KOMPAS TRAVELFAIR

SURVEY RESULT

DAFTAR ISI

A. PENJELASAN TENTANG RISET KTF 2019 2
B. HASIL FGD 4
C. HASIL SURVEI 8
EXHIBITOR 8
VISITOR JAKARTA 22
VISITOR DAERAH 43
D. DISKUSI & REKOMENDASI 56
E. LAMPIRAN 59
Kritik dan Saran dari Visitor 59
Saran/ Kritik/ Harapan kepada PENYELENGGARA dari EXHIBITOR 60
Saran/ Kritik/ Harapan kepada PENYELENGGARA dari VISITOR 62
Analisis FGD 71
Transkrip FGD 88

A. PENJELASAN TENTANG RISET KTF 2019

Latar Belakang

Peringkat indeks daya saing pariwisata Indonesia di dunia naik menjadi peringkat 40 di tahun 2019 dari peringkat 42 di tahun 2017. Hal itu berdasarkan Laporan The Travel & Tourism Competitiveness Report yang dirilis WEF (World Economic Forum) 2019 baru-baru ini. Di dunia, Indonesia berada di peringkat 40 dari 140 negara. Di kawasan Asia Tenggara, indeks daya saing pariwisata Indonesia berada di peringkat empat. Indonesia meraih skor 4,3 dari total penilaian pilar-pilar seperti lingkungan bisnis, keamanan, kesehatan dan kebersihan, sumber daya manusia dan lapangan kerja, keberlanjutan lingkungan dan lainnya. Adapun skala penilaian yaitu 1 untuk terburuk sedangkan angka 7 untuk terbaik. Skor di atas 5 yang diperoleh Indonesia adalah prioritas pariwisata. Peningkatan pariwisata membawa manfaat besar bagi banyak negara tetapi harus dikelola dengan baik oleh pembuat kebijakan dan bisnis untuk masa depan yang berkelanjutan, Event seperti Kompas Travel Fair merupakan salah satu *event* yang sangat mendukung perkembangan pariwisata Indonesia, dibuktikan dengan adanya area stan khusus *adventure* dan penawaran paket pariwisata pulau-pulau eksotis yang ada di Indonesia selain penawaran paket wisata mancanegara.

Maka dari itu, tentu diperlukan perencanaan event MICE yang semakin matang. Riset menjadi satu komponen penting. Lewat riset yang terencana dan matang, penyelenggara KTF 2019 dimungkinkan untuk mendapatkan data-data, strategi, dan masukan penting untuk menyempurnakan pelaksanaan event KTF 2020. Sebagai salah satu event industri pariwisata yang cukup besar di Indonesia, banyak data yang bisa digali untuk terus menyempurnakan acara KTF 2019 kedepannya.

Dengan tim profesional yang terdiri dari Doktor dan Master lulusan universitas ternama baik dari dalam maupun luar negeri, serta tim riset yang berpengalaman kami siap mendukung keperluan riset bagi KTF 2019. Kami juga sudah memiliki data riset 2018 untuk melihat perkembangan dari tahun sebelumnya.

Layanan

Layanan yang kami tawarkan untuk KTF 2019 lebih komprehensif dari tahun-tahun sebelumnya. adalah penelitian mendalam dengan kombinasi pendekatan survei dan FGD untuk **KTF 2019**.

Lingkup Kerja

Bersama dengan penyelenggara, kami menjadi mitra yang membantu dalam mensurvei khalayak pameran dalam KTF 2019 dengan berdasarkan pada lingkup kerja sebagai berikut:

1. Bersama dengan penyelenggara melakukan brainstroming aspek-aspek yang diteliti.
2. Menyusun instrumen penelitian dan desain penelitian survei dan FGD.
3. Melakukan pengumpulan data dengan cara menyebar survei selama kegiatan pameran berlangsung.
4. Dokumentasi dan analisis FGD
5. Mengolah dan menganalisis data yang sudah diperoleh
6. Memberikan rekomendasi langkah yang harus diambil pasca pengambilan data.

Metode Pengumpulan Data

Metode Pengambilan Data Survei

Dalam rangka mencapai tujuan, strategi yang dilakukan untuk mengumpulkan data antara lain:

1. Survei yang dilakukan secara *offline dan online* (menyebar lembar kuesioner secara manual) secara paralel untuk mengoptimalkan jumlah sampel yang didapat selama pameran.
2. Metode sampling untuk Exhibitor: Sensus
3. Metode sampling untuk Visitor: Purposive/ Accidental

Metode Pengambilan Data FGD

Dalam rangka mencapai tujuan, strategi yang dilakukan untuk mengumpulkan data antara lain:

1. Tim KTF menyiapkan tempat minimum seluas 20 m2, lengkap dengan meja, kursi, ruang berpendingin, proyektor, kabel hdmi/ vga di JCC selama hari pameran berlangsung.
2. Kapasitas meja dan kursi untuk 10 orang
3. Tim KTF Gimmick bagi peserta FGD
4. Tim Evaluator membuat indikator FGD yang akan diperiksa oleh Tim KTF
5. Tim Evaluator menyiapkan perangkat dokumentasi seperti camera, voice recorder, dll.
6. FGD 1 sesi 6 orang mix dari berbagai Usia
7. Tim evaluator bertanggung jawab terhadap pencarian peserta FGD dan mekanisme pengambilan datanya sampai pada kesimpulan dan rekomendasi

Metode Analisis Data

Data yang telah diperoleh dari kuesinor selanjutnya akan diolah dan dianalisis. Adapun strategi pengolahan data sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif
2. Short Answer Cluster Analysis
3. Respondent Profiling
4. Analisis kualitatif hasil FGD

5. Rekomendasi berdasarkan hasil survei dan FGD.

B. HASIL FGD

Terdapat beberapa poin penting hasil temuan dari penyelenggaraan *Focus Group Discussion* sebagai catatan bagi penyelenggara acara untuk menjadi perhatian dalam penyelenggaraan acara serupa tahun 2020.

Tambah promo harga terjangkau

Alasan peserta FGD datang ke Kompas Travel Fair (KTF) tak lain karena ingin mengejar promo tiket murah. Verry Vernon (43) misalnya, ia menyebut bahwa tujuan datang ke KTF untuk cari promo tiket murah dan melihat tren jalan-jalan saat ini. “Mau cari promo tiket yang paling termurah,” ujarnya. Apa yang disampaikan Verry diamini oleh perserta lainnya yakni, Ronny, Erwin, Novita, Herlin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tujuan utama peserta datang ke KTF adalah mencari promo tiket murah, baik untuk wisata dalam dan ke luar negeri. Dengan datang ke KTF peserta merasa berpeluang untuk merealisasikan mimpi jalan-jalan mereka.

Hanya saja, peserta FGD sepakat mengeluhkan promo yang terbatas dan cepat habis. Hal ini perlu menjadi pertimbangan penyelenggara. Kami menyarankan agar penyelenggara menambah kuota tiket murah dan promo-promo menarik lainnya. Sebab hal inilah yang menjadi alasan utama pengunjung datang ke KTF.

Kemudahan pembayaran

Peserta menginginkan adanya kemudahan dalam hal pembayaran. Sebagian besar peserta berharap bahwa bank yang berpartsisipasi tidak hanya satu bank saja, tetapi ada bank-bank besar lainnya. Herlin (29) misalnya, ia kesulitan untuk melakukan transaksi karena bank yang bekerjasama dengan KTF hanya CIMB. Dia berharap ada bank lain yang terlibat sehingga dirinya bisa transaksi dengan cicilan 0%. “Meski harganya beda tipis, tapi kalau ada cicilan 0% lebih ringan rasanya,” jelas Herlin.

Shintya (23) mengaku dirinya cukup kesulitan bila pembayaran tiket tidak dicicil. Dia berharap KTF mendorong transaksi pembayaran lebih mudah lagi pada event yang akan datang. Peserta FGD berharap KTF memfasilitasi kemudahaan transaksi dan pembayaran. Apalagi mengingat animo masyarakat yang sangat luar biasa.

Dengan pangsa pasar yang besar mestinya didukung pula dengan kemudahaan transaksi pembayaran. Penyelenggara perlu juga mempertimbangkan untuk bekerjasama dengan

sejumlah bank sehingga tersedia luas alternatif pembayaran. Kami melihat faktor kemudahan bertransaksi bisa menjadi salah satu daya tawar ke pengunjung agar mau datang ke KTF.

Paket atau non paket: lebih pada kebutuhan dan tujuan perjalanan

Peserta FGD sepakat menyebutkan bahwa paket perjalanan semua tergantung kebutuhan masing-masing. Alasannya setiap orang memiliki keingin dan tujuan jalan-jalan yang berbeda. Bagi yang hendak liburan keluarga, tentu lebih dibutuhkan kemudahan maka paket-paket perjalanan menarik akan jadi buruan.

Sementara, individual traveller yang umumnya usia muda dan belum berkeluarga, tujuan jalan-jalan mereka adalah mencari pengalaman. Seperti halnya Michael (33) yang lebih pilih beli tiket pesawat ke negara tujuan dan merencanakan sendiri aktivitas di tempat tujuan. “oh kalo saya tadi beli tiketnya dulu, kalo paket, kayaknya nanti saya akan coba bikin sendiri,” jelas Michael. Sementara Ronny (28) lebih pilih paket yang berkaitan dengan transportasi dari dan ke tempat tujuan ditambah tiket transportasi di negara tujuan seperti Jepang yang butuh tiket JR Pass. Senada dengan Michael dan Ronny, Verry (43), “memang paket itu bagus, tapi kan memang sesuai kebutuhan orang pak. Mungkin kalo orang yang baru pertama kali jalan-jalan ke Holyland mungkin akan dianjurkan pake paket tour, tapi kalo tipikal saya, kalau saya pribadi saya lebih suka, beli tiket dulu, nanti saya bikin paket sendiri.” Alasan Verry melakukan ini agar ia bisa menentukan budget sendiri.

Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman menyusun rencana perjalanan sendiri justru mengasikkan menurut peserta. Kecenderungan mereka tidak mau diatur, mereka mau secara independen menentukan kegiatannya sendiri.

Sedangkan untuk kegiatan seperti umroh atau pergi ziarah ke tanah suci sebaiknya paket wisata karena ada yang mengarahkan dan membimbing. Kelebihan sistem paket wisata peserta merasa lebih dimudahkan.

Paket wisata rohani muslim misalnya untuk memberi jaminan apakah makanan dan minuman yang diberikan sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianut. Selain soal makanan halal, paket wisata muslim juga menjelaskan secara lebih rinci lokasi mushola, masjid dan lokasi yang sesuai ajaran agama. Dengan adanya paket wisata rohani, misalnya paket muslim maka akan ada jaminan bahwa yang diberikan yang disajikan sudah sesuai dengan syariat meski di lokasi wisata yang bukan negara muslim. Buat muslim jadi tahu tempat-tempat yang punya makanan halal sesuai ajaran Muslim. Kondisi ini sejalan dengan apa yang disampaikan Shintya (23). Menurutnya perjalanan seperti umroh orang pasti lebih milih paket, biar tidak sulit dan report segala macam persiapan. “Karena kan di sana tujuannya buat berdoa, jadi yang ga ribet saja pakai paket,” tutur Shintya.

Sedangkan untuk paket *showbiz* dirasa lebih cocok untuk keluarga dan anak-anak. Berdasarkan hasil pengamatan peserta FGD kurang antusias dengan *showbiz*. Buat anak muda atau individual traveller lebih suka jalan-jalan demi mendapat pengalaman baru seputar kearifan lokal setiap destinasi.

Destinasi halal lebih soal makanan

Perihal wisata halal para peserta sama-sama menyadari bahwa wisata ini ada dan sedang *booming.* Pemahaman peserta soal wisata halal lebih ke makanan. Shintya (23) menyebut dia paling memikirkan soal makanan saat bepergian. “Saya takut buat makan yang aneh-aneh, kalo mau nanya juga rada sungkan, terus halal tour, atau paket halal kan udah pasti apa yang masuk ke dalam situ sudah aman,” jelasnya.

Ternyata soal destinasi halal bukan hanya pada makanan saja. Salah satu peserta menjelaskan bahwa wisata halal bisa juga tentang destinasinya yang memang destinasi rohani seperti ziarah. Wisata halal juga bisa berhubungan dengan tempat tujuan yang non rohani tapi ada titik-titik tertentu yang ada penandanya misalnya ada masjid atau mushola dekat spot wisata. “Wisata halal itu luas, petunjuk mushola atau masjid di tempat wisata, jadi ga cuma makanan saja,” ungkap Verry. Menurutnya Korea sudah mempersiapkan hal itu sehingga nyaman bagi muslim yang datang ke Korea.

Influencer mempengaruhi keputusan

Keberadaan influencer sangat besar peranannya dalam pengambilan keputusan. Untuk itu KTF perlu melibatkan influencer ternama dalam traveling agar dapat menarik minat para pelancong untuk hadir ke Kompas Travel Fair.

Influencer seperti Ria SW hingga Jerome Polin disebut-sebut sebagai influencer yang selalu memberi inspirasi. “Ria SW kalau bikin konten selalu menarik, kontennya bagus, editannya bagus dan kalo ngomong asik gitu,” ujar Novita. Michael mengamini obrolan Novita dengan menyebutkan bahwa, “tour bareng dengan influencer pasti seru, kalo mungkin bisa tour ke Jepang sama Jerome Polin, Ria SW.”

Untuk memantapkan pemahaman tentang wisata halal, kami menyarankan agar dilakukan penelusuran lebih lanjut dengan mengumpulkan informasi dari para agen perjalan. Perlu dipetakan apa-apa saja yang disebut wisata halal menurut versi agen perjalanan. Di sisi lain perlu juga untuk mengetahui bagaimana Kementerian Pariwisata menyebut wisata halal.

Optimalisasi media sosial

Nah, dalam hal cara promosi, peserta memberi saran agar Kompas Travel Fair lebih meningkatkan aktivitas di media sosial. Peserta sepakat bahwa pesan melalui instagram akan lebih cepat dan mudah untuk sampai ke personal individu. Alasannya, media lain seperti iklan

koran kurang begitu efektif. “Tidak semua orang baca koran,” ujar Novita (26). Bahkan Erwin (54), lebih pilih sosial media, sebab media cetak sudah jarang baca karena susah dicari. Kami menyarankan agar penyelenggara rutin menyajikan informasi melalui instagram story dengan menggunakan hashtag tertentu sehingga bisa menjangkau publik luas.

Peserta FGD diminta memberikan reaksi atas akun instagram Kompas Travel Fair. Menurut mereka Kompas travel fair harus menyederhanakan username, agar orang bisa lebih gampang mengingat dan mencari. Berikan *caption* yang lebih deskriptif dan jelas, karena menurut sebagian peserta informasi kurang begitu jelas.

Peserta menyarankan agar instagram KTF lebih aktif. Menurut Verry, ”(IG KTF) kurang quiznya aja supaya orang lebih interaktif.” Selain soal interaktivitas, desain tampilan IG KTF perlu dibuat lebih menarik dan terstruktur. Verry, Herlin, Novita, Erwin, dan Michael sepakat bahwa desain penting untuk menarik perhatian.

Kami menyarankan tiga hal untuk optimalisasi media sosial KTF. Pertama, buat strategi tahunan untuk pengelolaan media sosial. Kedua, siapkan tim yang khusus untuk mengelola akun. Agar komunikasi rutin terjadi tidak hanya menunggu atau baru aktif ketika menjelang acara. Ketiga, sediakan pos anggaran khusus untuk media sosial dengan tujuan untuk promosi dan mendukung operasional media sosial.

Aktivitas pendukung acara

Terungkap dalam FGD bahwa tujuan peserta ke KTF tidak hanya mencari tiket tetapi juga untuk mengisi waktu luang akhir pekan. Sebagian besar peserta menghabiskan waktu cukup lama di KTF. Mereka mengharapkan agar KTF tidak hanya menyediakan *exhibitor* agen perjalan, jangan hanya seperti pasar tempat jual beli terjadi, namun juga ada value tambahan lainnya.

Verry (43) misalnya dia senang dengan keberadaan pavilion Papua. Buat dia, datang ke KTF bisa sekalian tahu hal baru. “Saya bisa dapat hal baru informasi baru dari pavilion Papua,” jelas Verry. Berbeda dengan Verry, Michael (33) datang ke KTF menyenangkan karena bisa sekalian melihat kebutuhan pendukung liburan seperti koper, kacamata, dll.

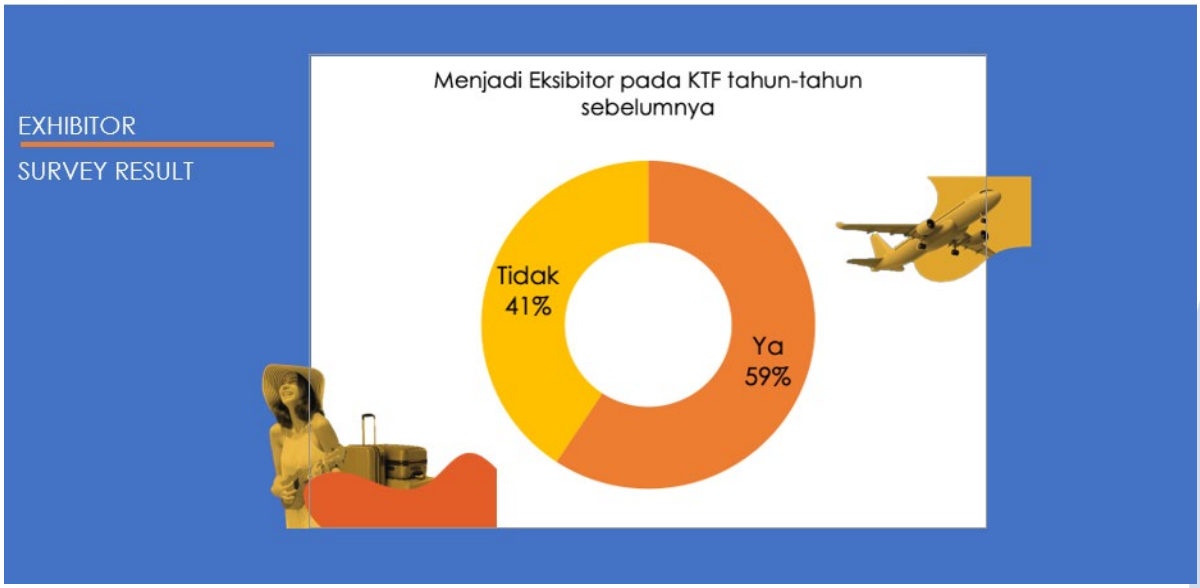
Peserta merasa Kompas Travel Fair cukup satu tahun sekali saja. Kedepan penyelenggara harus lebih kreatif lagi dan lebih out of the box yang memang setiap tahunnya lain dari yang lainnya. Harusnya ada kegiatan atau aktivitas penunjang lainnya agar pengunjung bisa berlama-lama dan menghabiskan waktu lebih panjang di acara ini. Ada hiburan musik, ada kulineri, ada tempat bermain anak dan segudang aktivitas pendukung lainnya.

