk meningkatkan keahlian pekerja pariwisata setempat di destinasi Flores, Toraja, Wakatobi dan Tanjung Puting.

Pada 23 November – 01 Desember 2016, dua program pelatihan bagi pelatih (ToT) yang berbeda, untuk Resepsonis dan pemandu wisata, diselenggarakan di Hotel Arsela dan Rimba Ecolodge di Pangkalan Bun. Pelatih dalam pelatihan ini adalah konsultan WISATA, Lisa Gordon-Davis dan staf WISATA, Cristin dan Anna.

Program ini diikuti para kandidat pelatih terpilih dari masing-masing destinasi. Program ToT bertujuan membangun kapasitas pelatih lokal sehingga bisa mentransfer pengetahuan yang diperoleh dari program ToT ke pemandu wisata lokal dan hotel berskala kecil di destinasi masing-masing. Program ToT merupakan elemen penting bagi keberlanjutan dan memberi dampak pelatihan, serta tidak hanya memberikan pengetahuan namun juga keahlian teknis dan presentasi yang diperlukan.

Semua peserta yang hadir sangat terlibat dan antusias menjadi bagian pelatihan. Di akhir program, semua kandidat pelatih terpilih bisa meneruskan dengan program pelatihan pada awal tahun 2017 dengan dukungan lebih lanjut dari Swisscontact WISATA sebelum dan selama pelatihan pertama.

E An individual's qualification at work is the most important asset of a person. In order to provide tourism workforce with the necessary skills to develop and improve their qualifications and skills, and to increase service quality and delivery in the destinations; Swisscontact WISATA has developed the Tourism Skill Training (ToST) Program. This is a series of different technical training modules for skill improvement of the local tourism workforce in the destinations of Flores, Toraja, Wakatobi, and Tanjung Puting.

From 23 November to 01 December 2016, two different Training of Trainers (ToT) Programs for Receptionists and for Tour Guides were held at Arsela Hotel and Rimba Ecolodge in Pangkalan Bun. The training was conducted by WISATA consultant Lisa Gordon-Davis and WISATA staff members, Cristin and Anna.

The program was attended by selected trainer candidates from each destination. The ToT Program aimed to build the capacity of the local trainers to be able to transfer the knowledge obtained from this program to local tour guides and industry participants from small hotels in their respective destinations. ToT Program is an important element for the sustainability and to give impact of these training sessions not only with knowledge but also with necessary presentation and technical skills.

All participants were very engaged and enthusiastic to be part of the training. At the end of the program, all the selected trainer candidates will be able to proceed with the training program in early 2017 with further support from Swisscontact WISATA before and during the first training.



Listening to Lisa Gordon-Davis, trainer of ToST program



Representatives of FTKP Tanjung Puting explains "Journey to the capital of Orangutans" to stakeholder in Bali

Tanjung Puting Promotes Its Destination in Bali

By Soraya Weldina Ragil Dien – PO Destination Development Marketing Tanjung Puting

Informasi yang up-to-date merupakan keharusan di dunia pariwisata. Salah satu cara agar pemain wisata lokal tetap memperoleh informasi adalah melalui pertemuan stakeholders reguler. Bulan Desember lalu, FTKP Tanjung Puting diundang menghadiri pertemuan stakeholders yang diadakan DMO Flores di Bali untuk mempresentasikan obyek dan atraksi wisata di Tanjung Puting di hadapan sekitar 20 operator tur. Dengan tema "Perjalanan ke Ibu Kota Dunia Orangutan", FTKP Tanjung Puting yang diwakili Yomie Kamale dan Nina Yanti, mempresentasikan tiga obyek wisata: bertualang di Taman Nasional, kota Pangkalan Bun, dan budaya Dayak di Lamandau.

Beberapa kegiatan dan atraksi baru diperkenalkan, misalnya spa tradisional dan penginapan ramah lingkungan di wilayah Taman Nasional, serta pengalaman ke rumah pertanian Dayak di hutan di desa Lopus. Kegiatan dan atraksi baru ini memperoleh sambutan baik dari para operator tur. Atraksi ini akan ditambahkan dalam paket Tanjung Puting, yang akan meningkatkan penjualannya.

Di akhir presentasi, beberapa peserta yang beruntung berhasil mendapatkan hadiah dalam sesi tanya jawab. FTKP Tanjung Puting telah menyiapkan 10 voucher satu hari perjalanan ke Taman Nasional, satu voucher 3H/2M ke Taman Nasional, lima keranjang tradisional dari bemban dan 10 gantungan kunci bergambar orangutan. Hadiah tersebut merupakan sumbangan dari anggota FTKP seperti: Sister Tour, Omie Tour, Rumah Orangutan dan Borneo Alase. Selama pertemuan, peserta juga bisa mencicipi panganan lokal seperti amplang, kerupuk ikan, ilat sapi, dan banyak lagi lainnya.

En information is a must in tourism world. One of the means to keep local tourism operators well informed is through regular stakeholders gathering. Last December, FTKP Tanjung Puting was invited to stakeholders gathering by DMO Flores in Bali to present its attractions to around 20 tour operators. Under the theme "Journey to the World's Capital of Orangutans", FTKP Tanjung Puting, represented by Yomie Kamale and Nina Yanti, presented three main tourism objects; the National Park adventure, the city of Pangkalan Bun, and the Dayak culture in Lamandau.

A few new activities and attractions were introduced, for instance the traditional spa and eco-friendly lodges in the National Park area, as well as the experience to visit Dayak farmhouse in the forest in Lopus Village. These activities and the attraction received a very good welcome from the operators. These attractions will be added to the Tanjung Puting package which are really potential to increase its sales.

At the end of the presentation, some of the participants were lucky enough to get door prizes through a Q&A session. FTKP Tanjung Puting prepared 10 vouchers of one day trip to the National Park, one voucher of 3D/2N trip to the National Park, five traditional baskets made from bemban and 10 key chains with orangutan figures. The prizes were contributed by FTKP's members, such as: Sister Tour, Omie Tour, Rumah Orangutan and Borneo Alase. During the meeting, participants also tasted local snacks, such as amplang, fish chips, ilat sapi, and many more.

Applying a New Approach on Destination Management: The Strategic Visitor Flow

By Christian Palmer – Project Assistant & Annaas Firmanto – Sr PO Destination Development

I Mengapa wisatawan berkunjung ke suatu destinasi? Siapakah mereka? Tempat mana saja yang mereka kunjungi? Apakah mereka puas dengan semua hal yang disediakan destinasi?