C. HASIL SURVEI

EXHIBITOR

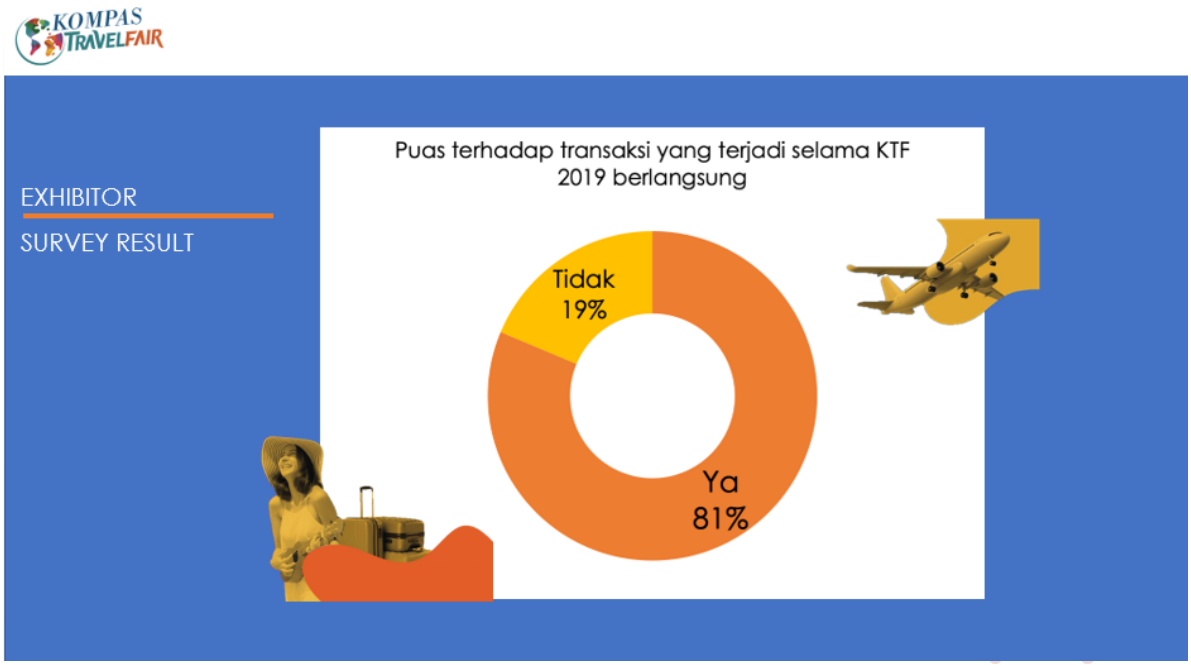
Dalam survei yang telah dilakukan selama KOMPAS Travel Fair 2019 (KTF 2019) pada 20-22 September 2019, terdapat eksibitor yang ikut berpartisipasi dalam acara tersebut. Terdapat 83 eksibitor yang berhasil kami himpun dalam survei dengan rincian data sebagai berikut:

Gambar 1. Menjadi Eksibitor pada KTF Tahun-Tahun Sebelumnya



Dari total responden eksibitor, sebesar 59% responden merupakan eksibitor pada KTF di tahun-tahun sebelumnya. Sedangkan sebesar 41% responden merupakan eksibitor yang baru pertama kali bergabung dengan KTF. Hal ini menunjukkan bahwa KTF tetap menarik para pecinta traveling.

Gambar 2. Puas Terhadap Transaksi yang Terjadi Selama KTF 2019 Berlangsung



Dari total responden eksibitor, sebesar 81% responden merasa puas terhadap transaksi yang terjadi selama KTF 2019 berlangsung. Sedangkan sebesar 19% responden merasa tidak puas terhadap transaksi yang terjadi selama KTF.

Alasan ketidakpuasan antara lain pengunjung yang sepi dan mengakibatkan sepinya transaksi yang terjadi, ada juga yang mengatakan bahwa lokasi *booth* yang didapatkan oleh eksibitor tidak strategis dan menyebabkan *traffic* yang tidak merata. Selain itu, beberapa eksibitor merasa tidak puas terhadap transaksi yang terjadi selama KTF 2019 karena masih berada di bawah ekspektasi mereka dan beberapa mengatakan masih belum mencapai target dari yang telah ditetapkan sebelumnya.

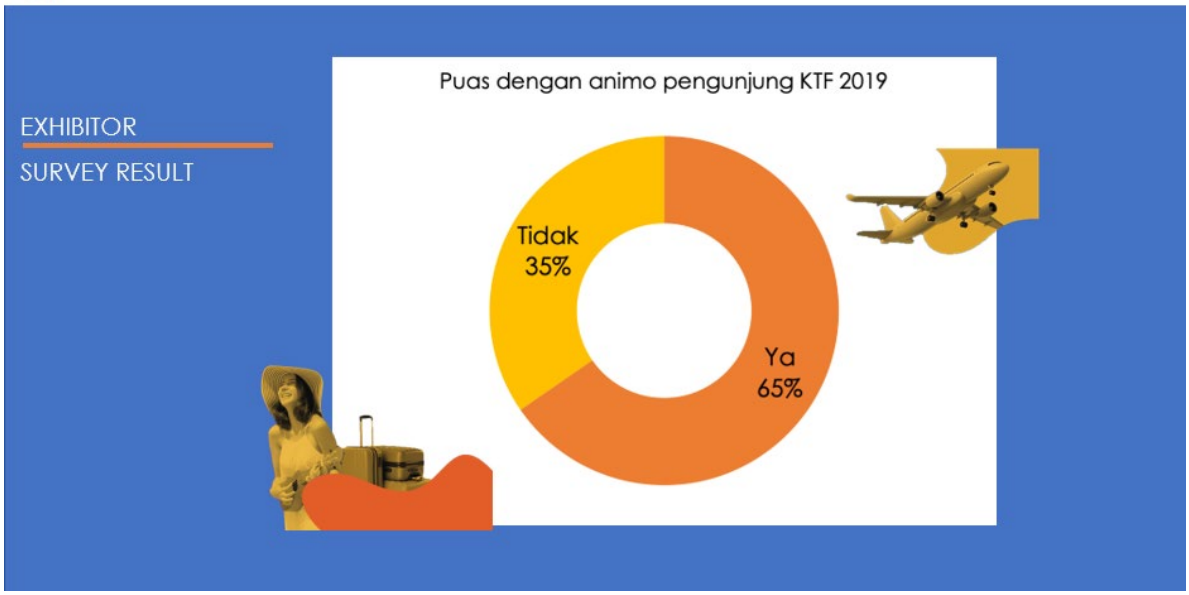
Gambar 3. Puas dengan Pelayanan Penyelenggara

Dari total responden eksibitor, mayoritas (81%) puas dengan pelayanan penyelenggara KTF 2019. Sedangkan sebesar 12% merasa tidak puas terhadap pelayanan dari penyelenggara. Meski demikian ada masukkan dari eksibitor untuk penyelenggara. Ada harapan agar panitia kedepannya dapat lebih proaktif dalam menangani eksibitor, hal ini dikarenakan selama KTF 2019 berlangsung, para eksibitor masih kurang dapat melihat pelayanan yang diberikan dari panitia. Selain itu, beberapa eksibitor menilai bahwa panitia masih menanggapi pertanyaan atau permintaan dengan lambat, sehingga menghambat beberapa hal selama acara berlangsung.

Masukkan lain berhubungan dengan peraturan, dan sistem yang berlaku selama KTF kemarin, karena masih dianggap cukup repot oleh eksibitor. Eksibitor berharap KTF berikutnya dapat menggunakan sistem yang lebih mudah dan tidak membingungkan eksibitor, karena tidak semua eksibitor memiliki pemahaman yang sama mengenai peraturan dan system yang diberikan. Selain itu, eksibitor merasa harus adanya peraturan jelas mengenai batas *volume* suara yang diperbolehkan ada pada setiap *booth*. Hal ini disampaikan karena terdapat eksibitor yang merasa bahwa suara dari eksibitor lainnya terlalu ramai, sehingga mengganggu satu sama lainnya.

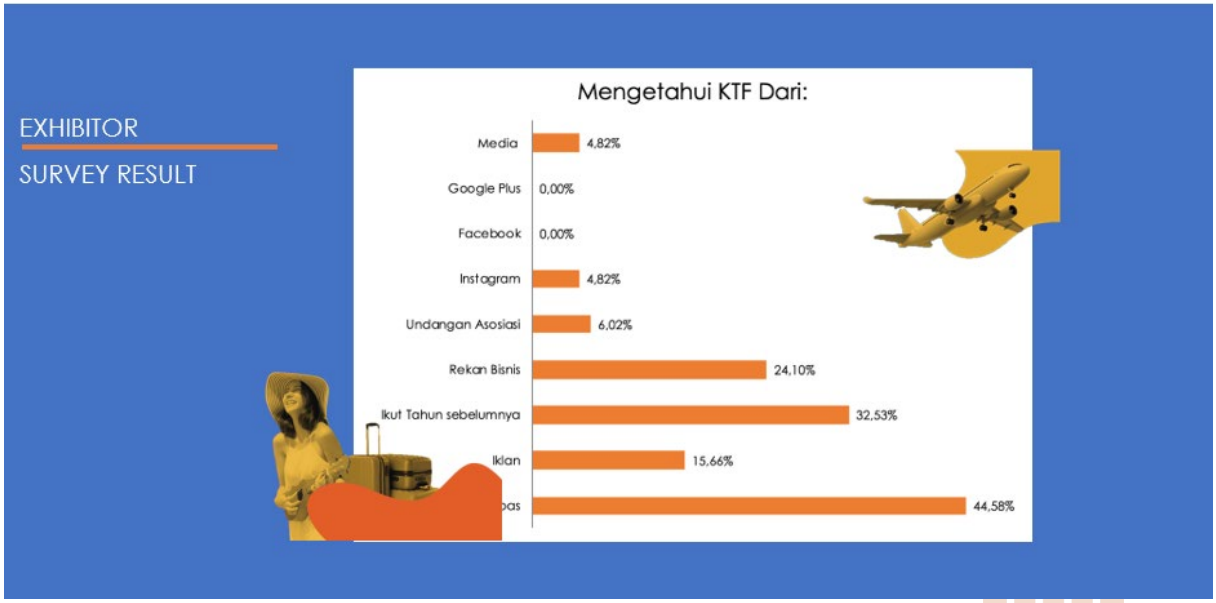
Kebersihan lokasi KTF juga menjadi perhatian eksibitor, karena mungkin saja ada eksibitor yang datang setiap hari dan selalu menjaga *booth* seharian penuh. Eksibitor menganggap jika lokasi tidak bersih, maka akan mengganggu kenyamanan eksibitor dan juga pengunjung yang datang. Tidak hanya kebersihan di dalam *exhibition*, eksibitor juga mengatakan bahwa kebersihan toilet perlu diperhatikan, terutama dengan banyaknya pengguna toilet sehingga harus terus dipantau kebersihannya.

Gambar 4. Puas dengan Animo Pengunjung KTF 2019



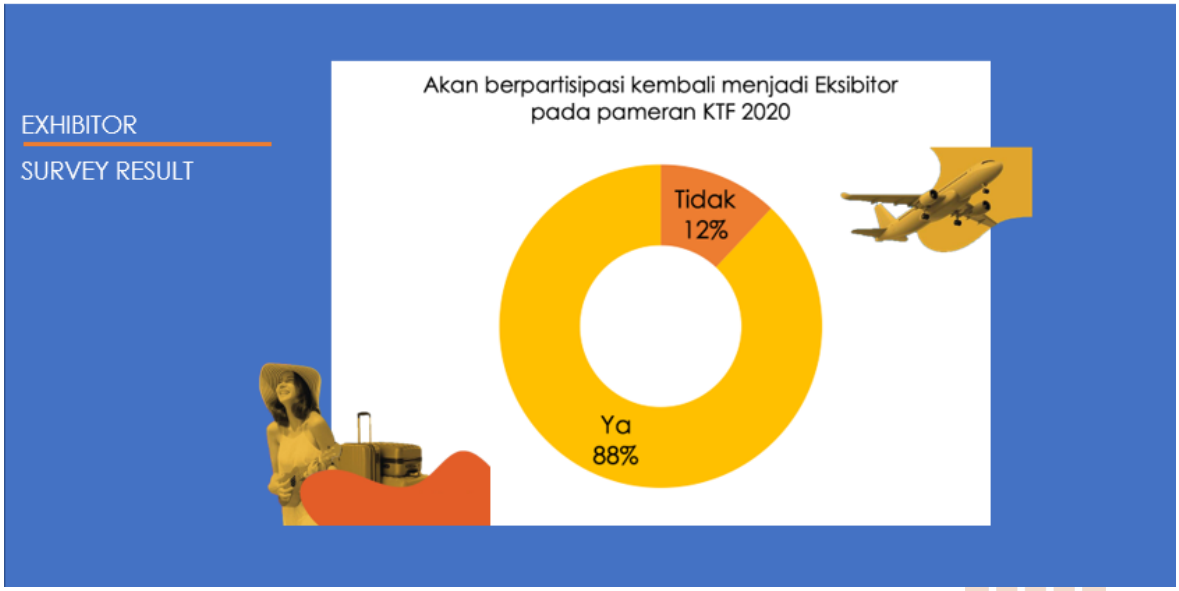
Dari total responden eksibitor, sebesar 65% responden merasa puas terhadap animo pengunjung. Sedangkan sebesar 35% merasa tidak puas dengan animo pengunjung. Sepinya pengunjung merupakan hal utama yang dikeluhkan oleh para eksibitor. Eksibitor yang merasa tidak puas dengan animo pengunjung KTF 2019 sebagian besar berasal dari eksibitor yang tidak mengikuti KTF tahun-tahun sebelumnya, sehingga merasa jumlah pengunjung yang datang masih berada di bawah harapan mereka. Sedangkan eksibitor yang mengatakan tidak puas dengan animo pengunjung tetapi pernah mengikuti KTF sebelumnya merasakan adanya penurunan animo pengunjung dari KTF yang pernah mereka ikuti.

Gambar 5. Mengetahui KTF dari ..



Dari total responden eksibitor, sebesar 45% responden mengetahui KTF dari *email*/undangan yang dikirimkan oleh KOMPAS, sebesar 16% responden mengetahui KTF dari iklan, sebesar 33% persen sudah ikut KTF dari tahun sebelumnya, sebesar 24% responden mengetahui KTF dari rekan bisnis, sebesar 6% mengetahui dari undangan asosiasi. Selain itu, sosial media juga memegang peranan penting dalam penyelenggaraan dan publikasi KTF 2019. Sebesar 5% mengetahui KTF dari Instagram, sebesar 5% responden mengetahui KTF dari media lain, tidak ada responden atau sebesar 0% yang mengetahui KTF dari Facebook dan Google Plus.

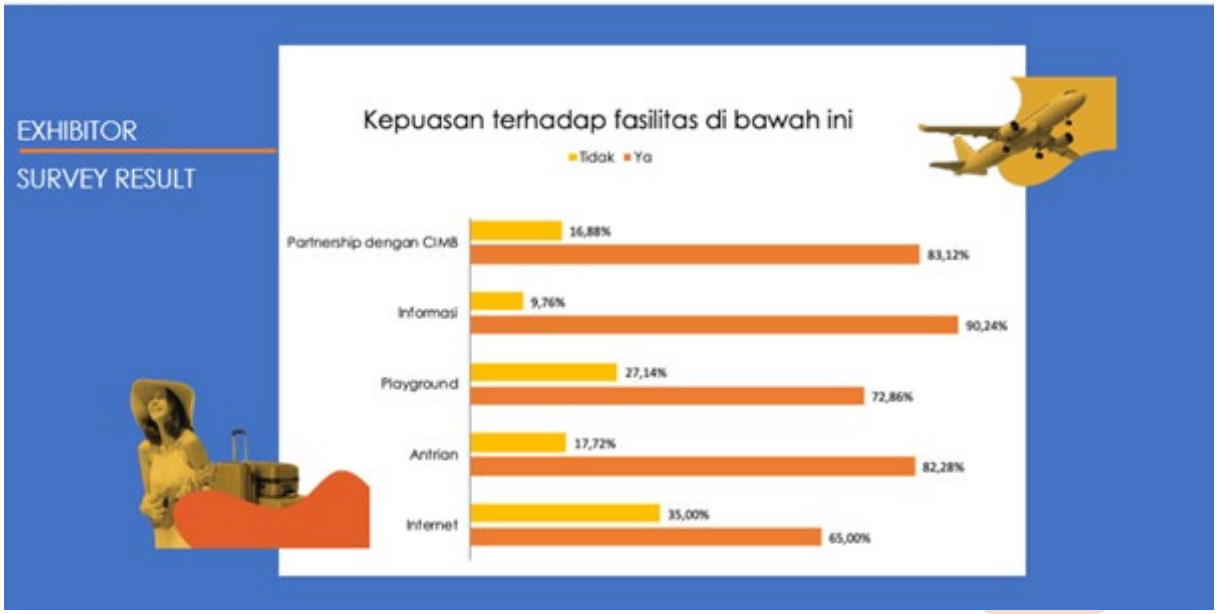
Gambar 6. Berpartisipasi Kembali Menjadi Eksibitor pada Pameran KTF 2020



Dari total responden eksibitor, sebesar 88% responden eksibitor mengatakan akan kembali berpartisipasi menjadi eksibitor pada pameran KTF 2020. Sedangkan, sebesar 12% responden eksibitor tidak mau berpartipasi kembali menjadi eksibitor pada pameran KTF 2020. Kami berharap penyelenggara memperhatikan saran dan masukkan eksibitor agar penyelenggaraan KTF kedepannya semakin baik.

Untuk luasan tempat yang dibutuhkan para eksibitor jika akan mengikuti kembali KTF 2020 beragam, mulai dari 4m^2 sampai 45m^2. Mayoritas eksibitor mengatakan bahwa luasan tempat yang dibutuhan adalah 18m^2 dan 36 m^2, tergantung kepada kebutuhan dan tujuan masing-masing eksibitor.

Gambar 7. Kepuasan Terhadap Fasilitas di bawah ini



Dari total responden eksibitor, sebesar 65% responden mengatakan puas terhadap koneksi internet yang diberikan dan 35% responden mengatakan tidak puas dengan koneksi internet yang ada. Hal ini dikarenakan tidak semua eksibotor mengetahui apakah ada wifi, atau mereka merasa sinyal yang ada sulit digunakan. Beberapa eksibitor yang merasa tidak puas menyarankan agar KTF kedepannya dapat lebih menjamin kestabilan koneksi internet, karena banyak dari eksibitor yang melakukan pengecheck-an tiket secara *online* sehingga dapat menghambat transaksi yang ada jika koneksi internet kurang stabil. Sebesar 82% responden mengatakan antrian yang ada sudah memuaskan mereka terutama sebagai eksibitor mereka memiliki akses tersendiri sehingga tidak perlu antri saat masuk, namun tetap ada responden sebesar 18% yang mengatakan tidak puas terhadap antrian yang ada. Sebesar 73% responden mengatakan puas terhadap fasilitas *playground* dan sebesar 27% responden mengatakan tidak puas terhadap fasilitas *playground* karena tidak mengetahui dan tidak menggunakan fasilitas tersebut.

Sebesar 90% dari eksibitor responden mengatakan puas terhadap informasi yang diberikan oleh penyelenggara karena sudah sangat jelas, namun sebesar 10% responden mengatakan tidak puas terhadap informasi yang diberikan, karena masih ada beberapa eksibitor yang mengatakan kurang memahami informasi mengenai rangkaian acara KTF dengan jelas. Untuk partnership dengan Bank CIMB sebesar 83% responden mengatakan puas. Sebesar 17% responden mengatakan tidak puas terhadap partnership dengan Bank CIMB. Beberapa responden yang mengatakan tidak puas karena alasan belum melakukan partnership dengan Bank tersebut. Eksibitor juga menyarankan agar KTF kedepannya dapat bekerjasama dengan Bank lain yang sudah memiliki nama besar dan nasabah yang lebih banyak untuk memudahkan pengunjung

melakukan transaksi. Hal ini disebabkan oleh beberapa pengunjung tidak jadi melakukan transaksi karena tidak menggunakan dan tidak mau membuat kartu di Bank tersebut. Namun kami sebagai analis event dapat mengerti bahwa event ini merupakan kerjasama eksklusif dan memungkinkan pertukaran data antara Kompas dan CIMB Niaga, penyelenggara KTF juga sudah bekerja sama dengan BNI di luar Jakarta.

Komentar eksibitor terkait improvement yang dilakukan oleh penyelenggara, terkait paket wisata khusus;

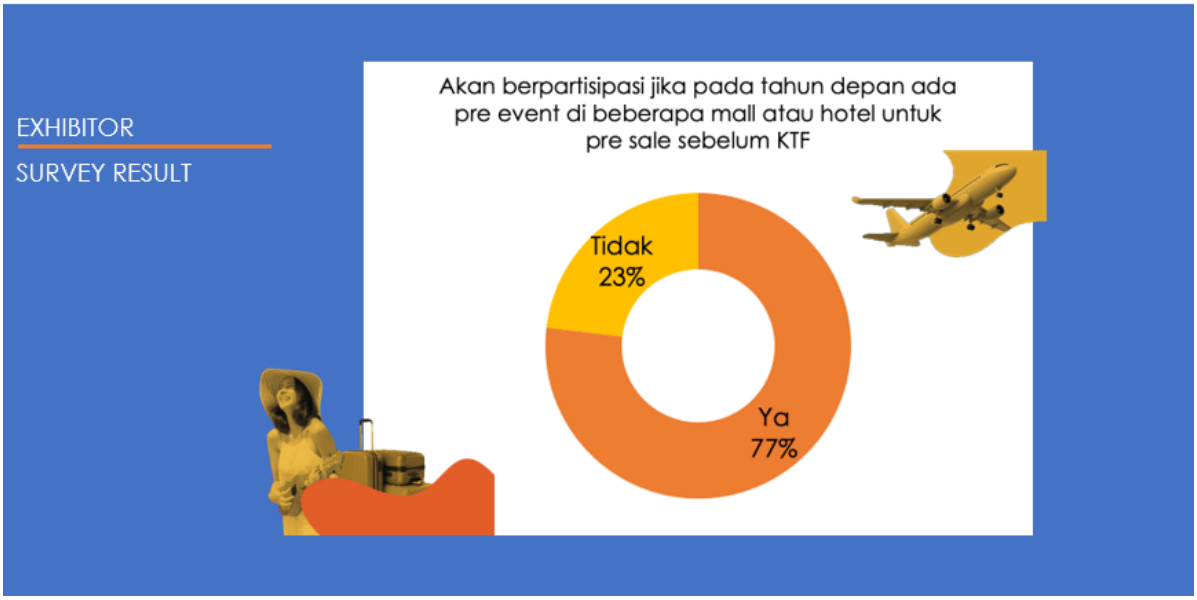
- Wisata Halal:
  1. Dikelompokkan di masing-masing segmen
  2. Travel halal harus ditingkatkan, karena mayoritas muslim
  3. Udah bagus
  4. Cukup bagus
  5. Gak ada
  6. Makanan
  7. Go further with the trends
  8. Baik
  9. Lebih bervariant
  10. Ditampilkan dengan lebih serius
  11. Lebih banyak announcement untuk wisata halal terhadap pengunjung
  12. Harus ada penanda agar tamu tau pembedanya
  13. Untuk fasilitas yang diselenggarakan untuk pengunjung cukup bagus
  14. Lebih banyak juga
  15. Sangat bermanfaat untuk masyarakat yang membutuhkan wisata halal di berbagai dunia
  16. OK
  17. Bagus dan bermanfaat
  18. Bagus sekali

- Domestik:
  1. Diskon lebih diperpanjang lagi waktunya
  2. Udah bagus
  3. Yang menariknya kurang banyak
  4. Cukup menarik
  5. Gak ada
  6. Tiket pesawat
  7. Go further with trends
  8. Baik
  9. Tujuan yang dihighlight lebih banyak
  10. Perlu diperbanyak
  11. Harus lebih banyak atau lebih tematik untuk wisata domestic
  12. Raja Ampat banyak diminati
  13. Puas, komplit

14. Bagus dan bermanfaat
15. Sangat banyak peminatnya
16. Paket wisata domestik yang dipromosikan sudah sangat bagus tetapi harga tiket pesawat sangat tinggi

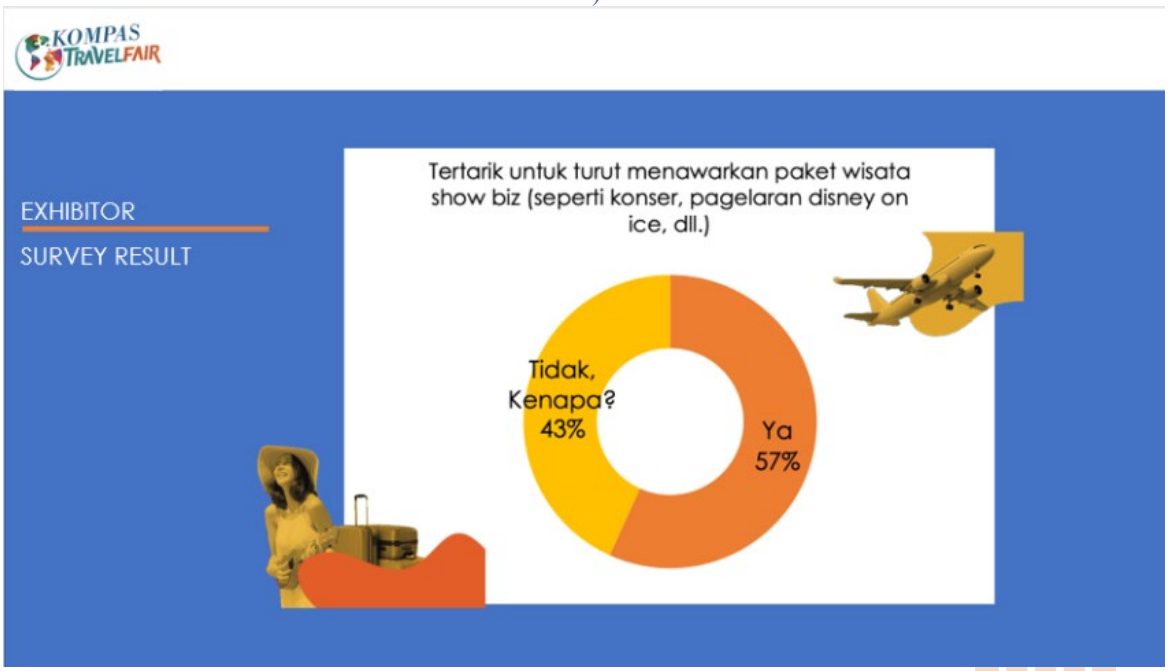
- Adventure :
  1. Perlu penambahan wisata edukasi
  2. Harganya kurang bagus
  3. Menarik
  4. Gak ada
  5. Objek wisata
  6. Go further with the trends
  7. Baik
  8. Sama sekali ga berasa adventurenya, harus dibuat yang lebih niat
  9. Perlu diperbanyak
  10. Tempatnya tidak strategis, seharusnya retail adventure ada di tengah
  11. Bagus dan bermanfaat
  12. Bagus sekali
  13. Masih kurang exhibitor untuk adventure (travel)

Gambar 8. Akan Berpartisipasi Jika pada Tahun Depan ada pre-event di Beberapa Mall atau Hotel Untuk pre-sale Sebelum KTF



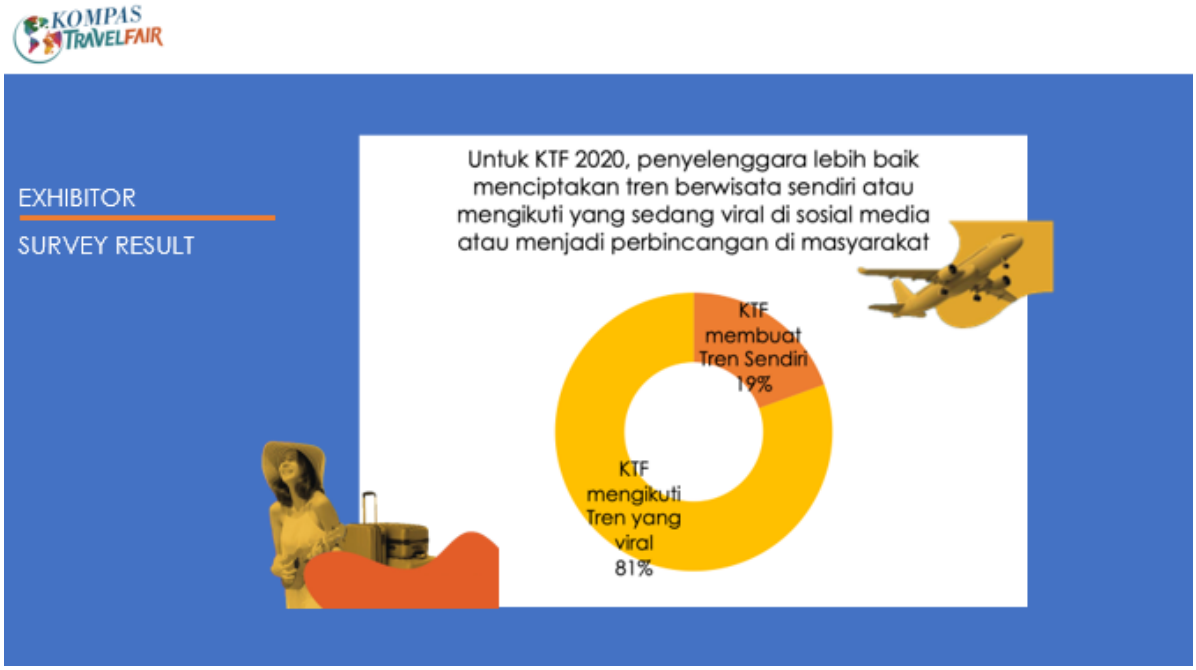
Dari total responden eksibitor, sebesar 77% responden mengatakan akan berpartisipasi pada acara pre-event tahun di beberapa mall atau hotel untuk pre sale sebelum KTF. Namun sebesar 23% eksibitor mengatakan tidak akan mengikuti pre-event tersebut karena permasalahan *budget*, waktu dan *resources* tidak mencukupi, dan merasa animo pengunjung yang akan sedikit jika ada di mall.

Gambar 9. Tertarik untuk Turut Menawarkan Paket Wisata Show Biz (seperti konser, pagelarn Disney on Ice, dll)



Dari total responden eksibitor, sebesar 57% responden mengatakan tertarik untuk turut menawarkan paket wisata show biz (seperti konser, pagelarn Disney on Ice, dll). Sebesar 43% responden lainnya mengatakan tidak tertarik untuk turut menawarkan paket wisata show biz. Eksibitor yang mengatakan tidak tertarik memiliki alasan yang serupa, yaitu karena bukan berasal dari bidang travel, dan bukan bidang mereka untuk menawarkan paket wisata tersebut. Sedangkan eksibitor yang memang pada bidang travel tertarik untuk menawarkan dan mengembangkan paket wisata show biz kedepannya.

Gambar 10. Untuk KTF 2020, Penyelenggara Lebih Baik Menciptakan Tren Berwisata Sendiri atau Mengikuti yang Sedang Viral di Sosial Media atau Menjadi Perbincangan di Masyarakat



Dari total responden eksibitor, sebesar 81% responden mengatakan bahwa untuk kedepannya KTF lebih baik mengikuti saja tren yang sedang viral di sosial media atau menjadi perbincangan di masyarakat, karena *customer* para eksibitor tersebut hampir semua menggunakan sosial media, dan banyak dari mereka yang mengikuti tren di sosial media. Sebesar 19% mengatakan bahwa KTF 2020 perlu untuk menciptakan tren berwisata sendiri, namun ketika ditanyakan apakah mereka memiliki ide atau saran untuk tren tersebut, mereka belum memiliki ide.

Kritik dan Saran dari Eksibitor

NO	Nama Perusahaan	Keluhan
1.	CITILINK	Klasifikasi segmen travel
2.	The Seraya	Tidak antri toilet
3.	Hotel Mambruk Anyer	Penyelenggaraan cukup baik, fasilitas toilet sangat mengantri
4.	Etihad Airways	More exposure please
5.	PT Merpati Abadi Sejahtera	KTF tahun depan dapat diperluas sampai Hall A agar mempermudah akses pengunjung
6.	Oman Air	Vanue diganti seperti di tahun sebelumnya
7.	Imperial Group	Alur traffic customer harus disesuaikan
8.	Pramana Hotels & Resort	Tanggal acaranya
9.	JHL Group	Lebih terkonsep lagi, khususnya untuk hotel
10.	Instyle Kuta Hotel	Lebih banyak promo yang bagus
11.	Puri Suria Resort	KTF tidak seramai GATF
12.	Hush Puppies Luggage	Posisi untuk booth seharusnya lebih baik dengan harga yang lebih baik lagi
13.	Airport Special Assistance	Lebih tertata lagi apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum acara
14.	CupBop	Next untuk lokasi KTF harus lebih besar
15.	Japan Luggage	Jangan lupa contact Japan Lugage kalau ada event
16.	Cold Wear	Promosi ditingkatkan
17.	Quadran	Partner CIMB, etc nya diperbaiki lagi, dan penyusunan tenant yang lebih tertara agar terbagi rata.
18.	Princess Cruises	Internet connection, semoga bias stabil karena hal terpenting untuk check availability, etc
19.	Jatra Tour	Minta harga bagus ke airlines dan kerjasama dengan bank yang bagus
20.	Rotama Tour	Untuk kerjasama bank mungkin lebih dipertimbangkan partner dengan bank lain.
21.	Avalon Waterways	Lebih disebar luaskan publikasinya
22.	Mutiara Indah Tour & Travel Services	Ya, banyak hadiah menarik
23.	Bayu Buana Travel Services	Lokasi lebih baik di Assembly Hall
24.	G - TOUR	Blast lebih awal
25.	PT Food Beverages Indonesia (Chatime)	Jangan bikin acara di tanggal yang sama di lokasi JCC kecuali lokasi Hall A atau depan
26.	Ethiopian Airlines	Tidak berdekatan dengan TF yang lain