Menjadi seorang wisatawan berarti mengumpulkan pengalaman; mengunjungi atraksi unik melalui ekskusi menantang, mencicipi makanan tradisional dan berinteraksi dengan pesona kebudayaan dan masyarakat setempat. Sebelum menaiki pesawat dan memulai perjalanan, seseorang perlu terinspirasi. Informasi dari berbagai sumber perlu dikumpulkan, baik secara verbal, melalui media social, penasihat perjalanan atau apapun yang mempengaruhi seseorang mengunjungi destinasi. Setelah tiba di destinasi, terlepas dari status pengembangan fasilitas, atraksi dan aksesibilitas, setiap wisatawan selalu memiliki ekspektasi dan permintaan yang berbeda.

Meskipun demikian, pemerintah, organisasi pengelola destinasi, penyedia jasa wisata dan pemain industri lainnya di destinasi cenderung memfokuskan pada produk yang sudah ada daripada menganalisis permintaan pengunjung. Kurangnya komunikasi ini menjadikan suatu destinasi bersifat kaku, berorganisasi besar yang sulit dikelola. Oleh karena itu, melalui bertahun-tahun penelitian akademis, St. Gallen University di Swiss telah memperkenalkan pendekatan baru untuk mengelola destinasi berdasarkan evaluasi permintaan wisatawan. Model St. Gallen menawarkan suatu cara representative untuk menjelaskan situasi dengan menggambarkan Alur yang berbeda, di mana wisatawan bergerak di dalam destinasi, yang dinamakan Strategic Visitor Flows (SVF). Sistem ini membagi destinasi yang besar dan kompleks menjadi berbagai Alur dinamis sehingga memudahkan dalam menganalisa destinasi per tahap demi tahap, atau "Alur demi Alur".

Sekarang Mei 2016, Swisscontact WISATA telah menjalankan kegiatan menggunakan pendekatan ini di Tanjung Puting untuk melihat manfaatnya bagi stakeholders lokal dalam memahami destinasi dan mengembangkan serta mengelolanya secara lokal.

E Why do tourists visit a destination? Who are they? Which places do they visit? Are they content with everything the destination provides?

Being a tourist means collecting experiences; visiting unique attractions on adventurous excursions, tasting traditional food and interacting with the charm of the local culture and people. Prior to boarding an airplane and starting the travel, one needs to be inspired. Information from various sources has to be gathered, either from word of mouth, social media, travel advisors, or anything that influences someone to visit a destination.

Once arriving at the destination, regardless of the development status of the amenities, attractions, and accessibility, different tourists always have different expectations and demands.

However, government authorities, destination management organizations, tourist service providers, and other industry players

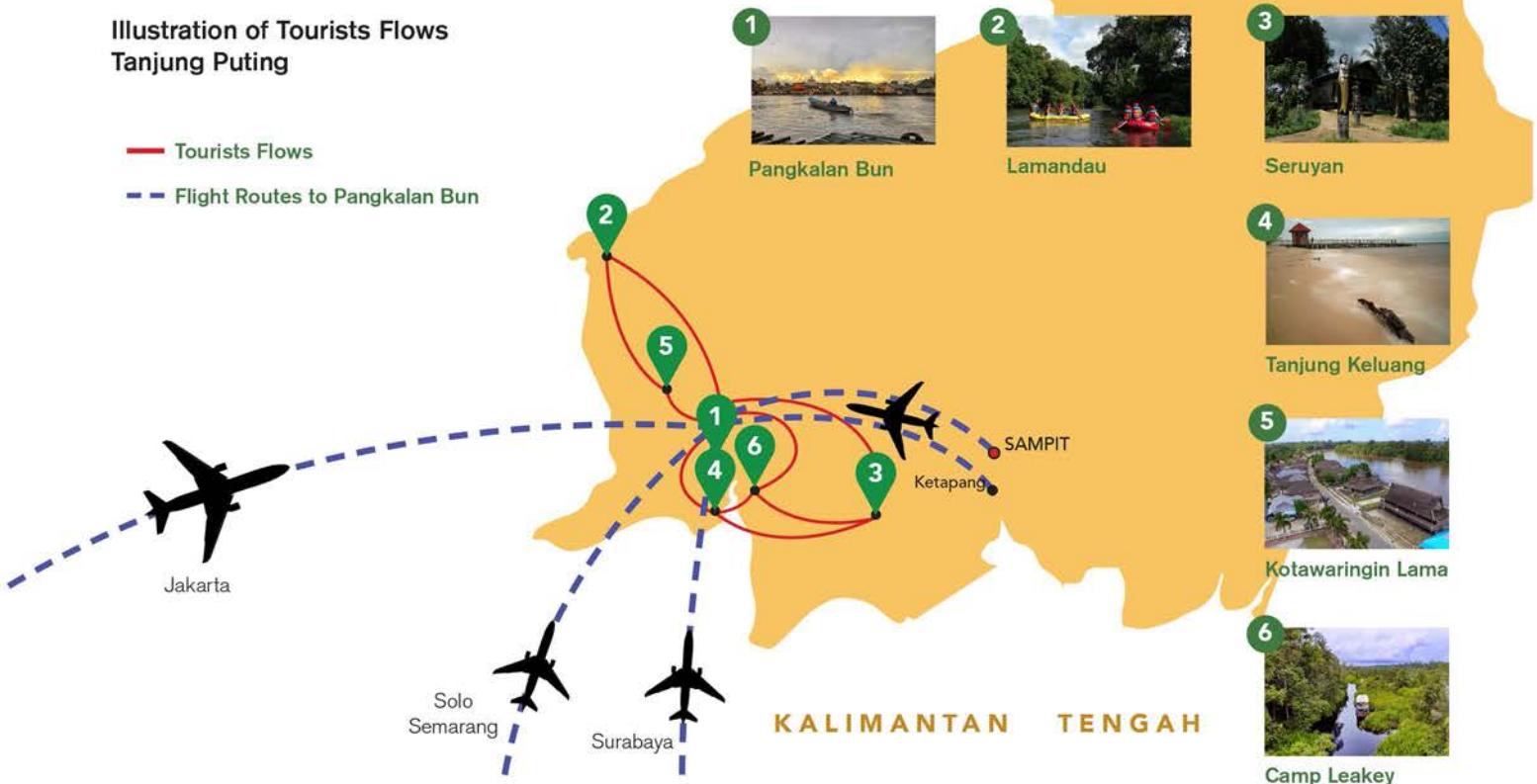


in the destination tend to focus on their existing products rather than analyzing the visitors' demands. Due to lack of communication between these product-driven entities, the destination becomes a stiff, big body that is hardly manageable. Therefore, through years of academic research, the St. Gallen University in Switzerland has introduced a new approach on how to manage a destination based on the evaluation of the tourists' demands. The St. Gallen Model offers a representative way to convey the situation by drawing different Flows, in which tourists move inside a destination, namely Strategic Visitor Flows (SVF). This system subdivides big, complex destinations into diverse dynamic Flows, making it easier to analyze the destination step by step, or "Flow by Flow".

Since May 2016, Swisscontact WISATA has been conducting a project using this approach in Tanjung Puting, to see how useful it is for the local stakeholders' comprehension of their own destination, and to locally develop and manage it.



Illustration of Tourists Flows Tanjung Puting



Mengumpulkan Informasi tentang Destinasi

I Pertama, diadakan kajian literatur untuk memperoleh informasi detail mengenai Tanjung Puting dari blog travel, tampilan internet untuk operator tur dan buku panduan. Hasilnya, informasi tentang atraksi wisata di area itu termasuk sedikit. Sebagian besar produk wisata belum dikembangkan dengan benar sebelum investasi iklan yang wajar. Namun, atraksi utama di daerah itu, Taman Nasional Tanjung Puting, telah mempunyai strategi marketing yang berfungsi baik dan ada banyak informasi yang bisa ditemukan dalam buku maupun online.

Tim kemudian turun ke lapangan untuk mendapatkan wawasan pribadi tentang destinasi dan atraksi wisatanya. Dalam waktu dua minggu, desa Lopus yang terpencil di wilayah Lamandau dan Kotawaringin Lama telah dikunjungi, tur dalam kota Pangkalan Bun dan ekskusi ke daerah pantai dan Taman Nasional Tanjung Puting dilaksanakan. Atraksi wisata yang menjadi sorotan ditinjau berdasarkan beberapa indikator seperti keahlian pemandu wisata, kebersihan, keselamatan, dan lain-lain.

Penilaian destinasi secara cepat ini menjadi alat proses SVF, khususnya seleksi awal dan daftar pendek selanjutnya untuk Alur Pengunjung di masa mendatang. Penting juga untuk memahami masalah dan peluang wisata di daerah ketika berbicara dengan stakeholder lokal selama lokakarya SVF.

Dalam menjalankan SVF, diperlukan partisipasi efektif dari para stakeholder lokal khususnya pemilik usaha. Dengan demikian, dalam hal ini, para peserta diundang untuk mengumpulkan informasi dengan cara memetakan Alur Pengunjung baik yang sudah ada maupun alur baru di destinasi untuk memahami profil pengunjung (termasuk siapakah para pengunjung itu, rute mana yang mereka ambil, dari mana mereka berasal, apa kegiatan yang mereka sukai, dan sebagainya). Selama proses ini, para stakeholder dapat mengidentifikasi masalah dan mencari solusinya sendiri, tentunya dengan dukungan Swisscontact WISATA.

Gathering Information of the Destination

E First, a Literature Review was carried out to find detailed information about the Tanjung Puting area, in travel blogs, internet appearances of tour operators, and guide books. As a result, information concerning the tourist attractions in the area is few and far between. Most of the tourism products are yet to be properly developed before investments in advertisement become reasonable. However, the main attraction in the area, the Tanjung Puting National Park, has a well-functioning marketing strategy, and abundant information can be found in literature and online.

The team then went to the field to gain personal insight in the destination and its tourist attractions. Within two weeks, the remote villages of Lopus in the Lamandau region and Kotawaringin Lama were visited, a city tour of Pangkalan Bun and an excursion to the coastal area and the Tanjung Puting National Park were conducted. The touristic highlights were reviewed according to indicators like guide skills, cleanliness, safety, etc.

This Rapid Destination Assessment serves as tool for the SVF process, especially for the pre-selection and the subsequent short-listing of future Visitor Flows. It is also necessary to understand the areas' problems and opportunities concerning its tourism when talking to the local stakeholders during the SVF workshops.

To carry out the SVF project, effective participation from local stakeholders is required in the SVF Workshops, especially from business owners. Thus, in this case, the participants were invited to collect information by mapping existing or new Visitor Flows in the destination, in order to comprehend their profiles (including who the visitors are, which routes they use, where they come from, what activities they prefer, etc.). During this process, the stakeholders were able to identify their own problems and seek solutions on their own, but always assisted by Swisscontact WISATA.



One participant fills out information in the Destinorama

Salah satu contoh Alur Pengunjung: "Tur Sehari ke Taman Nasional Tanjung Puting"

I Di pagi hari, wisatawan menaiki "Kelotok", perahu kayu tradisional, dari pelabuhan di Sungai Kumai. Kemudian wisatawan menghabiskan sehari menyusuri taman nasional dan mengamati kehidupan liar, kemudian berakhir di stasiun pemberian makan orangutan. Sore harinya, perahu kembali ke pelabuhan.

Selama diskusi lokakarya SVF, jelas bahwa Alur ini sangat popular terutama bagi wisatawan lokal sehingga secara ekonomi menjanjikan bagi operator tur. Meskipun demikian, ancaman dan problem signifikan terlihat seiring popularitasnya: perahu terlalu penuh, kurangnya kode etik dan berdampak pada ekosistem taman nasional yang rapuh; merupakan sedikit dari beberapa problem yang ada.

Tidak semua stakeholder mengetahui semua persoalan yang dihadapi alur ini. Hanya ketika duduk bersama, barulah peserta lokakarya bisa memberi gambaran yang cukup tentang atraksi ini dan isu-isu yang ada. Namun, banyak pemain lokal tidak merasa perlu mengikuti diskusi ini, dan lokakarya ini bisa lebih bermanfaat apabila ada komitmen kuat dari pemain bisnis lokal.

One Example of A Visitor Flow: The "Tanjung Puting National Park One Day Tour"

E In the morning, tourists board the local "Kelotok", a traditional wooden boat, at the harbor in Kumai River. They spend the day driving through the national park and watching its wildlife, eventually stopping at the orangutan feeding stations. In the evening, the boat returns to the harbor.

During the SVF workshop discussions, it became evident that this Flow has become popular especially for domestic tourists, hence being economically promising for tour operators. However, significant threats and problems go along with its popularity: Overcrowded boats, a lack of code of conduct, and impacts on the fragile ecosystem of the national park, to name a few.

Not every stakeholder knew about all these problems this particular flow is facing. Only when they were together that the participants of the workshops were able to draw an adequate picture of this attraction and its issues. Still, many local players did not feel the need to join the discussions, and the workshops could have been more fruitful if there had been stronger commitment on the side of the local businesses.