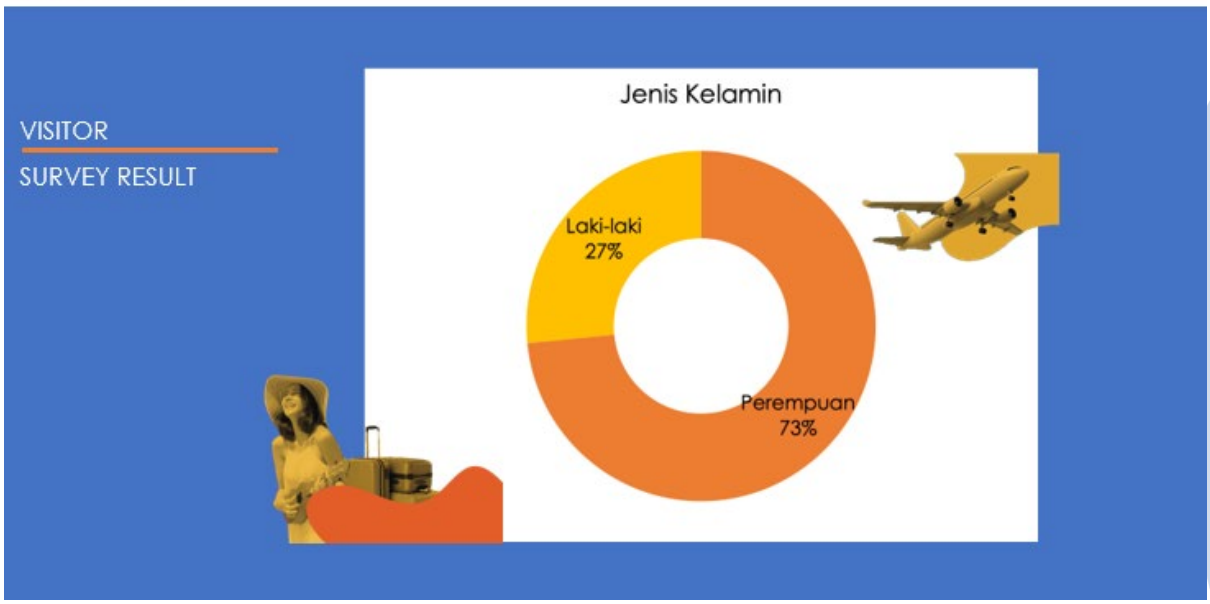
27.	AHHA TRIP	Untuk jumlah visitor bias bantu ditingkatkan kembali, mungkin karena banyak acara lainnya di JCC, jadi focus visitor terpecah
28.	Travelport	Harga promo airline harusnya lebih menarik Tren: ciptakan tren ala Kompas!
29.	Wahana Tour & Travel	Lebih mempertimbangkan waktu untuk menyelenggarakan untuk menghindari pameran2 lainnya yang akan otomatis berpengaruh besar
30.	PT Tas Centre Cemerlang / Travel Xperience	Lebih banyak promosi
31.	PT Giordano Indonesia (Timberland)	Traffic tidak merata
32.	PT Giordano Indonesia (The North Face)	Seharusnya pintu masuk dan keluar dibuka jadi flowcost merata
33.	ATS Vacations	1. Akses masuk / keluar eksibitor susah 2. Parkir untuk eksibitor free 3. Harga tiket masuk harus lebih murah dibandingkan online app
34.	PT Jalan Jalan Nusantara (My Tours)	Lebih selektif dalam pemilihan airlines dalam kerjasama dan promo-promo
35.	PT Garuda Abadi Tour and Travel (GARDI)	Promosi makin ditingkatkan sebagai magnet untuk menarik pengunjung
36.	Golden Rama Tour and Travel	Lokasi harus di depan, jangan di Hall B
37.	PT HNR Pesona Indonesia	Tidak ada
38.	Malaysia Airlines	Kalau bisa ada wifi untuk karyawan perusahaan karena susah sinyal
39.	All Nippon Airways (ANA)	Lokasi hall B, sign direction diperbanyak
40.	Adinda Azzahra Travel	Diharapkan ada wifi penyelenggara, dan ada hiburan untuk keluarga yang membawa balita agar nyaman
41.	Amadeus	Bisa lebih dipromosikan lagi agar lebih meriah di tahun depan dan leih nyaman di hall yang tempat ASTINDO
42.	PT Tamasya Ria Dunia	Keamanan dan kenyamanan lebih
43.	Great Union	Harga lebih murah dan posisi pameran jangan di belakang
44.	Panun Paradise, Misool, Raja Ampat	Saya minta agar panitia mengadakan promosi tiket pesawat murah dalam negeri khususnya Papua Barat
45.	Go Touch Down & Touch Down DMC	Sejauh ini segala sesuatunya sudah sangat baik, kami sebagai exhibitor sudah banyak sekali dibantu oleh EO

VISITOR JAKARTA

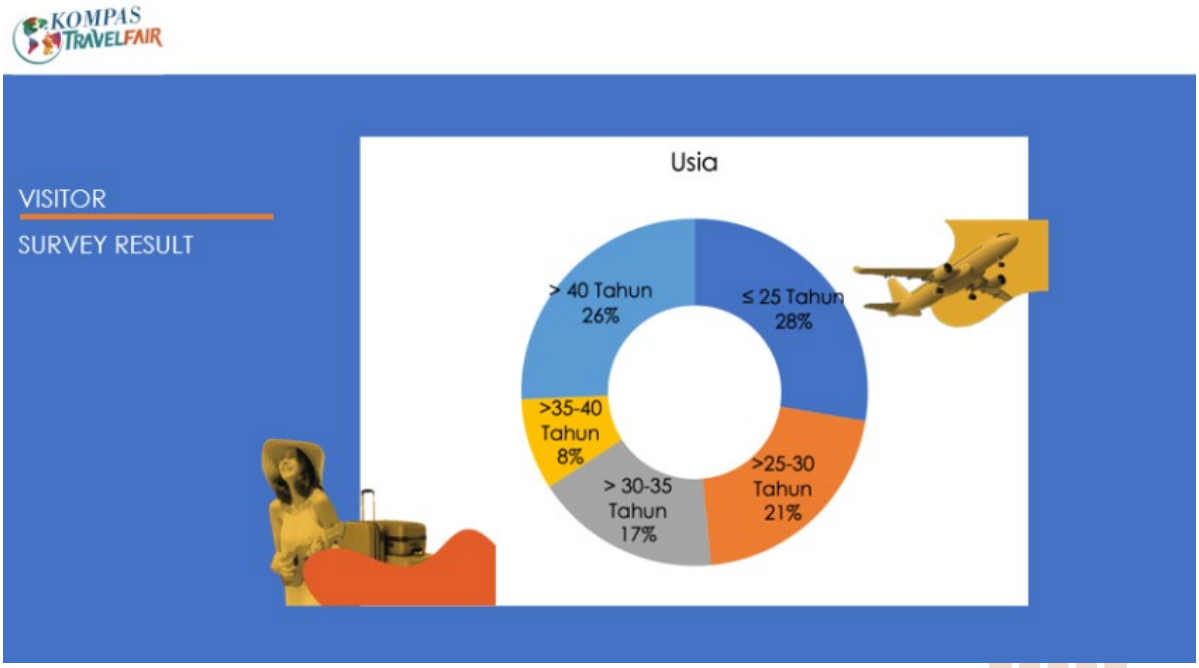
Dalam rangka untuk mengetahui minat dan alasan visitor datang ke Kompas Travel Fair (KTF) Jakarta, survei dilakukan selama gelaran berlangsung. Sebanyak 399 responden telah mengisi kuesioner yang dibagikan selama kegiatan. Hasil yang didapat dari survei sebagai berikut.

Berdasarkan data yang diperoleh mayoritas responden adalah perempuan (73%). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan memiliki minat lebih tinggi untuk hadir ke acara.

Gambar 11. Jenis Kelamin Pengunjung

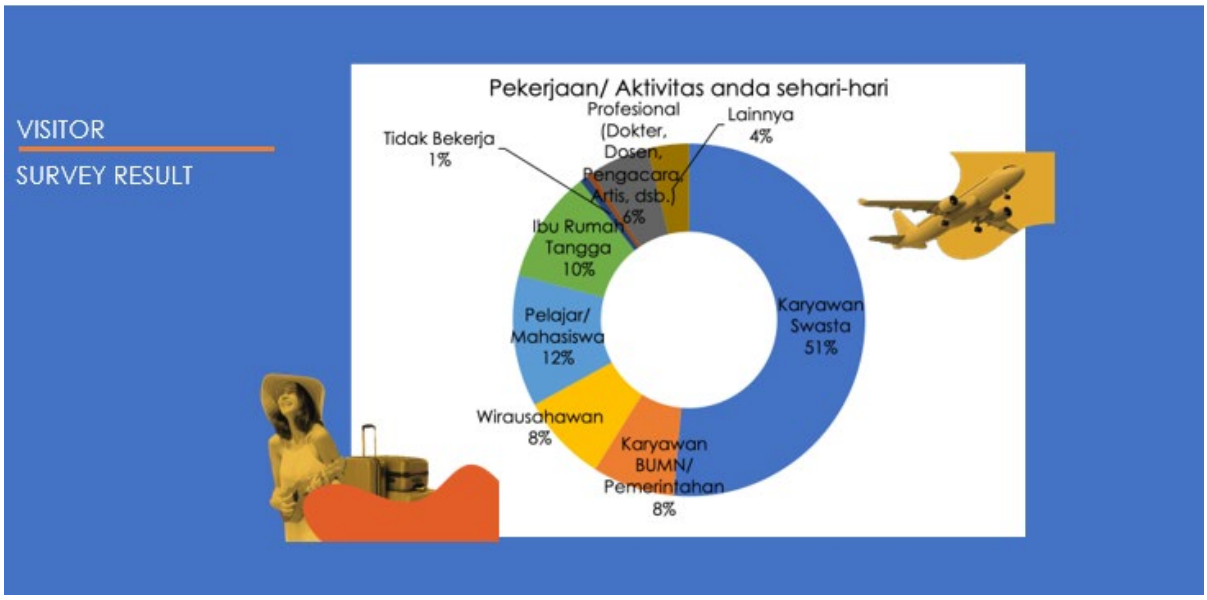


Gambar 12. Klasifikasi Usia Pengunjung



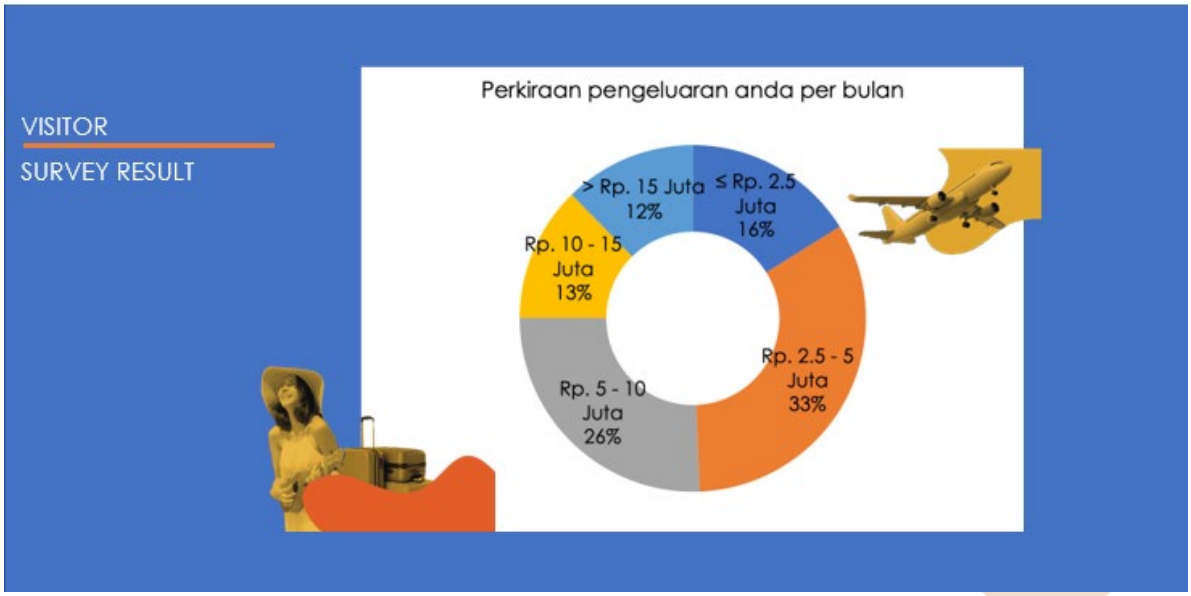
Sementara dalam hal usia, responden yang mengisi kuesioner paling banyak adalah visitor berusia ≤ 25 tahun (28%). Selanjutnya, usia >40 tahun memiliki 26%, usia 25-30 tahun 21%, usia 30-35 tahun 17%, dan usia 35-40% sebesar 8%.

Gambar 13. Pekerjaan / Aktivitas Pengunjung sehari-hari



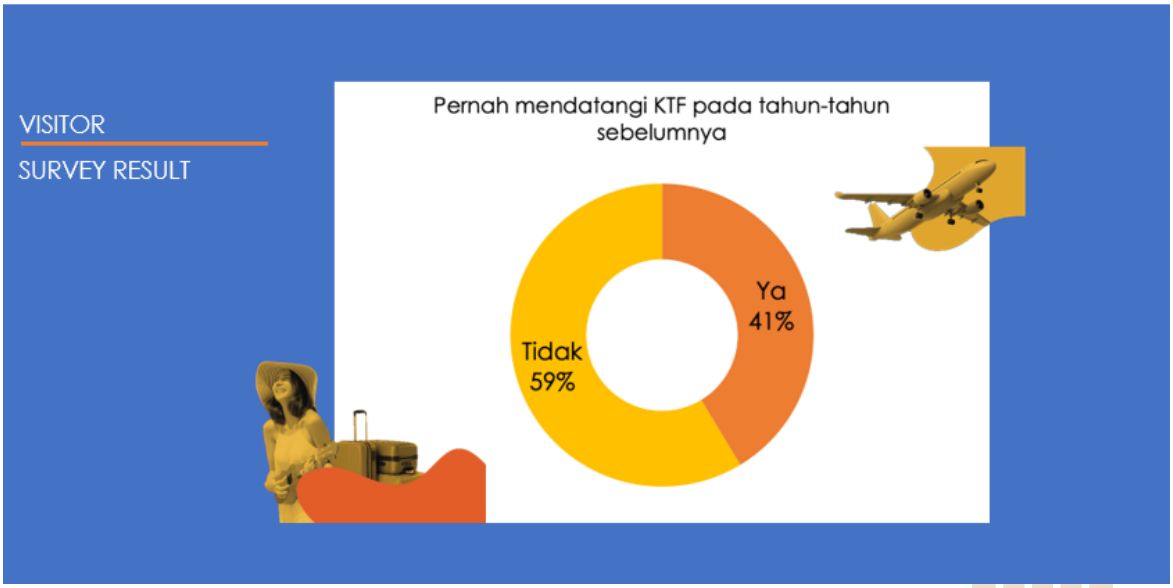
Berdasarkan data, dapat dilihat bahwa visitor yang paling banyak datang untuk melihat pameran travel adalah visitor dengan pekerjaan karyawan swasta dengan presentase sebesar 51%. Diikuti dengan pelajar/mahasiswa sebesar 12%, karena banyak pelajar/mahasiswa yang ingin mencari tiket pesawat untuk pertukaran pelajar atau memang mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan edukasi. Visitor dengan aktivitas sehari-hari Ibu Rumah Tangga sebesar 10%, Karyawan BUMN/Pemerintahan 8%, Wirausahawan 8%, dan pekerjaan Professional (Dokter, Dosen, Pengacara, Artis, dsb.) 6%.

Gambar 14. Perkiraan Pengeluaran Visitor Per Bulan



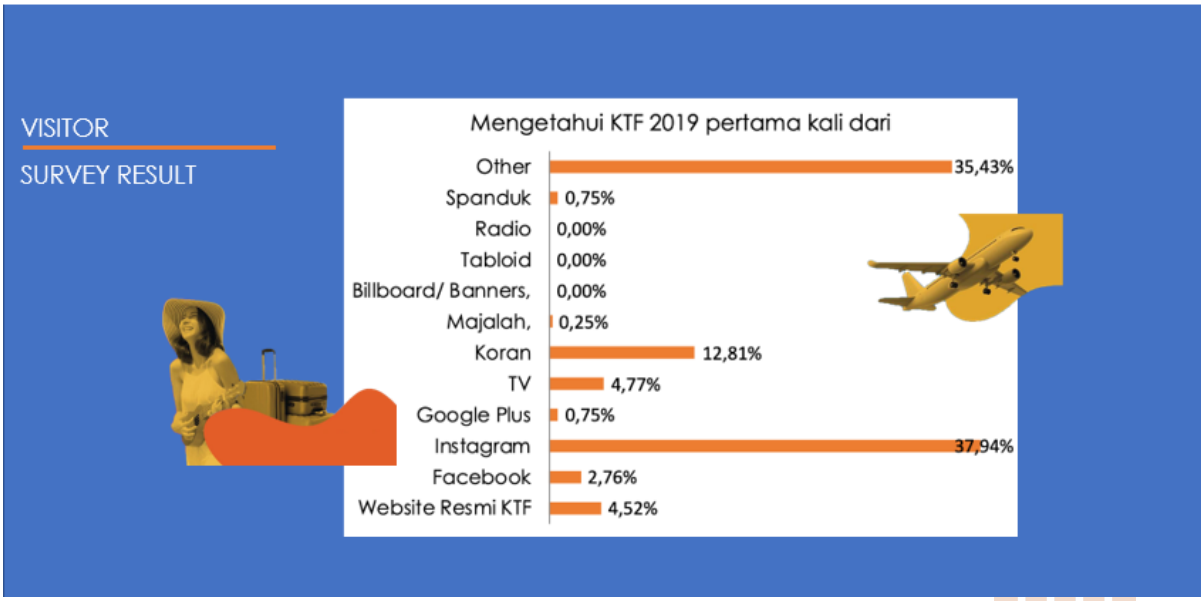
Berdasarkan jenis pekerjaan atau aktivitas sehari-hari visitor, maka tentunya mempengaruhi hasil survey pada perkiraan pengeluaran visitor per bulannya. Sebesar 33% responden dengan perkiraan pengeluaran setiap bulannya sekitar Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000. Selanjutnya diikuti dengan sebesar 26% responden dengan perkiraan pengeluaran Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000, ≤ Rp 2.500.000 sebesar 16% responden , Rp 10.000.000 – Rp 15.000.000 sebesar 13%, dan > Rp 15.000.000 sebesar 12%. Dapat menjadi panduan untuk exhibitor lainnya terutama bagi travel agency dalam membuat paket wisata yang disesuaikan dengan pengeluaran pengunjung untuk dapat menjangkau lebih banyak transaksi.