Diseminasi Informasi yang Terkumpul

I Setelah lokakarya, informasi yang dikumpulkan pemain lokal diringkas dan dianalisa. Bangga dengan hasil yang ada, tim Swisscontact memaparkan semua informasi pada papan besar yang dinamakan Destinorama, dan dipasang di Pusat Informasi Turis di Kumai. Semua penduduk lokal serta stakeholder sekarang berkesempatan melihat destinasi wisata yang mereka tinggali melalui mata wisatawan. Mereka bisa melihat di peta, berapa banyak orang yang mengikuti alur tertentu, dan persoalan apa yang dihadapi dalam perjalanan. Destinorama dipasang selama tiga hari penuh dan tim Swisscontact menyambut yang hadir dengan terbuka, menjamu dengan kopi dan kue. Peserta baru dan peserta lokakarya berdebat, saling tidak setuju, menambahkan informasi baru dan potensi solusi atas masalah yang dihadapi. Selama tiga hari Destinorama, 37 stakeholder lokal berpartisipasi aktif dalam diskusi. LSM konservasi, media, operator tur, pemilik kapal, asosiasi juru masak, pemandu wisata, otoritas taman nasional, dan sebaginya, berdiskusi aktif memberikan tinjauan dan kritik, serta mempertanyakan informasi yang terpampang di Destinorama. Semua orang menikmati pertemuan ini dan semakin akrab, saling berbagi situasi mereka, pengetahuan dan rencana yang akan datang. Lebih banyak informasi yang dikumpulkan dan Alur Pengunjung baru berhasil dibuat.

Setelah Destinorama, Analisa Horisontal dan Vertikal untuk berbagai SVF telah selesai. Hasilnya menggambarkan seberapa sering masalah muncul dan Alur mana yang memiliki kekurangan terbesar. Dalam memutuskan destinasi, dua SVF dibuang karena tidak memenuhi ketentuan SVF, yaitu sedikitnya perkembangan menurut Model Siklus Butler. Namun, alur ini mungkin bisa dipertimbangkan kembali di tahun-tahun mendatang.

Disseminating the Gathered Information

E After the workshops, the information collected by the local players was condensed and analyzed. Proud of the outcome, the Swisscontact Team put all the information on a big display called the Destinorama, and set it up in the Tourist Information Center in Kumai. The local population as well as the stakeholders now had the chance to see the tourist destination they are living in with the eyes of the tourists: They could look at the maps, see how many people follow which flow, and what problems they are facing during their travels. For three full days, the display was set up and the Swisscontact team welcomed everyone with open ears, coffee, and cookies. 37 local stakeholders, both new and previous participants argued, disagreed, and added new information and potential solutions to the problems of the Flows. Conservation NGOs, media, tour operators, boat owners, cook associations, tour guides, the national park authority, and others were actively talking to each other to give reviews and criticisms and ask questions towards any information presented in the Destinorama. People enjoyed the meeting and became more familiar with each other, sharing their situation, knowledge and future plans. Further information was gathered and new Visitor Flows were created.

Subsequent to the Destinorama Days, the Horizontal and Vertical Analysis of the various SVFs was completed. The outcome illustrates how often certain issues appear, and which Flows have the biggest shortcomings. While deciding on the destinations, two SVFs were discarded as they did not fulfill the SVF requirements, e.g. showing too little development according to the Butler Lifecycle Model of Destinations. However, these Flows might be reconsidered in the next years.



3 days Destinorama at Tourist Information Centre Kumai
Kotawaringin Barat

Menjaga Kesinambungan Proyek

I Setelah keputusan diambil, lokakarya Peluncuran Proyek diselenggarakan untuk mengidentifikasi seluruh tantangan dan peluang di daerah dan menominasikan stakeholder lokal yang akan bertanggungjawab atas suatu Alur Pengunjung di masa depan. Seorang penanggung jawab diperlukan di masing-masing alur untuk memberi update perubahan situasi dan mengkomunikasikannya ke pihak swasta. Peluncuran ini diselenggarakan pada 23 Desember dan hanya diikuti Sembilan stakeholder lokal karena adanya libur panjang. Meskipun peserta yang hadir hanya sedikit, output peluncuran proyek ini dinilai cukup. Bersama para stakeholder, diputuskan 20 penduduk lokal untuk bergabung dalam SVF task force. Tiga belas orang di antaranya setuju bergabung setelah diminta secara langsung. Selain itu, satu operator tur setuju memimpin task force ini setelah proyek diserahkan ke stakeholder lokal.

Dalam implementasinya, para stakeholder yang bersedia bergabung dalam SVF task force kembali diundang menghadiri Lokakarya Pelaksanaan Proyek. Sayangnya hanya sedikit yang benar-benar hadir. Karena jadwal yang sangat ketat, pelaksanaannya tetap dijalankan meskipun kurangnya peserta. Para anggota diberikan catatan individu untuk Alur Wisata/Isu yang menjadi tanggung jawab mereka. Selanjutnya, diputuskan untuk memberikan handout bagi semua pekerja lokal di industri wisata setempat. Gagasan Task Force ini dijelaskan dalam handout sekaligus dicantumkan daftar penanggung jawab SVF, sehingga setiap orang yang memiliki ide atau menyadari adanya kekurangan terkait wisatawan di daerah dapat menghubungi orang yang bertanggungjawab atas Alur itu.

Kesimpulannya, pelaksanaan Strategic Visitor Flow merupakan alat yang efisien untuk mengembangkan penilaian destinasi dalam jangka panjang. Selain itu, juga memberikan kesempatan untuk memberdayakan usaha lokal. Namun, upaya ini sangat bergantung pada komitmen para stakeholder lokal. Jika tingkat partisipasi tinggi dan masyarakat difasilitasi dengan benar, Model SVF bisa memberikan dampak positif yang berpengaruh pada pengembangan destinasi wisata.

Making the Project Last

E After these decisions had been made, a Project Launching Workshop was held to identify overarching challenges and opportunities for the region and to nominate local stakeholders that will be in charge for the individual Visitor Flows in the future. A Person in Charge is required for every flow, to update any change of situation and to communicate with private businesses. The launching event was held on 23 December and only nine local stakeholders participated due to a long public holiday season. Even though there were few participants, the output of the project launch was decent. Together with the stakeholders, twenty locals suitable to join the SVF task force were found. Thirteen of them agreed to join the group after they were asked personally. Also, one tour operator agreed to lead the task force once the project is handed over to the local stakeholders.

For the implementation, the stakeholders that had agreed to take part in the SVF task force were invited to the Project Implementation Workshop. Unfortunately, only a few of them actually attended the workshop. Due to a very tight schedule, the implementation was executed despite the lack of participants. The members of the group were given individual scripts for the Tourism Flow/the Issue they will be responsible for. Furthermore, it was decided to establish a handout that every local working in the tourism industry of the area should obtain. In this handout the idea of the Task Force is explained. It contains a contact list of the SVF-responsible, so every person that has an idea or notices a shortcoming concerning the tourism in this area can directly contact the person in charge of this Flow.

In conclusion, the implementation of Strategic Visitor Flows is an efficient tool to develop a long-term basis for the assessment of a destination, and it could also be a chance to empower local businesses. Still, it strongly depends on the commitment of the local stakeholders. If the participation rate is high and the locals are assisted properly, the SVF Model can indeed have a strong impact on the development of tourist destinations.



I Use This Because I Care, Toraja Joins the Fight against Plastic

By Ni Nyoman Anna Marthanti – Field Office Manager of Toraja

I "Tahukah Anda, sekitar 2.500.000 botol air minum plastik sekali pakai dihasilkan oleh para wisatawan di Toraja setiap tahunnya??"

Bayangkan betapa penuhnya tempat sampah di Toraja hanya dari botol plastik air minum sekali pakai. Belum lagi sampah lainnya yang dihasilkan dari rumah tangga, objek wisata, rumah makan, hotel dan usaha lainnya.

Swisscontact Wisata bersama Pemda Toraja Utara dan Tana Toraja beserta Asosiasi Pariwisata di Toraja pada bulan September 2016 telah meluncurkan kampanye Inisiasi Pengurangan Sampah Plastik (Plastic Reduction Initiative) di Hotel Misiliana, Rantepao dengan tagline "I Use This Because I Care" atau "Saya Pakai Ini Karena Peduli". Dalam peluncuran ini, Bupati Toraja Utara, Bapak Kalatiku Paembongan menyatakan apresiasinya atas prakarsa ini dan berharap masyarakat dan semua pihak turut serta dan mengambil peran dalam pengurangan sampah plastik agar Toraja menjadi lebih indah, bersih dan nyaman.

Beberapa hotel dan restoran telah mendaftarkan diri menjadi bagian dari kampanye ini dan berkomitmen untuk mengurangi pemakaian botol dan kemasan plastik sekali pakai serta menjaga kebersihan lingkungan sekitar. Kesadaran menjadi bagian dari upaya mengurangi sampah plastik juga diikuti oleh beberapa Tour Operator baik di Toraja maupun di Makassar. Mereka semua menyadari bahwa kebersihan dan kelestarian lingkungan adalah salah satu faktor penting dalam pariwisata yang berkelanjutan. Jika bukan kita siapa lagi? Jika bukan sekarang kapan lagi? [



E "Do you know that tourists in Toraja dispose around 2.5 million water bottles every year??"

Imagine how full the trash cans in Toraja are with disposable drinking bottles. Plus other waste from households, restaurants, hotels, and other businesses.

Swisscontact Wisata together with Pemda Toraja Utara and Tana Toraja, as well as Tourism Association have launched a campaign called the Plastic Reduction Initiative (PRI) at Milisiana Hotel, Rantepao, in September 2016, with the tagline "I Use This Because I Care". At the launch, the Toraja Utara regent, Mr. Kalatiku Paembongan, showed his appreciation about this initiative and expected all parties to participate in the plastic reduction activities for a cleaner, beautiful Toraja.

Several hotels and restaurants have registered to take part in this campaign and committed to reduce the use of disposable plastic and bottles and maintain cleanliness. Even Tour Operators in Toraja and Makassar have contributed to this awareness campaign to reduce plastic waste. They all realize that environmental cleanliness and sustainability are key for sustainable tourism. If not us, who else? If not now, when?



Toraja's Young People Works Hard Promoting Toraja to the World

By I Made Wiranatha Krisna Murti – PO External Destination Marketing Toraja

I Sekelompok anak muda terlihat bersusah payah mendaki bukit untuk mengunjungi air terjun Pepasan dan Eran batu, atau lebih dikenal sebagai Air Terjun Eskalator. Tujuan mereka kali ini bukan sekedar berwisata atau rekreasi melainkan survei lokasi tujuan wisata baru untuk dipromosikan melalui sosial media. Siapakah mereka ini? Mereka adalah Kelompok Kerja (Pokja) Visit Toraja yang dibentuk pada September 2016 dan terdiri dari perwakilan Dinas Pariwisata Tana Toraja dan Toraja Utara, perwakilan asosiasi pariwisata yaitu Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Toraja, dan perwakilan komunitas lokal di Toraja, serta perwakilan dari DMO Toraja.

Pokja Visit Toraja yang beranggotakan delapan anak muda ini bertanggungjawab mengelola media sosial Visit Toraja, yaitu Facebook Page, Instagram, dan Twitter, serta website VisitToraja.com. Sebelum melaksanakan tugasnya, anggota Pokja menerima pembekalan materi dan peningkatan kapasitas terkait media sosial dan website dalam pelatihan selama empat hari pada 26-29 September 2016 di Hotel Indra Toraja. Berada di bawah naungan DMO Toraja, diharapkan Pokja ini tidak hanya dapat menjalankan tanggung jawabnya sebagai pengelola media sosial dan website Visit Toraja, tapi juga dapat menjadikan Visit Toraja sebagai media resmi pariwisata Toraja.

Dengan adanya serah terima pengelolaan media sosial dan website Visit Toraja kepada tim Pokja, maka secara perlahan destinasi akan meneruskan promosi dan pemasaran Toraja secara digital dan Swisscontact hanya mengawasi dan memberikan masukan.

E A group of young people looked tired climbing the hill to visit Pepasan and Eran Batu waterfalls, more popularly known as Escalator waterfall. They were not on a tourism visit or recreation, but they were surveying for a new tourism location to be promoted on social media. Who were they? They were the Visit Toraja Working Group (Pokja) that was established in September 2016, consisting of representatives of Dinas Pariwisata Tana Toraja and Toraja Utara; tourism associations, Association of Indonesian Hotel and Restaurant (PHRI) in Toraja; local community in Toraja; and Toraja DMO.

Visit Toraja Working Group has eight young people as its members, responsible for managing Visit Toraja social media such as, Facebook page, Instagram, Twitter, as well as VisitToraja.com website. Before working on their function, Pokja members received material briefing on social media and website for four days, from 26 to 29 September at Indra Hotel Toraja. Under the guidance of Toraja DMO, it is expected that Pokja will not only be managing social media and website but also establishing Visit Toraja as the official media of Toraja tourism.

By entrusting the management of social media and Visit Toraja website to Pokja team, the destination will gradually proceed with digital promotion and marketing of Toraja; while Swisscontact will only supervise and provide input as necessary.