Gambar 15. Mendatangi KTF Sebelumnya



Pengunjung yang datang dalam sebuah acara umumnya pasti pernah mengikuti atau datang pada rangkaian acara tahun sebelumnya. Namun nyatanya hasil yang didapatkan berbeda, dan dapat dilihat pada gambar 14. Data yang ada menunjukkan bahwa 59% responden belum pernah mendatangi KTF pada tahun-tahun sebelumnya. Sementara 41% sisanya datang ke KTF 2019. Kondisi ini menggambarkan bahwa KTF semakin dikenal oleh public dan dapat menarik perhatian target market baru, yang dapat membawa potensi akan mendatangi KTF berikutnya jika memiliki pengalaman yang baik pada KTF tahun ini. Sehingga jumlah pendatang baru ke KTF ini harus dipertahankan. Dan berdasarkan data dapat dilihat bahwa KTF 2019 sudah cukup memberikan dampak baik bagi pengunjung, yang datang kembali pada KTF tahun ini. KTF harus dapat terus membangun image yang positif agar dapat bersaing dengan gelaran sejenis.

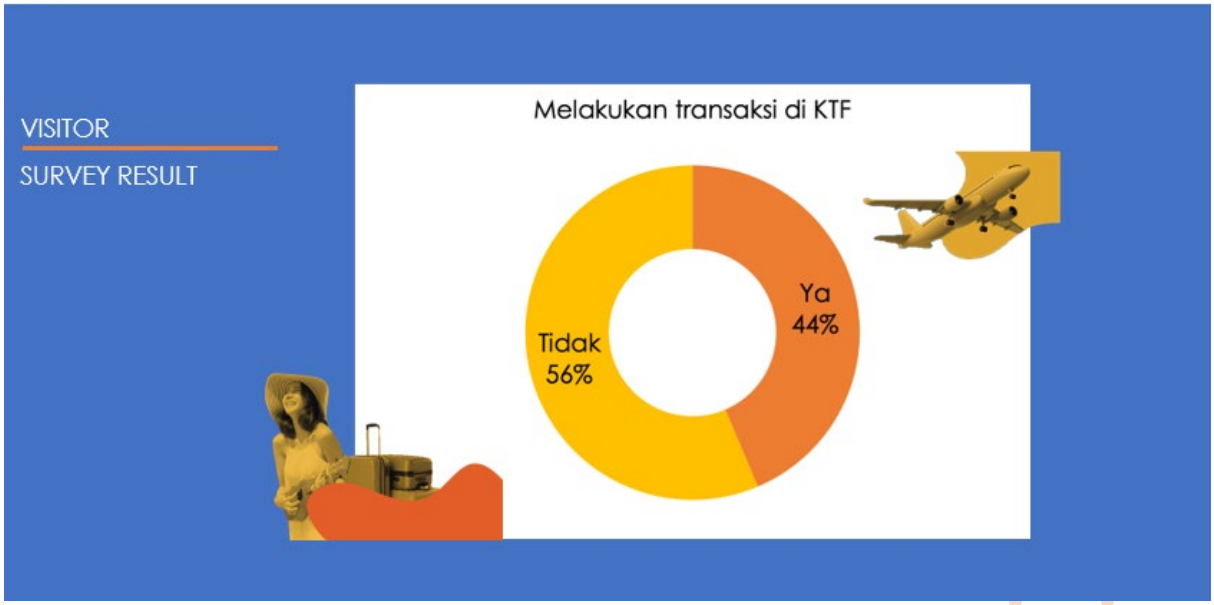
Gambar 16. Cara Mengetahui KTF 2019



Cara pengunjung dapat mengetahui acara KTF 2019 sangatlah beragam. Hasil survei diatas menunjukkan bahwa 37,94% pengunjung mengetahui KTF 2019 melalui Instagram, dimana penyebaran informasi sangat cepat dan luas serta dapat diakses informasinya dengan mudah. Tidak bisa ditandingi juga bahwa informasi mengenai KTF 2019 juga tersebar luas terutama melalui jaringan pertemanan dan keluarga, yaitu sebesar 35,43% responden yang mengatakan bahwa mereka mengetahui event KTF 2019 ini melalui orang terdekat mereka.

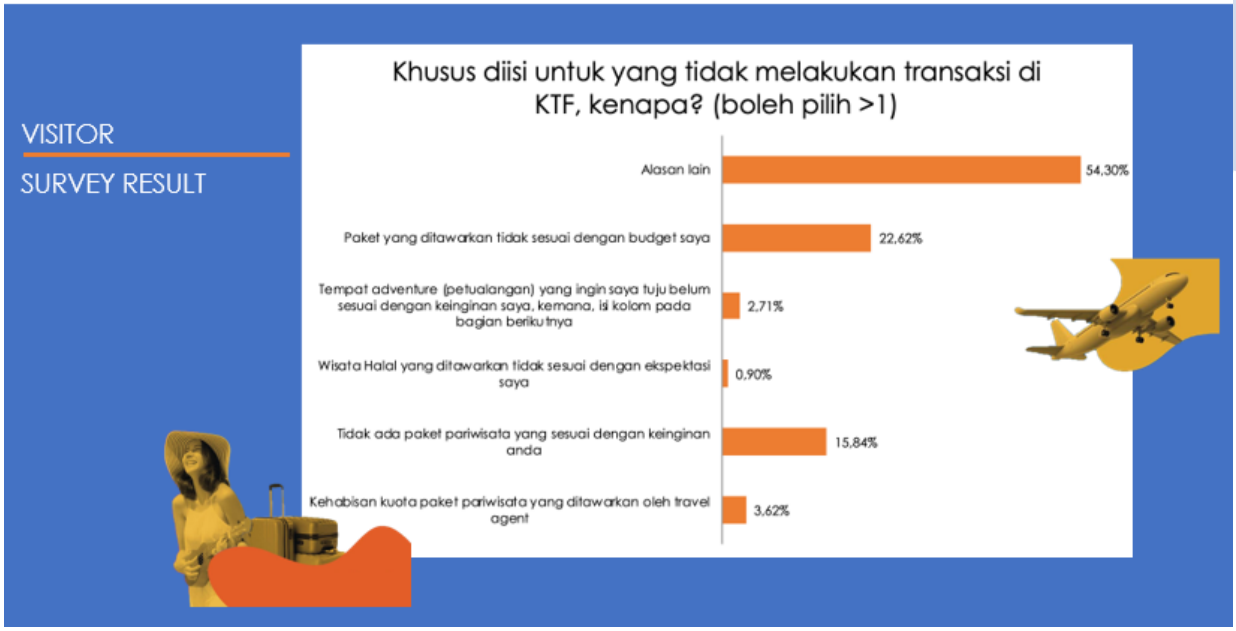
Selain itu, terdapat media lainnya seperti Koran Kompas yaitu 12,81% dan website resmi KTF sendiri sebesar 4,52% yang dijadikan oleh responden sebagai media untuk mengetahui acara KTF 2019. Sementara media lainnya secara berturut TV, Facebook, spanduk, dan majalah sebanyak 4,77%, 2,76%, 0,75%, dan 0,25%. Dapat dikatakan media-media ini belum dapat menyebarkan informasi dengan baik karena kurang menjangkau pengunjung atau calon pengunjung untuk mengetahui informasi mengenai KTF 2019.

Gambar 17. Visitor Melakukan Transaksi di KTF



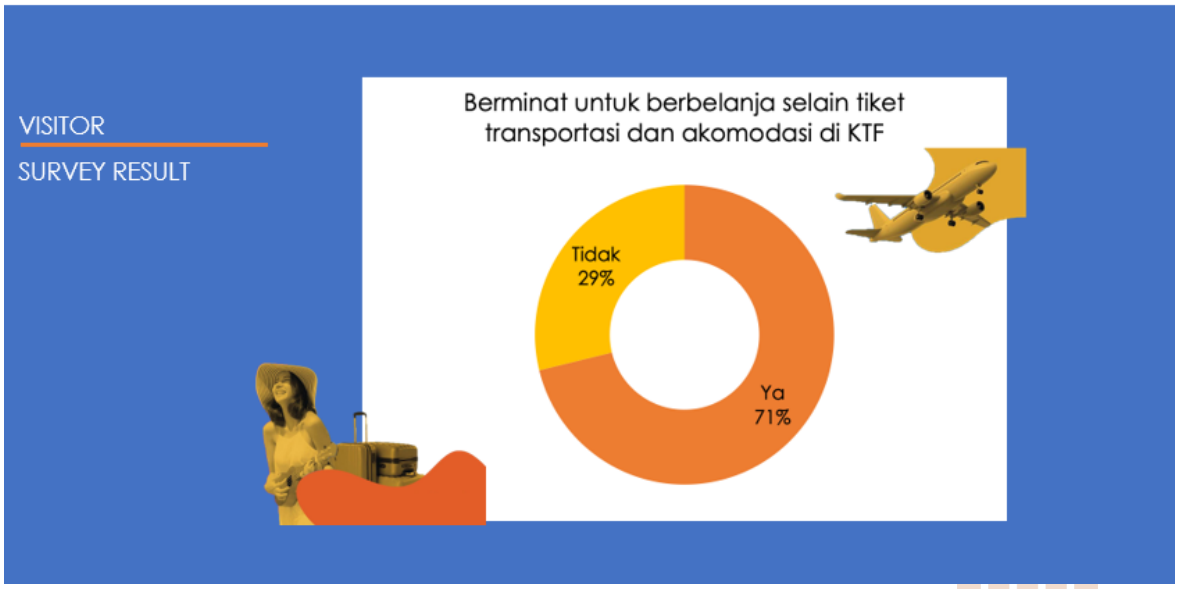
Meski animo pengunjung untuk datang ke KTF 2019 tinggi, namun berdasarkan hasil survey pengunjung sebanyak 56% responden tidak melakukan transaksi. Alasan tidak melakukan transaksi terpapar pada gambar 18.

Gambar 18. Alasan Visitor Tidak Melakukan Transaksi



Dari 56% responden yang tidak melakukan transaksi, terdapat 54,30% pengunjung tidak melakukan transaksi dikarenakan oleh berbagai alasan. Beberapa diantaranya mengatakan penyebab lainnya mereka tidak melakukan transaksi karena memang hanya datang untuk melihat-lihat, tanggal pilihan wisata yang belum sesuai, dan efisiensi pembayaran dengan bank lain yang cukup merepotkan pengunjung. Dapat diketahui bahwa KTF 2019 di Jakarta bekerjasama dengan CIMB Niaga sehingga membuat segala pembayaran melalui Bank CIMB Niaga memiliki penawaran khusus yang tidak didapatkan oleh pengunjung jika melakukan transaksi dengan cara lainnya, hal ini sejalan dengan hasil FGD. Hal ini kemudian yang pada akhirnya menyulitkan pengunjung untuk melakukan pembayaran. Beberapa pengunjung menyarankan agar kedepannya tetap bisa melakukan pembayaran dengan bank lain atau alternatif pembayaran lainnya namun tetap mendapatkan harga khusus walaupun tak sebesar jika menggunakan official bank partner. Terdapat 22,62% responden mengatakan bahwa paket wisata yang ditawarkan tidak sesuai dengan budget mereka, sebesar 15,84% pengunjung mengatakan tidak mendapat paket pariwisata yang sesuai dengan keinginan mereka. 3,62%, kehabisan kuota paket pariwisata yang ditawarkan oleh travel agent. 2,71% mengatakan pilihan untuk tempat adventure (petualangan) yang ingin dituju belum sesuai dengan keinginan pengunjung, dan 0,90% mengatakan paket wisata halal yang ditawarkan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.

Gambar 19. Minat Belanja Selain Tiket Transportasi dan Akomodasi di KTF



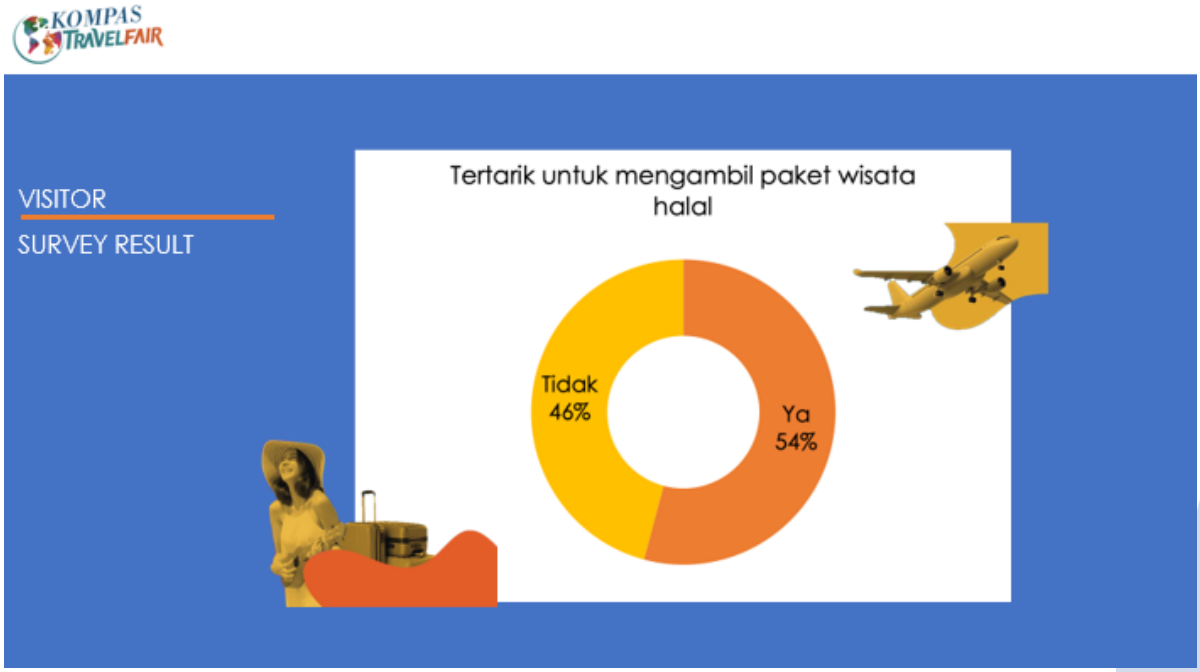
Pameran KTF 2019 tidak hanya menawarkan penjualan tiket transportasi dan paket wisata tetapi juga ada koper, voucher makan, aksesoris travelling dan paket internet. Sebesar 71% responden mengatakan bahwa mereka tertarik untuk berbelanja selain tiket transportasi selama KTF berlangsung. Bahkan tidak sedikit dari pengunjung yang memang datang hanya untuk membeli perlengkapan travel terutama koper. Menurut mereka dengan ada produk pendukung traveling memudahkan dalam belanja, terutama diskon besar yang ditawarkan sangatlah menarik perhatian pengunjung. Sebagian dari visitor juga merasa lebih menghemat waktu untuk beli tiket sekaligus beli produk-produk penunjang lainnya.

Di sisi lain 29% responden mengatakan tidak tertarik pada produk lain selain tiket. Dari responden yang ditanya, mereka datang ke pameran hanya fokus pada pembelian tiket karena promo yang dapat menghemat pengeluaran mereka. Sedangkan keperluan lain untuk travelling lebih memilih beli di luar dengan model yang lebih bermacam-macam. Alasan lain tidak tertariknya pengunjung terhadap keperluan travelling adalah karena mereka sudah memiliki berbagai perlengkapan tersebut dan merasa tidak perlu mencari yang baru.

Gambar 20. Produk yang Diminati Visitor

Gambar 20 menunjukkan bahwa 55% *visitor* mencari *luggage*/ koper untuk traveling. Luggage menjadi produk yang paling diminati oleh pengunjung karena dalam berpergian koper merupakan salah satu barang yang hampir dibawa oleh seluruh orang, ditambah dengan besarnya penawaran-penawaran khusus untuk koper menambah *interest* pengunjung untuk membeli koper. Selanjutnya secara berurut para visitor menginginkan *fashion, aksesoris travelling, gadget*, lainnya, kamera, paket internet *roaming*, dan *medicine* sebanyak 26%, 21%, 11%, 10%, 7,%, 6%, dan 0,1%.

Gambar 21. Tertarik Mengambil Paket Wisata Halal



Maraknya paket wisata halal yang ditawarkan oleh berbagai agensi travel menjadi perhatian pengunjung, dapat dilihat berdasarkan data 54% pengunjung yang ber Agama Muslim, tertarik untuk mengambil dan mencari informasi mengenai wisata halal. Dengan berbagai asumsi pengunjung mengenai wisata halal, tetapi dapat dikatakan bahwa KTF kedepannya dapat lebih mengembangkan penawaran mengenai paket wisata halal karena sudah banyak pengunjung yang tertarik untuk mengikuti atau mengambil paket tersebut.