Active discussions during the RPJMDes training session

Wakatobi

Building Capacity for Village Development in Wakatobi

By Steven JA Siwu – PO Finance & Legal Aspect & Cecilia E – PO Communications

I Peran pemerintah penting bagi kemajuan pelaksanaan pembangunan, mulai dari tingkat nasional, tingkat daerah hingga ke tingkat pedesaan. Dokumen perencanaan pembangunan wajib dimiliki pemerintah sebagai panduan arah pembangunannya. Untuk itu pemerintah wajib menyusun dokumen perencanaan untuk jangka waktu tertentu yang berisi arah kebijakan keuangan, strategi pembangunan, dan program kerja. Di tingkat desa, dokumen perencanaan ini disebut Rencana Pembangunan Jangka Menengah Desa (RPJMDes). Idealnya RPJM Desa bersifat partisipatif, berpihak kepada masyarakat, mewujudkan kemampuan dan kemandirian masyarakat, terbuka, serta akuntabel.

Namun tidak semua desa mempunyai kemampuan untuk menyusun dokumen RPJMDes sendiri. Melihat hal ini, Swisscontact Wisata berinisiatif mengadakan kegiatan pelatihan RPJMDes dan Peraturan Desa di Kabupaten Wakatobi. Rangkaian kegiatan pelatihan ini diadakan mulai tanggal 7 sampai 16 Desember yang diikuti unsur Pemerintah Desa dan BPD dari 15 desa yang ada di Kabupaten Wakatobi. Kegiatan pelatihan dibuka oleh Camat serta Sekretaris masing-masing Kecamatan.

"Kami sejak diangkat menjadi BPD di desa belum pernah mendapat pelatihan penyusunan RPJMDes dan Perdes, sehingga hal ini sangat bermanfaat bagi kami" - Demikian respon para peserta yang hadir.

Rupanya, selain karena pelatihan ini pertama kalinya diselenggarakan di Wakatobi, pelatihan ini juga sesuai kebutuhan mereka. Setelah pelatihan, diharapkan dokumen RPJMDes di semua desa yang ada akan direvisi agar sesuai dengan program Bupati yang baru. Hal ini membuka peluang untuk memasukkan usulan-usulan bidang pariwisata ke dalam dokumen RPJM Desa, terutama pada desa yang menjadi dampingan Swisscontact.

E The Government plays an important role for the progress of development, from the national level, regional, up to the village level. The Government should have a development planning document as a guide to steer the development, therefore this document should be prepared for a specific period containing financial policy, development strategy, and work plan. At the village level, this planning document is called the Village Medium term Development Plan (RPJMDes). Ideally RPJMDes should be participatory, pro-community, able to present the ability and independence of community, open, and accountable.

Not all villages have the capacity to prepare their own RPJMDes. Considering this, Swisscontact Wisata has initiated a training on how to prepare RPJMDes and Village Regulation (Perdes) in Wakatobi district. The training series started from 7 until 16 December, participated by local government and BPD constituents from 15 villages in Wakatobi. This training was opened by Head and secretary of each sub-district.

"Since we have been appointed as BPD in the village we have never received RPJMDes and Perdes training, so this is very useful for us" - most participants have given similar response.

Apparently, besides the fact that this was the first time such training held in Wakatobi, they realized that this is necessary for them to perform their work. After the training, expectedly all the RPJMDes documents in all villages are to be revised according to the Regent's new program. This opens up the opportunity to include tourism proposals in RPJMDes, especially in the villages facilitated by Swisscontact.

A Kick Start to Tourism Market in Wakatobi

By Putri Wilda Kirana - PO External Destination Marketing Wakatobi

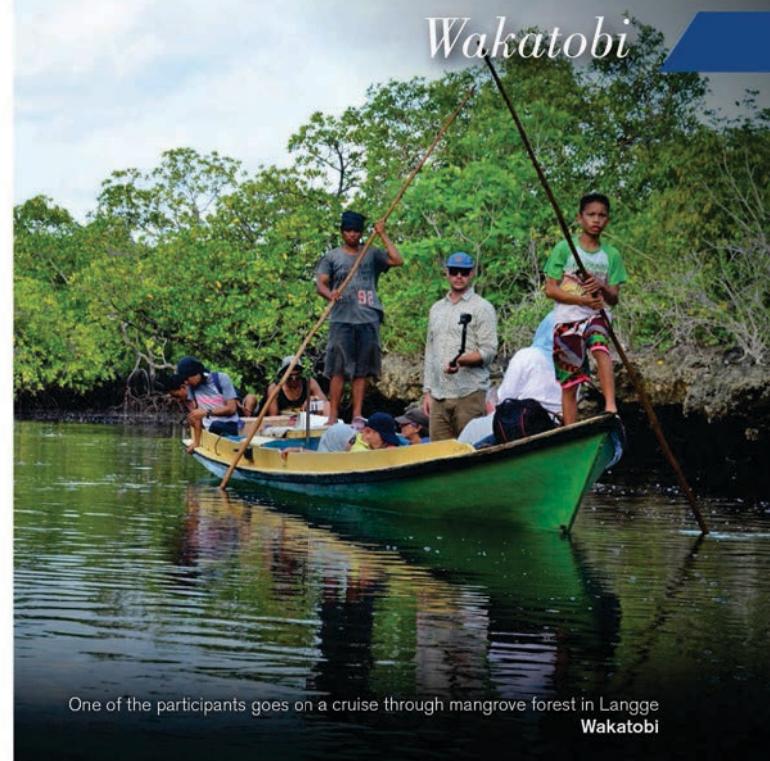
I Permintaan industri pariwisata akan destinasi wisata baru yang unik dengan keragaman budaya yang menakjubkan kian meningkat setiap tahunnya. Kompetisi antar perencana perjalanan, agen travel dan operator tur semakin intense dan perlu komunikasi langsung dan personal agar mereka mempertimbangkan suatu destinasi, seperti Wakatobi misalnya.

Familiarization (fam) trip merupakan salah satu strategi mempromosikan destinasi yang memungkinkan peserta mendapatkan pengetahuan dan merasakan langsung kondisi lapangan. FTKP Wakatobi melalui Island Working Group (IWG) Marketing Network bekerjasama dengan Swisscontact WISATA dan stakeholder pariwisata lokal menyelenggarakan Fam Trip bagi pelaku bisnis lokal, yaitu tur operator di Indonesia untuk pertama kalinya.