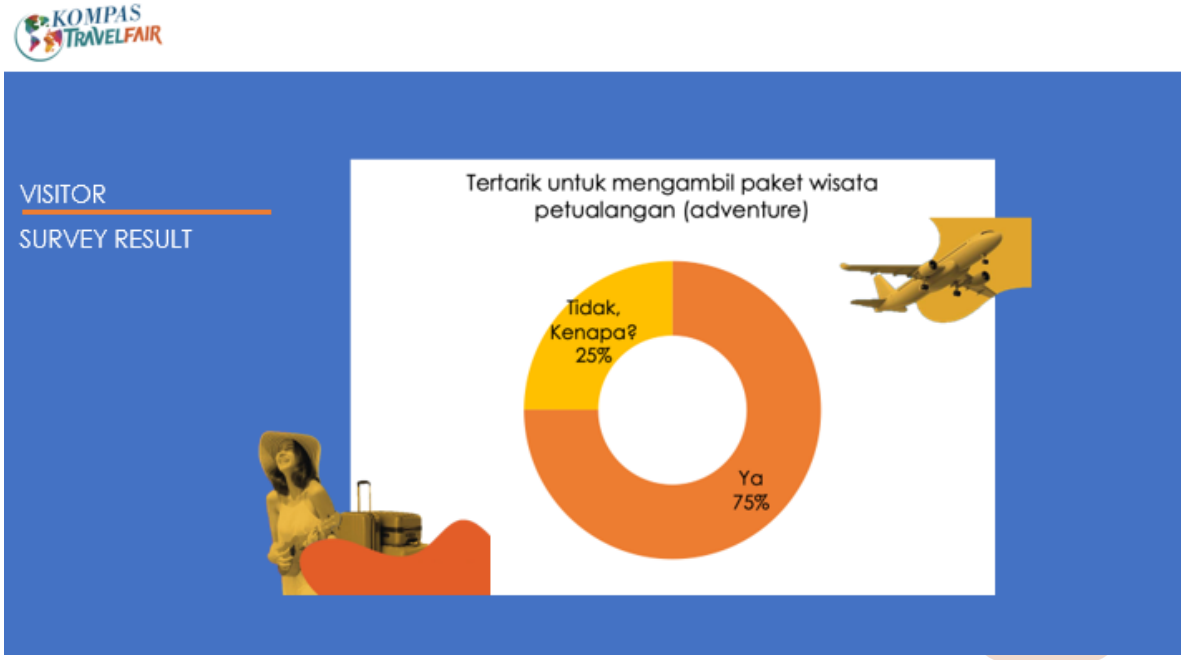
Sebesar 46% responden mengatakan tidak tertarik untuk mengambil paket wisata halal. Alasan yang disampaikan pun beragam, dan alasan terbanyak dari pengunjung adalah mereka non muslim. Sedangkan pengunjung muslim yang tidak tertarik mengatakan bahwa mereka lebih menyukai perjalanan wisata yang biasa saja.

Arti "Wisata Halal" bagi Pengunjung

NO	Arti "Wisata Halal"
1.	Untuk orang muslim intinya
2.	Dari segi makanan diperhatikan, jam sholat juga
3.	Wisata untuk orang muslim
4.	Mengakomodasi kegiatan halal
5.	Paket wisata atau tour yang halal
6.	Paket wisata yang tidak melanggar aturan islam
7.	Paket wisata komplit antara jalan jalan dan keamanan
8.	Mengutamakan sholat, pergi ke tempat bersejarah islam, makanan halal dan lain lain
9.	Akses untuk orang muslim gampang
10.	Makanan diarahkan ke restoran halal, pesertanya muslim semua
11.	Menghormati masyarakat muslim yang ingin berwisata dengan nyaman dan aman
12.	Sesuai dengan syariat Islam
13.	Wisata aman dari makanan non-halal
14.	Wisata berkah, jam sholat diperhatikan, sudah legal
15.	Berkunjung ke tempat-tempat sejarah islam
16.	Wisata yang kegiatannya tidak melanggar syariat islam
17.	Memprioritaskan segala sesuatu tentang islam
18.	Penting untuk masyarakat muslim, karena memperhatikan waktu sholat, makanan juga guarantee aman
19.	Bagus untuk konsep orang Indonesia, karena menjadi suatu pelindung
20.	Destinasi negara islam
21.	Mengunjungi wisata-wisata yang keagamaan, mengikuti tapak tilas keagamaan islam
22.	Untuk yang ingin aman
23.	Wisata yang gak aneh-aneh, aman, nyaman, dan menurut syariat islam
24.	Makanan non-pork
25.	Ada wisata untuk orang muslim, siraman rohani islam
26.	WISATA KE TEMPAT YANG BANYAK MAKANAN HALAL
27.	YANG MEREKOMENDASIKAN KULINER HALAL

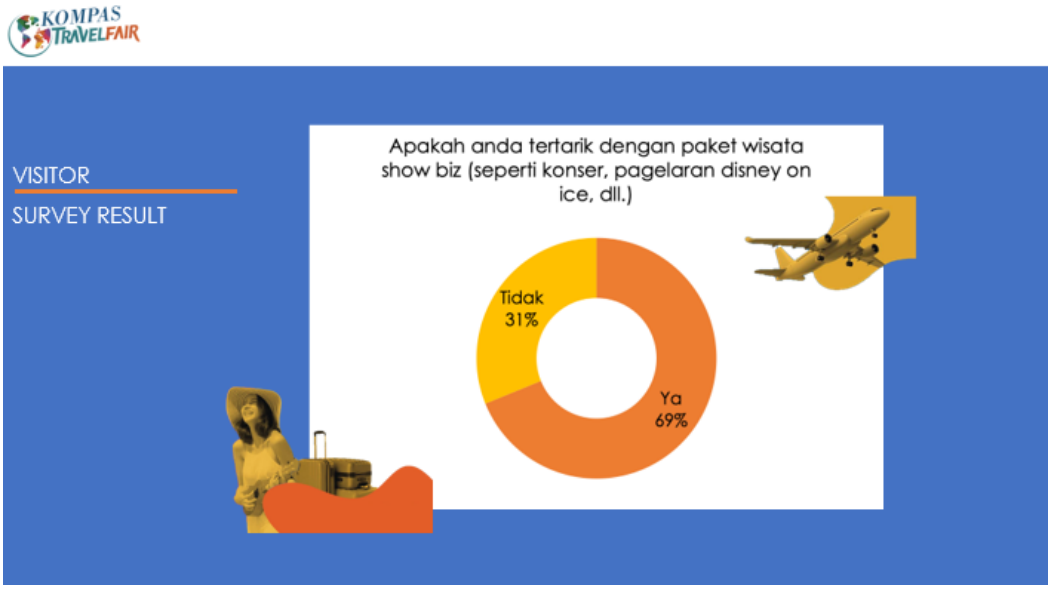
28.	Certified halal
29.	Muslim friendly
30.	Ke timur tengah
31.	Syariah
32.	Makan kambing
33.	Umroh
34.	Arab
35.	Tidak menyimpang agama
36.	Wisata rohani
37.	Prosesnya halal
38.	Mengeluarkan izin halal untuk liburan
39.	Yang jauh dari alkohol, kawasan untuk muslim
40.	Cashback halal berupa voucher

Gambar 22. Tertarik Mengambil Paket Wisata Petualangan (Adventure)



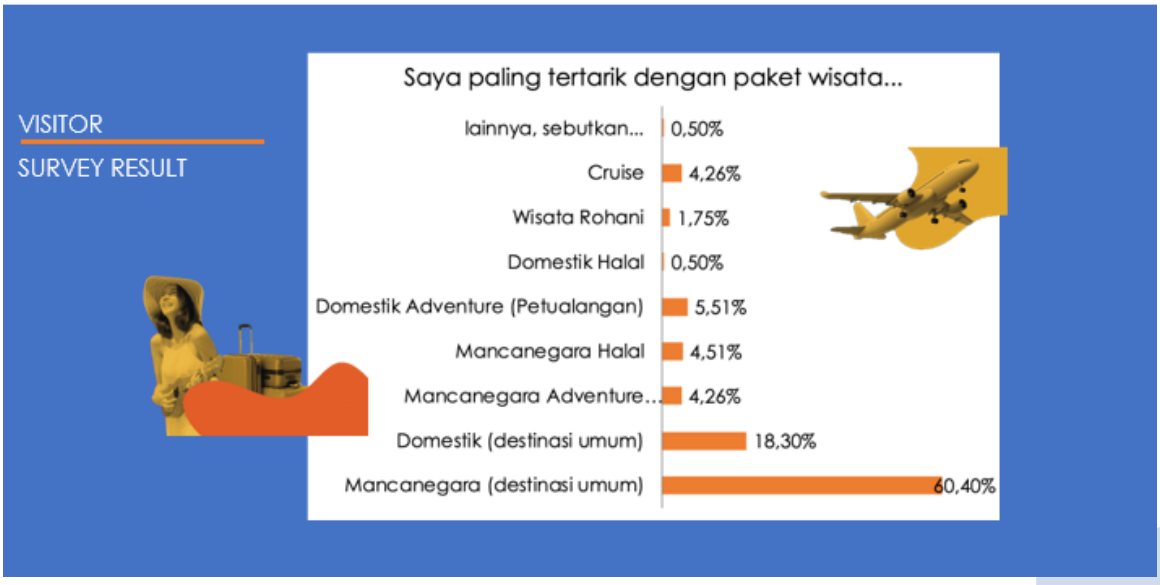
Berdasarkan hasil dari survey mengenai minat pengunjung untuk mengambil paket wisata petualangan (adventure), sebesar 75% responden mengatakan tertarik untuk mengambil paket wisata tersebut. 25% lainnya mengatakan tidak tertarik untuk mengambil paket wisata petualangan dengan alasan beragam. Beberapa alasan yang sering muncul adalah usia yang sudah tidak memungkinkan untuk mengikuti wisata petualangan, dan masih memiliki anak kecil sehingga sulit jika diajak wisata petualangan.

Gambar 23. Tertarik Mengambil Paket Wisata Show Biz (Konser, Pagelaran Disney On Ice, dll.)



Sebesar 69% responden mengatakan tertarik untuk mengambil paket wisata show biz seperti konser, pagelaran Disney On Ice. Hal ini dapat dilihat dari maraknya konser-konser yang sering diadakan akhir-akhir ini. Namun disamping itu, 31% responden lainnya mengatakan tidak tertarik untuk mengambil paket wisata show biz.

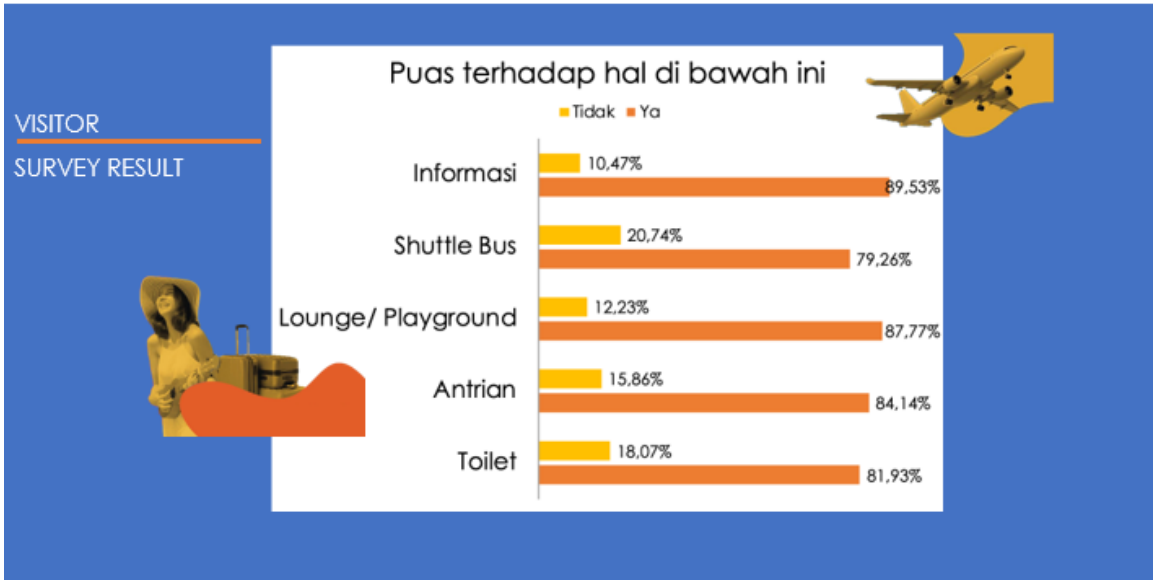
Gambar 24. Pengunjung Paling Tertarik dengan Paket Wisata…



Setelah diteliti berdasarkan destinasi tujuan yang paling menarik perhatian pengunjung, dapat disimpulkan bahwa pengunjung KTF 2019 paling tertarik untuk mengambil paket wisata Mancanegara (destinasi umum) dengan persentase sebesar 60,40%. Pilihan selanjutnya yang menarik perhatian pengunjung adalah Domestik (destinasi umum) sebesar 18,30%, dan diikuti

dengan Domestik Adventure, Mancanegara Halal, Cruise, Wisata Rohani, Domestik Halal, dan lainnya dengan persentase 5,51%, 4,51%, 4,26%, 4,26%, 1,75%, 0,50%, dan 0,50%.

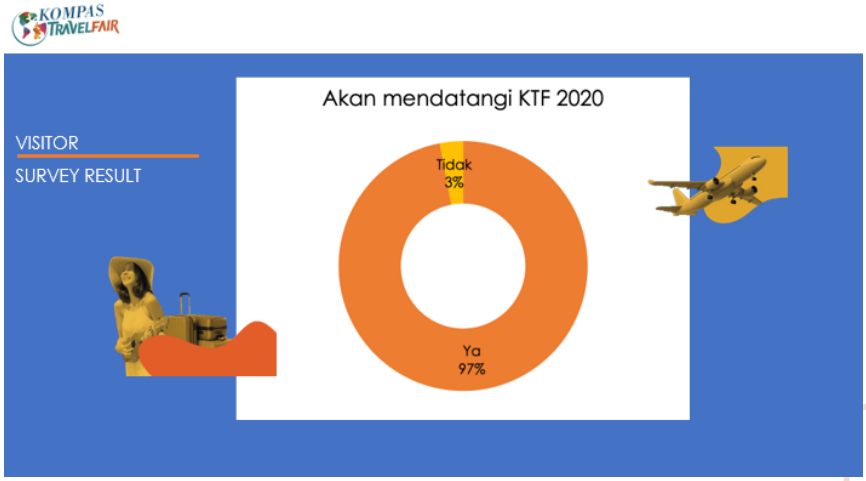
Gambar 25. Kepuasan Terhadap Fasilitas di bawah ini



Dari total responden visitor, 89,53% mengatakan puas terhadap informasi yang diberikan oleh penyelenggara karena sudah sangat jelas, namun tetap terdapat 10,47% responden mengatakan tidak puas terhadap informasi yang diberikan, karena masih ada beberapa pengunjung yang merasa kurang paham alur masuk selama pameran berlangsung dan merasa kurang mendapat informasi promo secara jelas. Sebesar 87,7% responden mengatakan puas terhadap fasilitas *playground* dan sebesar 12,23% responden mengatakan tidak puas terhadap fasilitas *playground* karena tidak mengetahui dan tidak menggunakan fasilitas tersebut.

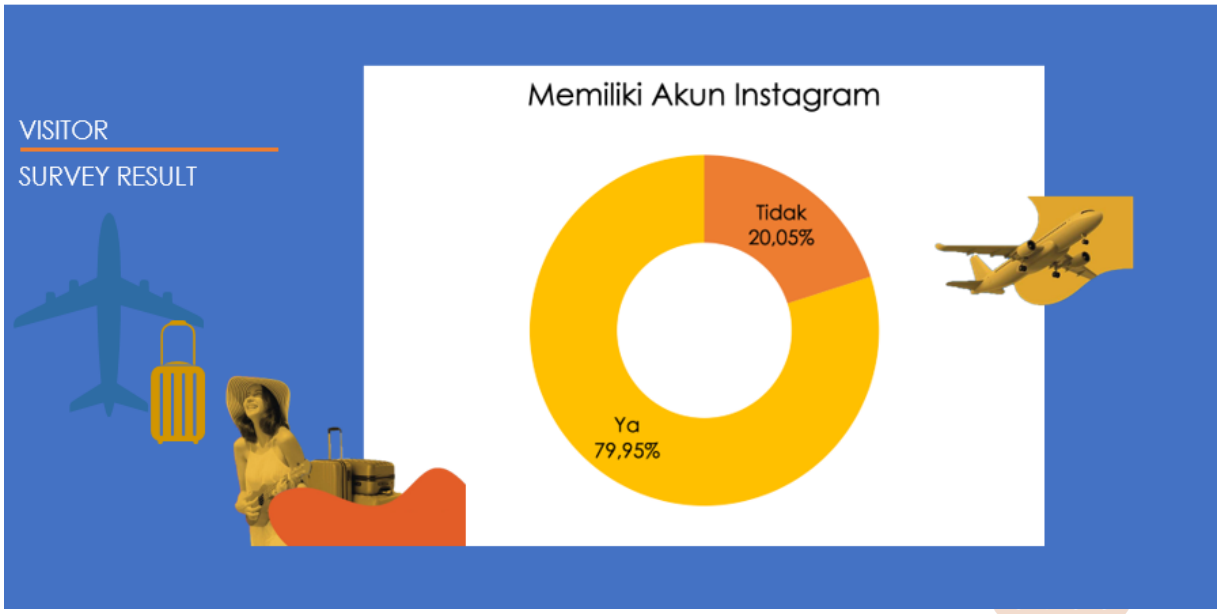
Sebesar 84,14% responden mengatakan antrian yang ada sudah memuaskan mereka karena tidak harus antri panjang, namun responden sebesar 15,86% yang mengatakan tidak puas terhadap antrian yang ada. Pengunjung yang merasa tidak puas oleh antrian yang ada saat ditanyakan alasannya, memberikan pendapat bahwa mereka telah lama mengantre dari pagi untuk mendapatkan gelang *cashback* dari CIMB, namun setelah antri untuk waktu yang cukup lama dan panjang tidak mendapatkan gelang tersebut. 81,93% responden mengatakan puas terhadap fasilitas toilet yang sudah ada, dan 18,07% mengatakan tidak puas karena merasa toilet yang tersedia sangat sedikit sehingga tidak imbang dengan jumlah pengunjung yang membutuhkan toilet. Alasan lainnya adalah kebersihan toilet yang kurang dijaga sehingga pengunjung merasa toilet yang ada kotor. Untuk fasilitas shuttle bus, sebesar 79,26% mengatakan puas, dan 20,74% responden mengatakan tidak puas dengan alasan pengunjung tidak tau bahwa ada fasilitas tersebut.