Selama lima hari empat malam, pada 4-9 Desember, para peserta diajak menjelajahi tiga pulau utama di Wakatobi (Wangi-wangi, Kaledupa dan Tomia) dan dua daerah wisata berbasis masyarakat (Kulati dan Liya Togo) untuk merasakan atraksi bawah air dan budaya Wakatobi. Peserta fam trip terdiri dari sepuluh pembeli potensial nasional dan daerah, yaitu Bpk Albert Kok dari Panorama Destination, Bpk Dwi Nugraha dari PACTO Indonesia, Ibu Mutia Nur Fatma dari Garuda Indonesia Holiday, Bpk Herman Hoven dari Khiri Travel, Ibu Caroline Deiman dari Happy Trails Asia, Ibu Ni Luh Putu Astiti dari Kelana DMC, Mr. Sigfried Neuhaus dari Caraka Travelindo, Bpk Theofilus Mantung dari Vifa Holiday DMC, Bpk Bayu Perkasa Toha dari PT. Dewi Wisata Tour and Travel dan Bpk Rahman Rahim dari ASITA Sulawesi Tenggara. Selain itu, satu orang operator selam daerah dan satu orang dari HPI (Indonesia guide association) juga turut serta dalam trip ini untuk meningkatkan pengetahuan mereka terhadap produk dan perencanaan perjalanan.

"Bagi saya, perjalanan ke Benteng Liya Togo merupakan bagian tur ini yang paling berkesan. Perjalanan saya ke sini terasa alami. Penduduk lokal berlaku seperti hari-hari biasanya. Peserta dibiarkan menjelajahi seluruh desa dengan didampingi guide lokal yang memberikan penjelasan bagus". – Dwi Nugraha, PACTO Indonesia

Di hari terakhir trip, diselenggarakan pertemuan informal antara peserta dengan pemerintah kabupaten dan pebisnis lokal, seperti operator selam di Wakatobi. Dalam pertemuan ini, semua yang hadir berkesempatan menjajaki kesempatan bisnis satu sama lainnya.



E The demand of tourism industry on a new tourism destination with a unique and fascinating cultural diversity has been increasing each year. Competition between trip planners, travel agents, and tour operators are growing intense and requires direct and personal communication to win them over to consider a destination such as Wakatobi.

Familiarization (fam) trip is one of the strategies to promote a destination that allows the participants to obtain knowledge and get a hand-on local product in the field. FTKP Wakatobi through the Island Working Group (IWG) Marketing Network cooperates with Swisscontact WISATA and local tourism stakeholders organized Fam Trip for local businesses that is Indonesian tour operators for the first time.

For five days and four nights, on 4-9 December, the participants were invited to explore three main islands in Wakatobi (Wangi-wangi, Kaledupa and Tomia) and two community based tourism areas (Kulati and Liya Togo) to evaluate the underwater attraction and Wakatobi culture. The Fam trip participants consisted of potential buyers, both national and regional. They were Mr Albert Kok of Panorama Destination, Mr Dwi Nugraha of PACTO Indonesia, Mrs Mutia Nur Fatma of Garuda Indonesia Holiday, Mr Herman Hoven of Khiri Travel, Mrs Caroline Deiman of Happy Trails Asia, Mrs Ni Luh Putu Astiti of Kelana DMC, Mr Sigfried Neuhaus of Caraka Travelindo, Mr Theofilus Mantung of Vifa Holiday DMC, Mr Bayu Perkasa Toha of PT Dewi Wisata Tour and Travel, and Mr Rahman Rahim of ASITA Sulawesi Tenggara. One local dive operator and one representative of Indonesia Guide Association (HPI) also participated in this trip to improve their knowledge on product and trip planning.

"For me, trip to Benteng Liya Togo was the most exciting tour in Wakatobi. My trip here felt natural. Local residents are living their lives as usual. The participants were allowed to explore the village and assisted with a pretty good explanation from our local guide". – Dwi Nugraha, PACTO Indonesia

On the last day, an informal gathering was held between participants, district officials, and local business e.g. dive operators in Wakatobi. In this meeting, everybody had the opportunity to explore business opportunities with each other.

Vocational & Higher Education



Mr. Mustafa gives his input during the evaluation session of WITIP 2016 Bali

Together We Can Do So Much!

By Yorsi Nuzulia – PO for Vocational Education and Training

Hellen Keller pernah mengatakan "sendirian kita dapat melakukan hanya sedikit, bersama-sama kita bisa melakukan begitu banyak".

Wisata Teacher Internship Program (WITIP) 2016 berhasil dilaksanakan sepenuhnya berkat banyak dukungan dari mitra industri dan SMK model. Untuk mempertahankan kerja sama yang saling menguntungkan ini, semua mitra industri dan kepala sekolah SMK model diundang menghadiri pertemuan di Hotel Puri Dalem, Bali pada 14 Desember 2016. Pertemuan berlangsung dengan hangat dan semua yang hadir dapat berdiskusi dan berbagi pengalaman hasil WITIP 2016, sekaligus memperkuat kemitraan antara sekolah dan industri melalui berbagai kegiatan bermanfaat selanjutnya.

"Tak dapat dipungkiri bahwa perbedaan antara kurikulum hospitality di SMK dan industri cukup biasa. Dunia industri sangat dinamis dan ini perlu disampaikan ke dunia pendidikan. Solusinya adalah bagian SDM perlu mengunjungi sekolah, khususnya yang terletak di daerah terpencil. Mereka dapat memberikan kuliah pendek sehingga pelajar bisa mendengar langsung dari ahlinya dan terinspirasi (dari mereka)", tegas Gede Harimbawo Sukarma, Direktur Human Resources dari Fairmont Sanur Beach Bali.

Bapak Mustafa, kepala sekolah SMK Negeri 8 Makassar juga menyatakan bahwa program Industri Mengajar akan sangat

Positif Kajian Studi Destinasi Pariwisata (CTDS – Center for Tourism Destination Studies) di bawah naungan Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Bandung, didukung Swisscontact WISATA, mengembangkan Modul Pelatihan Pengelolaan Destinasi Pariwisata (DM Modules) bagi para praktisi pengelola destinasi pariwisata di daerah-daerah di Indonesia. Trainer Certification / Training of Trainers (ToT) DM Modules dihadirkan untuk melahirkan tenaga-tenaga pelatih profesional di daerah-daerah Indonesia untuk dapat bekerjasama dengan CTDS dalam memberikan pelatihan kepada para (praktisi) pengelola destinasi pariwisata di daerah sekitarnya.

ToT DM Modules akan dilaksanakan dengan informasi sebagai berikut;
Tanggal : 8 – 20 Mei 2017
Tempat : Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Registration: Joussie Paskah (0857 20986204; ctds@stp-bandung.ac.id) | Melissa Laik (0897 9122940; melissa.laik@swisscontact.org)

memberikan kontribusi pada kualitas lulusan SMK.