Gambar 26. Akan Mendatangi KTF 2020



Berdasarkan hasil data, sebesar 97% pengunjung akan datang kembali untuk mengikuti acara KTF 2020 karena merasa puas terhadap penawaran-penawaran yang diberikan, dan merasa KTF 2019 memberikan dampak serta manfaat bagi *visitor*. Namun 3% responden pengunjung lainnya mengatakan tidak akan datang kembali pada acara KTF 2020 dengan berbagai alasan, beberapa diantaranya adalah alasan tidak puas dengan penawaran yang diberikan, dan merasa harga yang ada di KTF tidak jauh berbeda dengan harga yang ada pada online.

Gambar 27. Visitor Memiliki Akun Instagram



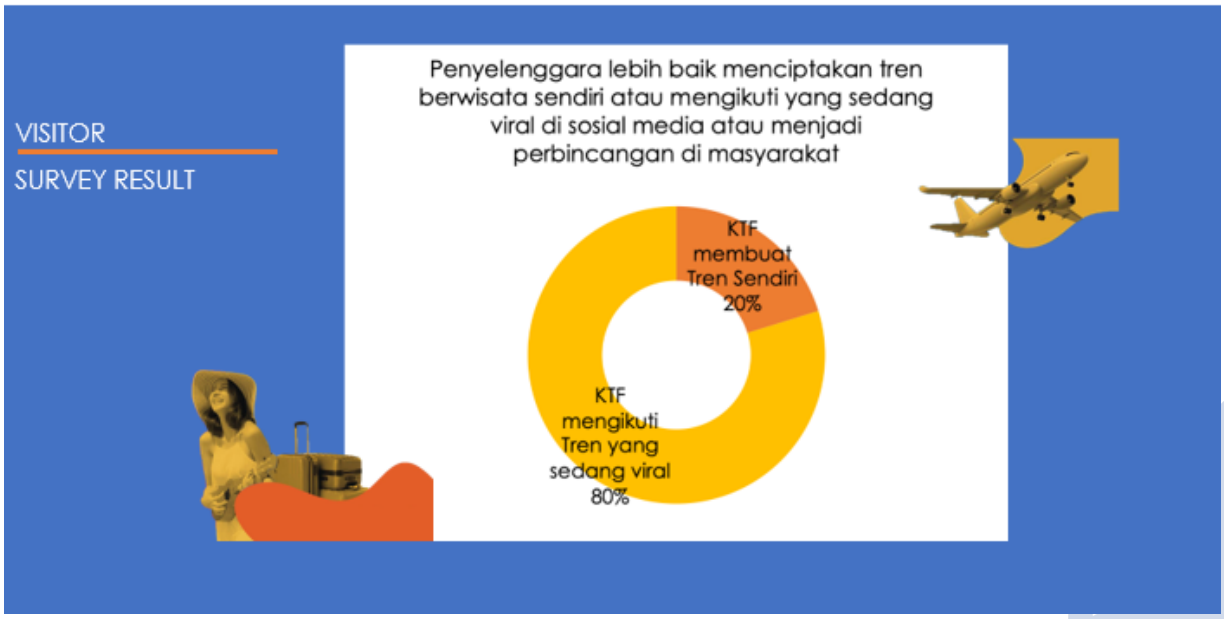
Berbagai informasi dan referensi mengenai travelling dapat diakses dengan mudah melalui Instagram. Selain itu, media sosial Instagram juga menjadi salah satu media yang dapat digunakan untuk penyebaran publikasi melalui KTF yang efektif. Berdasarkan data di atas, dapat dilihat bahwa 79,95% responden dari pengunjung memiliki akun instagram. Sebesar 20,05% responden lainnya tidak memiliki akun instagram. Tidak memilikinya akun instagram dari pengunjung mayoritas disebabkan oleh usia mereka yang sudah lanjut sehingga merasa tidak memiliki kepentingan khusus untuk menggunakan Instagram

Akun Instagram yang Menjadi Referensi Visitor

NO	Nama Akun
1.	@halotiketid
2.	@amrazing
3.	@travelokaexperience
4.	@nusapenida
5.	@exploreternate
6.	@enjoyternate
7.	@kartupos
8.	@keluarbentar
9.	@WANAHODORI
10.	@thebalibible
11.	@halaltravel
12.	@BALILIFE
13.	@visitbali
14.	@hallyuranger
15.	@discoverhongkong
16.	@cheriatravel
17.	@buleecleesee
18.	@panoramajtb
19.	@dwidayatour
20.	@KTRAVELFAIR
21.	@jakartadestination
22.	@eatandtreats
23.	@travelicious
24.	@juanalrisa
25.	@trinirytravel
26.	@herjourney
27.	@kadekarini

28.	@japanikan
29.	@jntoid
30.	@Eventjakarta
31.	@sightseeing
32.	@hematkebali
33.	@indonesiatraveler
34.	@alam.desaku
35.	@pegipegi
36.	@halotiketid
37.	@halotiketid
38.	@kadoku
39.	@beautifildestination
40.	@varbequemountainboys
41.	@her_journeys
42.	@Meonvacation
43.	@nocah_padang
44.	@sharedaulia

Gambar 28. Penyelenggara Lebih Baik Menciptakan Tren Berwisata Sendiri atau Mengikuti yang Sedang Viral di Sosial Media atau Menjadi Perbincangan di Masyarakat

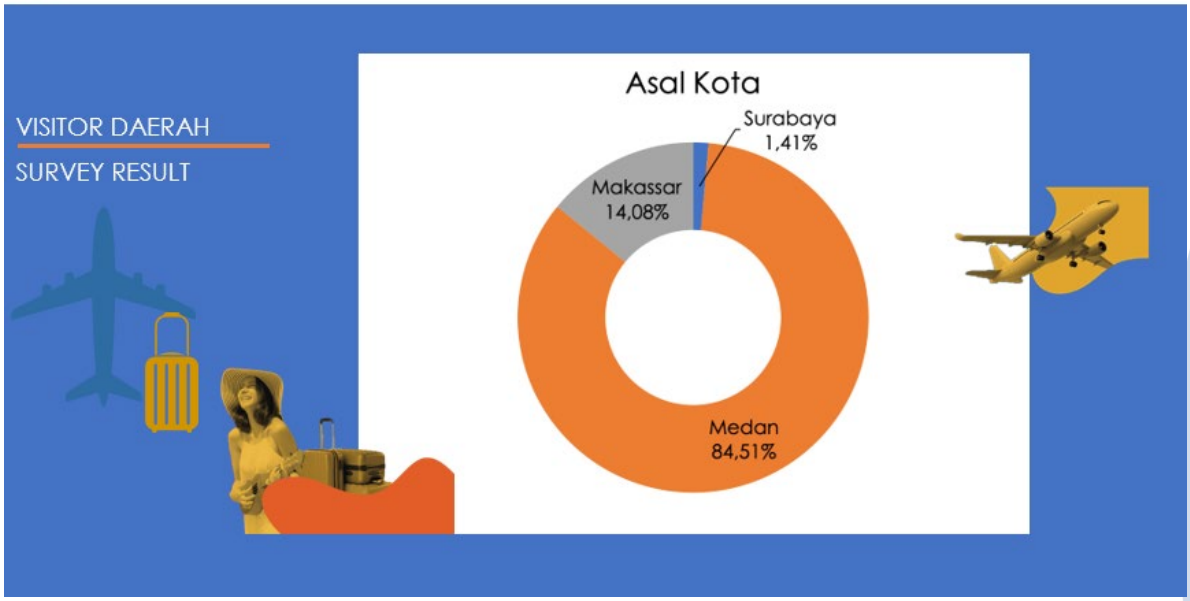


Dari total responden visitor, sebesar 80% responden mengatakan bahwa untuk kedepannya KTF lebih baik mengikuti saja tren yang sedang viral di sosial media atau menjadi perbincangan di masyarakat, karena mereka sebagian dari pengunjung mengaku melihat dan mendapatkan referensi tren berwisata melalui sosial media. Sebesar 20% mengatakan bahwa KTF 2020 perlu untuk menciptakan tren berwisata sendiri, namun ketika ditanyakan apakah mereka memiliki ide atau saran untuk tren tersebut, mereka belum memiliki ide. Hal itu tidak jadi penting karena menurut jawaban yang diberikan eksibitor, visitor Jakarta dan Luar Kota hal ini sejalan. Sehingga KTF hanya tinggal mengikuti tren yang sudah ada. Akun-akun Instagram tadi bisa menjadi referensi untuk membaca tren berwisata.

VISITOR DAERAH

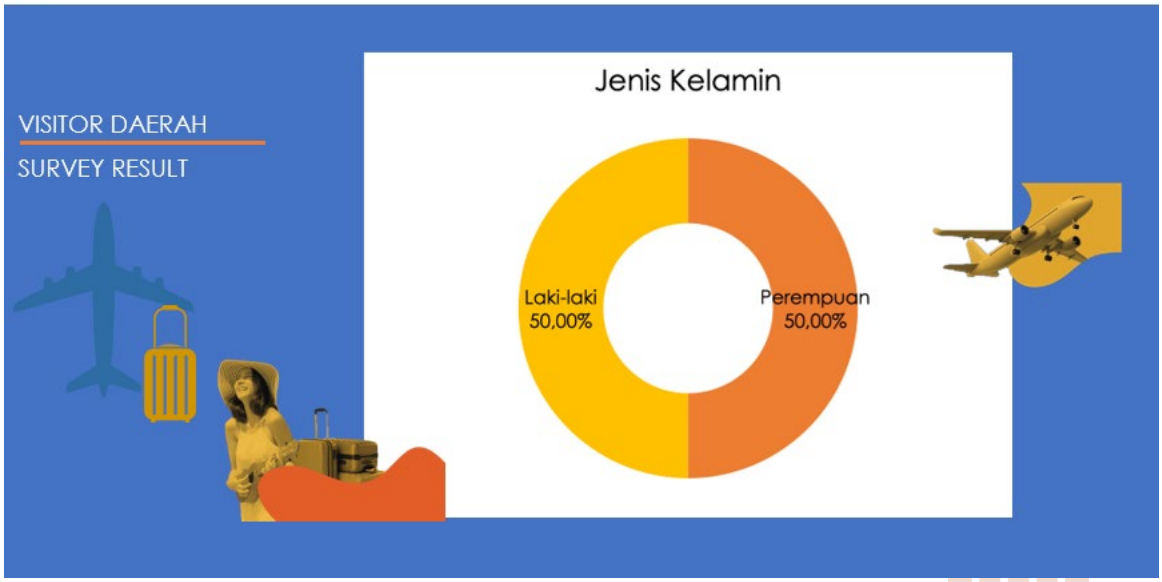
Dalam rangka untuk mengetahui minat dan alasan visitor datang ke Kompas Travel Fair (KTF) Daerah (Medan, Makassar, dan Surabaya) 2019, survei dilakukan selama gelaran berlangsung. Sebanyak 73 responden telah mengisi kuesioner yang dibagikan selama kegiatan. Hasil yang didapat dari survei sebagai berikut:

Gambar 29. Asal Kota Visitor



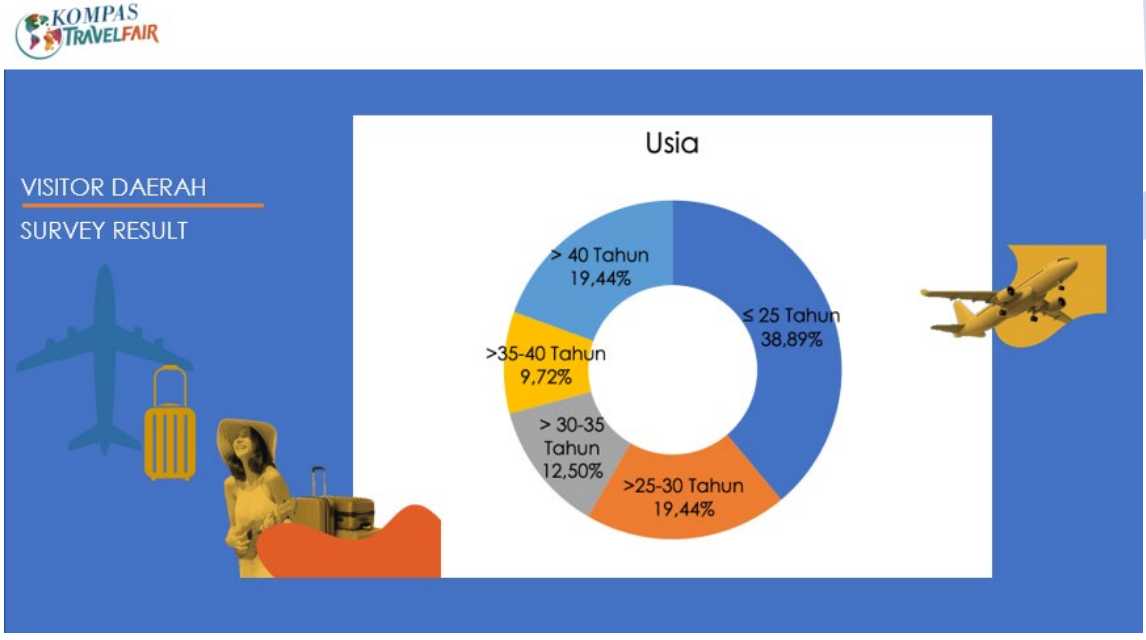
Dapat dilihat sebesar 84,51% visitor berasal dari Kota Medan, 14,08% berasal dari Kota Makassar, dan 1,41% lainnya berasal dari kota Surabaya.

Gambar 30. Jenis Kelamin Pengunjung



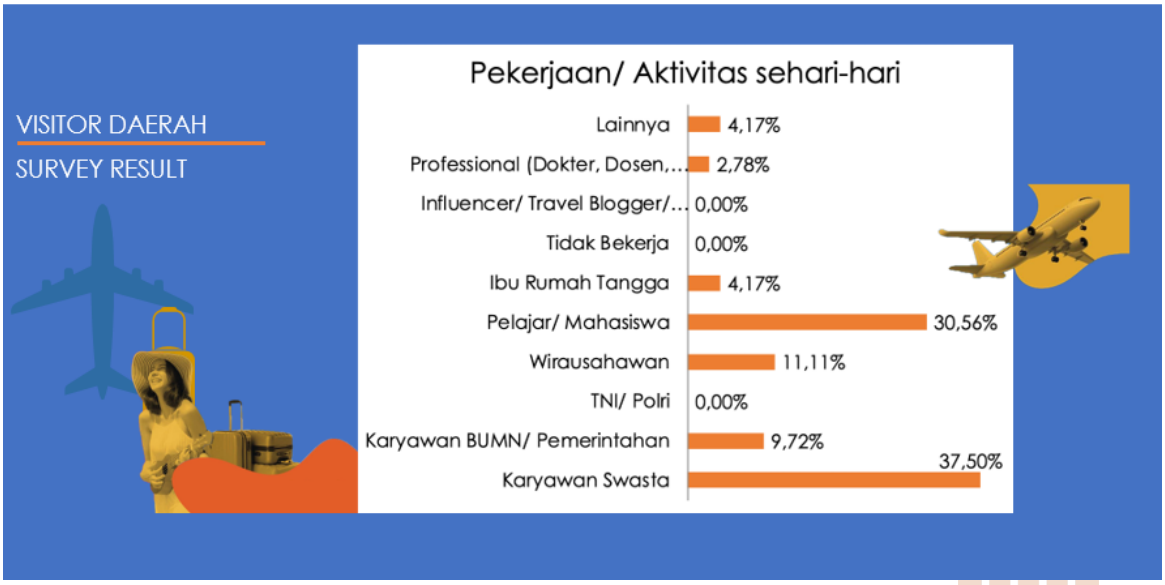
Data yang diperoleh berdasarkan jenis kelamin pengunjung yang datang ke acara KTF 2019 menunjukkan seimbang antara pengunjung laki-laki dan wanita, yaitu sama-sama sebesar 50%. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan dan laki-laki memiliki minat yang sama untuk datang ke acara KTF 2019.

Gambar 31. Usia Pengunjung



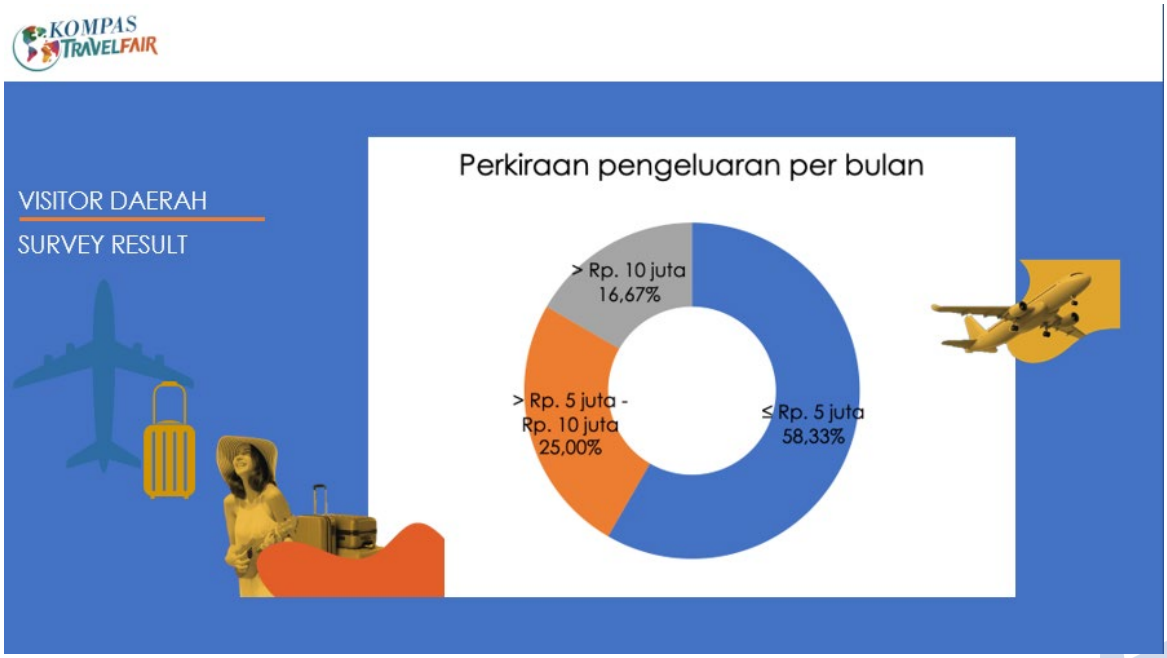
Sementara dalam hal usia, responden yang mengisi kuesioner paling banyak adalah visitor berusia ≤ 25 tahun sebesar 38,89%. Selanjutnya, usia >40 tahun dan 25-30 tahun yang masing-masing memiliki presentase sebesar 19,44%. 12,50% dengan usia pengunjung 30-35 tahun 12,50%, dan usia 35-40 tahun sebesar 9,72%.