Pertemuan ini dihadiri delapan mitra industri dan lima SMK model, yaitu Fairmont Sanur Beach Bali, Santika Siligita Nusa Dua Bali, Bali Dynasty Resort, Novotel Bali Nusa Dua Hotel & Residence, Antavaya, Pacto, Asialink Holidays, Garuda Indonesia, SMKN 3 Denpasar, SMK Pariwisata Harapan Denpasar, SMKN 10 Surabaya, SMKN 8 Makassar, dan SMKN 6 Makassar. Di akhir pertemuan, semua yang hadir berkomitmen terus mendukung WITIP 2017 dan meningkatkannya dengan mendekati lebih banyak sekolah dan guru pariwisata.

E Hellen Keller once said "alone we can do so little, together we can do so much".

Wisata Teacher Internship Program (WITIP) 2016 was successfully delivered because of genuine support from many partner industries and model SMKs. To maintain this mutual partnership, all partner industries and principals of model SMKs were invited to a one-day meeting in Puri Dalem Hotel, Bali, on 14 December 2016. It was held in a friendly manner and everyone was able to discuss and share the result of WITIP 2016 as well as strengthen partnership between schools and industries through upcoming useful activities.

"We cannot deny, the differences between the curriculum of SMK in hospitality and industry is quite common. The industry world is dynamic, so it needs to be delivered in the world of education. The solution is the HR department needs to come to schools especially in remote areas. They can give short lectures so that students can hear directly from the expert and get inspired" affirmed Gede Harimbawo Sukarma, Director of Human Resources from Fairmont Sanur Beach Bali.

Mr. Mustafa, the Principal of SMK Negeri 8 Makassar also stated that the Industri Mengajar (Industry Teach) program will very much contribute to the quality of SMK graduates.

The meeting was attended by 8 partner industries and 5 model SMKs, i.e. Fairmont Sanur Beach Bali, Santika Siligita Nusa Dua Bali, Bali Dynasty Resort, Novotel Bali Nusa Dua Hotel & Residence, Antavaya, Pacto, Asialink Holidays, Garuda Indonesia, SMKN 3 Denpasar, SMK Pariwisata Harapan Denpasar, SMKN 10 Surabaya, SMKN 8 Makassar, and SMKN 6 Makassar. At the end of the meeting, all stakeholders expressed their commitment to keep on supporting WITIP 2017 and to make it better by reaching more schools and tourism teachers.

Center for Tourism Destination Studies (CTDS), under Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Bandung, together with Swisscontact WISATA, has developed Modules for Destination Management Professionals for all professionals who work in tourism destination management in Indonesia. Trainer Certification/Training of Trainers (ToT) DM Modules are conducted to create professional trainers in the regions of Indonesia to cooperate with CTDS in providing training for tourism destination management practitioners in the surrounding areas.

ToT DM Modules will be conducted on:
Date: 8 – 20 May 2017
Venue: Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Flores : Toward Big Change in Garbage Pickup

By Cecilia Evita – PO Communications

I Suatu Jumat sore di sepanjang utara Ende dan Kelimutu, banyak orang berkumpul untuk memungut sampah yang berserakan dan menyapu jalanan. Ini merupakan bagian program "Gerakan Desa Bersih" yang dicanangkan Dinas Pariwisata Ende bersama stakeholder lokal. Gerakan ini cukup berhasil karena telah dilaksanakan setiap Jumat sore dengan melibatkan 10 desa. Target selanjutnya adalah melibatkan 1000 orang dalam kegiatan ini.

Robert Kennedy Diaz, ketua RT03 Kampung Ujung bersama kelompok Perempuan Peduli Lingkungan (P2L) yang awalnya memulai gerakan ini boleh berbangga hati melihat upaya mereka telah berhasil bahkan meluas. Didampingi Swisscontact WISATA, P2L dan kelompok Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) telah memiliki galeri kreasi daur ulang, stasiun pengisian air isi ulang, dan gudang daur ulang sampah plastik yang dibantu Pemda Manggarai Barat. Pendampingan ke empat sekolah contoh 'clean & green' dan pelatihan kreasi daur ulang sampah plastik juga dilakukan. Beberapa kelompok peduli lingkungan khusus anak muda pun dibentuk seperti Pemuda Pemudi Labuan Bajo Bersatu (P2LB) dan Anak Muda Peduli Pesisir Pantai).

Di tempat lain, seperti di Moni, telah ada tukang sampah keliling dengan sepeda motor beroda tiga yang akan mengambil sampah dari rumah-rumah, restoran, sekolah untuk kemudian dibawa ke unit pengolahan. Bank sampah Ende mengadakan pelatihan daur ulang sampah menjadi kerajinan menarik. Penduduk desa dan kecamatan Kelimutu bersama Swisscontact juga menyusun peraturan desa terkait pengelolaan sampah (SWM).

E One Friday afternoon, throughout the northern part of Ende and Kelimutu, many people gathered to pick up trash and clean up the road. This was part of "Clean Village Movement" program organized by Dinas Pariwisata Ende together with local stakeholders. This movement is quite successful since it is now held every Friday afternoon with participation of ten villages. The next target is to involve 1,000 people.

Robert Kennedy Diaz, head of RT03 Kampung Ujung, together with Perempuan Peduli Lingkungan (P2L), who initiated the program, are proud to see how they have succeeded and even improved. Facilitated by Swisscontact WISATA, P2L and Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK) group have developed recycling craft gallery, drinking water refilling station and recycled plastic warehouse with the support from Manggarai Barat local government. They even facilitate four 'clean & green' pilot schools and provide training on plastic waste recycling. Several environmental groups for young adult have been established, such as Pemuda Pemudi Labuan Bajo Bersatu (P2LB) and Anak Muda Peduli Pasir Pantai.

Another area, Moni, has its own garbage men with tricycle motorbike to pick up trash from houses, restaurants, and schools to be taken to the processing unit. Ende waste bank conducts training to recycle plastic into attractive souvenirs/craft. The villagers, together with Kelimutu sub-district and Swisscontact, have developed village regulation on Solid Waste Management (SWM).

Upaya membersihkan lingkungan ini tentu tak lepas dari dukungan dan kerja sama semua pihak, mulai dari masyarakat sampai dengan pemerintah. Keseriusan pemerintah semakin terlihat ketika Bupati Manggarai Barat pada Desember lalu membentuk Laskar Peduli Lingkungan Labuan Bajo untuk mengatasi masalah sampah. Semoga upaya penanggulangan sampah di Flores terus berlanjut untuk mewujudkan Flores bersih dan indah.



The movement to clean up the environment will not succeed without the support and cooperation from all parties, both community and government. The local government has shown their commitment when Bupati Manggarai Barat established Laskar Peduli Lingkungan Labuan Bajo to resolve waste issue. Hopefully the clean-up activities continue to be carried out for a clean and beautiful Flores.