Gambar 32. Pekerjaan / Aktivitas Pengunjung Sehari-hari



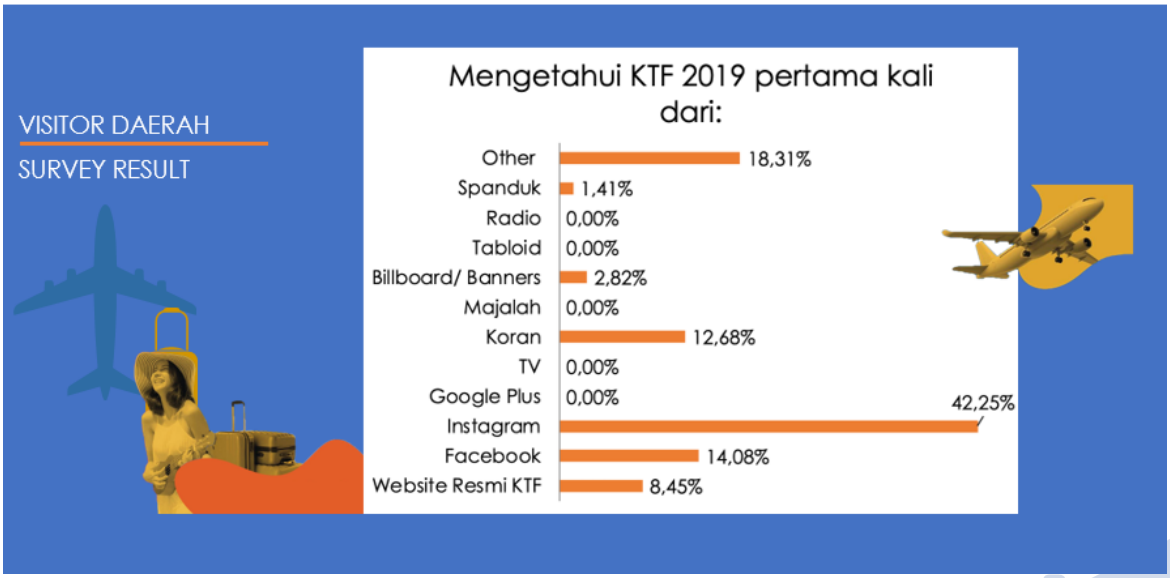
Berdasarkan data, sama seperti data pekerjaan/aktivitas sehari-hari pengunjung Jakarta, yaitu visitor yang paling banyak datang untuk melihat pameran travel adalah visitor dengan pekerjaan karyawan swasta dengan presentase sebesar 37,50%. Diikuti dengan pelajar/mahasiswa sebesar 30,56%, karena banyak pelajar/mahasiswa yang ingin mencari tiket pesawat untuk pertukaran pelajar atau memang mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan edukasi. Visitor dengan aktivitas sehari-hari sebagai wirausahawan sebesar 11,11%, karyawan BUMN/Pemerintahan 9,72%, Ibu Rumah Tangga dan lainnya masing-masing 4,17%, pekerjaan professional (Dokter, Dosen,..) sebesar 2,78%. Tidak ada pengunjung yang datang dengan aktivitas influencer/travel blogger/TNI/Polri/tidak bekerja pada KTF yang berlangsung di daerah.

Gambar 33. Perkiraan Pengeluaran per Bulan



Berdasarkan jenis pekerjaan atau aktivitas sehari-hari visitor, maka tentunya mempengaruhi hasil survey pada perkiraan pengeluaran visitor per bulannya. Sebesar 58,33% responden dengan pengeluaran di bawah dari Rp 5.000.000 per bulannya. Selanjutnya diikuti dengan pengeluaran di atas Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000 dengan 25% responden, dan pengeluaran sebesar di atas Rp 10.000.000 sebesar 16,67%. Dapat menjadi panduan untuk exhibitor lainnya terutama bagi travel agency dalam membuat paket wisata yang disesuaikan dengan pengeluaran pengunjung untuk dapat menjangkau lebih banyak transaksi.

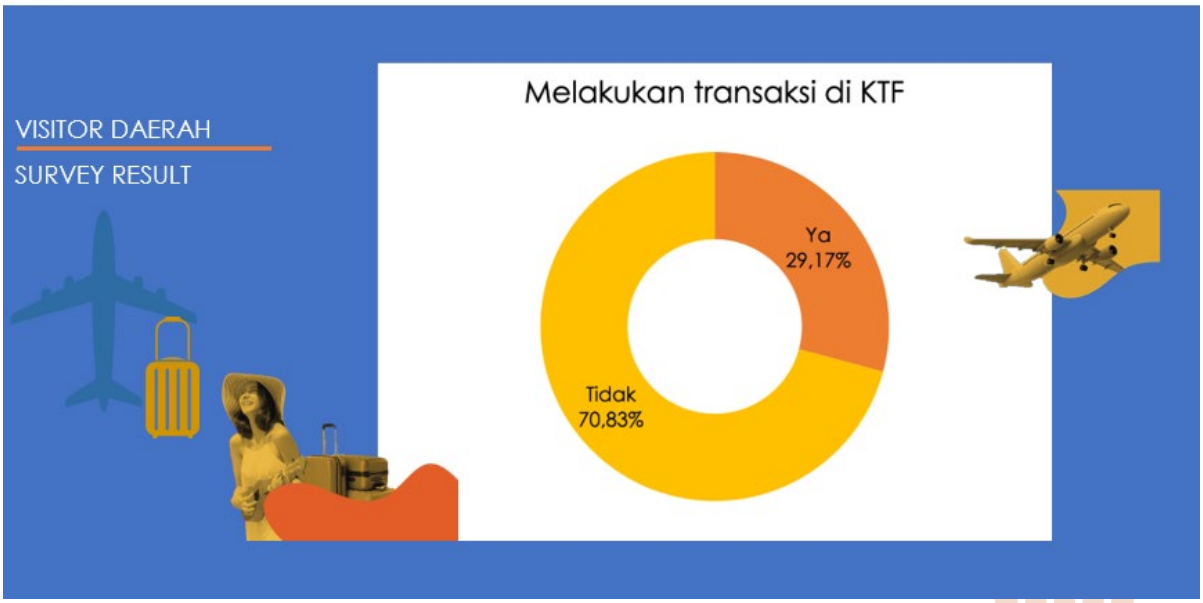
Gambar 34. Mengetahui KTF dari …



Cara pengunjung dapat mengetahui acara KTF 2019 sangatlah beragam. Hasil survei diatas menunjukkan bahwa 42,25% pengunjung mengetahui KTF 2019 melalui Instagram, dimana penyebaran informasi sangat cepat dan luas serta dapat diakses informasinya dengan mudah. Sebesar 18,31% pengunjung lainnya mengetahui KTF dari sumber lainnya.

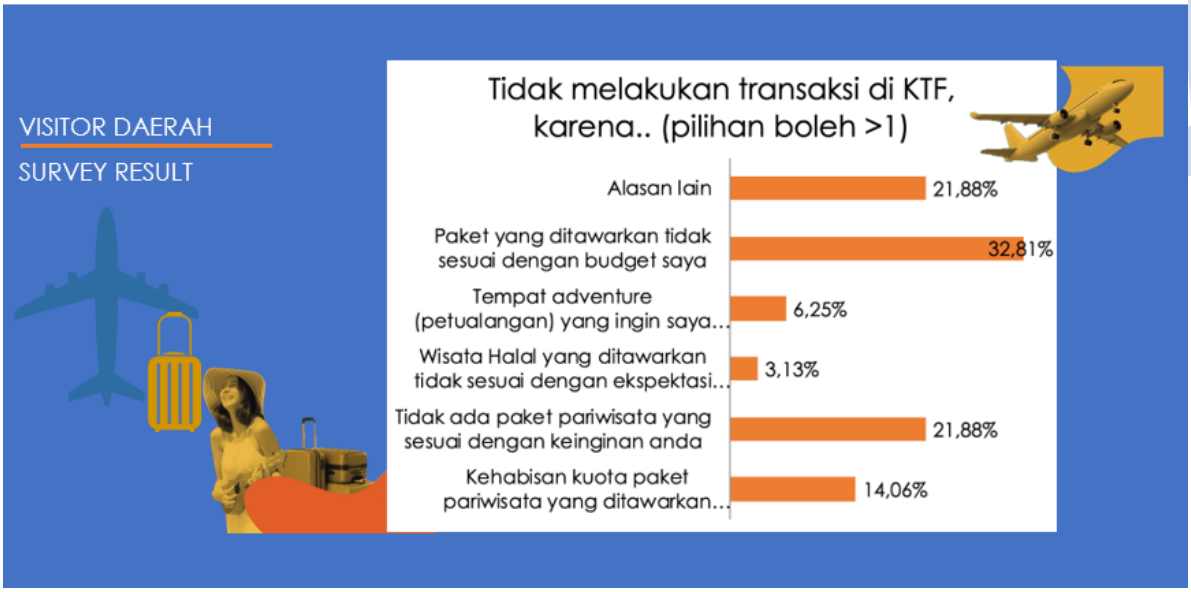
Selain itu, terdapat media sosial lainnya Facebook yang dapat menjadi sumber informasi pertama mereka mengenai acara KTF dengan presentase responden sebesar 14,08%. Media lain seperti Koran Kompas yaitu 12,68% dan website resmi KTF sendiri sebesar 8,45% yang dijadikan oleh responden sebagai media untuk mengetahui acara KTF 2019. Sementara media lainnya seperti Billboard/Banners hanya menjangkau 2,82%, dan spanduk sebesar 1,41%. Dapat dikatakan media Billboard/banners dan spanduk kurang dapat menjangkau calon pengunjung untuk mengetahui seputar acara KTF 2019 di daerah.

Gambar 35. Melakukan Transaksi di KTF



Meski animo pengunjung untuk datang ke KTF 2019 di daerah cukup tinggi, namun berdasarkan hasil survey pengunjung sebanyak 70,83% responden tidak melakukan transaksi. Alasan tidak melakukan transaksi terpapar pada gambar 36.

Gambar 36. Alasan Visitor Tidak Melakukan Transaksi



Dari 70,83% responden yang tidak melakukan transaksi, 32,81% responden mengatakan bahwa paket wisata yang ditawarkan tidak sesuai dengan budget mereka, terdapat 21,88% pengunjung tidak melakukan transaksi dikarenakan oleh berbagai alasan. Sebesar 21,88% pengunjung mengatakan tidak mendapat paket pariwisata yang sesuai dengan keinginan mereka. 14,06%, kehabisan kuota paket pariwisata yang ditawarkan. 6,25% mengatakan pilihan untuk tempat adventure (petualangan) yang ingin dituju belum sesuai dengan keinginan pengunjung, dan 3,13% mengatakan paket wisata halal yang ditawarkan tidak sesuai dengan ekspektasi mereka.

Gambar 37. Tertarik untuk Mengambil Paket Wisata Halal

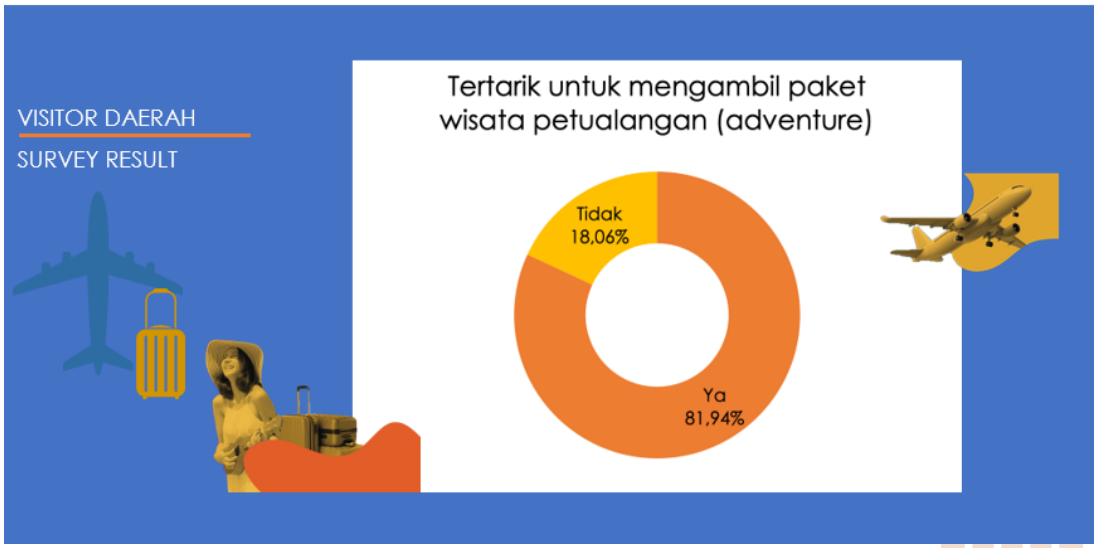
Maraknya paket wisata halal yang ditawarkan oleh berbagai agensi travel menjadi perhatian pengunjung, dapat dilihat berdasarkan data 69,44% pengunjung yang ber Agama Muslim, tertarik untuk mengambil dan mencari informasi mengenai wisata halal. Dengan berbagai asumsi pengunjung mengenai wisata halal, tetapi dapat dikatakan bahwa KTF kedepannya dapat lebih mengembangkan penawaran mengenai paket wisata halal karena sudah banyak pengunjung yang tertarik untuk mengikuti atau mengambil paket tersebut.

Sebesar 30,56% responden mengatakan tidak tertarik untuk mengambil paket wisata halal. Alasan yang disampaikan pun beragam, dan alasan terbanyak dari pengunjung adalah mereka non muslim. Sedangkan pengunjung muslim yang tidak tertarik mengatakan bahwa mereka lebih menyukai perjalanan wisata yang biasa saja.

Arti "Wisata Halal" bagi Pengunjung di Daerah

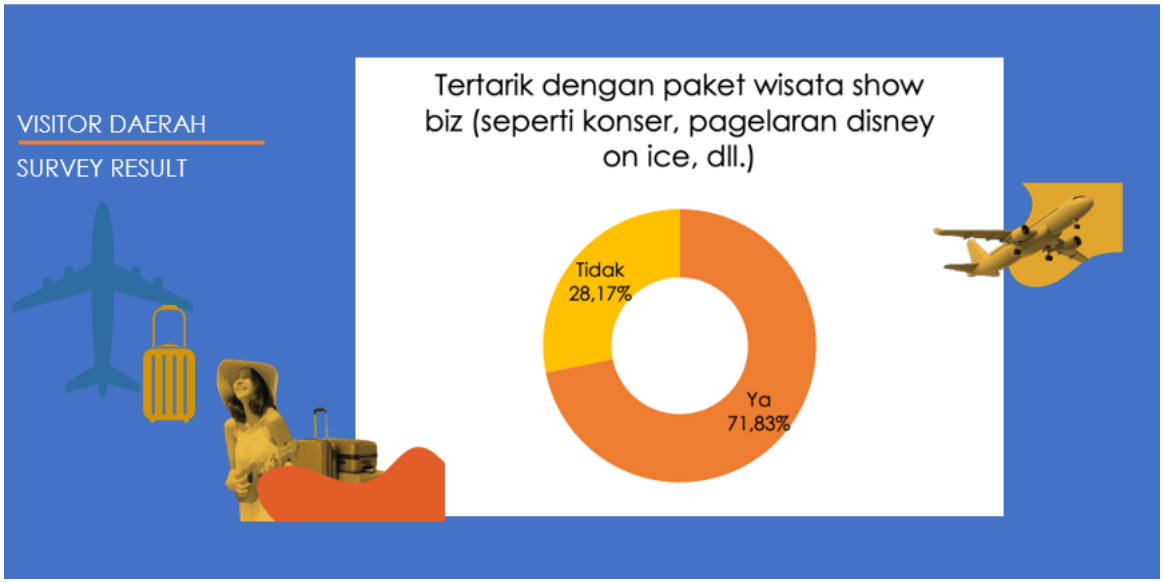
NO.	Arti "Wisata Halal"
1.	Wisata yang sesuai dengan kaidah Islam,misalkan makanan yang halal
2.	Menu vegetarian
3.	tempat, makanan sesuai Muslim
4.	No pork
5.	Tempat wisata yang menyediahkan fasilitas ibadah bagi umat muslim dan menyedihkan tempat makan halal
6.	Wisata yg berbau keagamaan
7.	Wisata suci atau keagamaan
8.	ramah untuk muslim
9.	Wisata yang mengadakan tour muslim
10.	Halal
11.	Aman bagi anak anak
12.	Wisata yg menyenangkan
13.	Tujuan wisata dimana makanannya dan snack terjamin halal
14.	Rasis dan hanya pemisahan antar sesama
15.	Wisata ke tempat2 bersejarah islam. Entah itu museum dan lain sebagainya
16.	Wisata yang dapat menyajikan akomodasi dan fasilitas yang sopan
17.	Semua sesuai syariah islam
18.	Wisata halal adalah wisata yang nyaman
19.	Berkah
20.	Wisata yg cocok untuk muslim
21.	Segala sistem, pelayanan, dan perjalanan yang halal
22.	Tidak ada yg di rugikan 1 dengan yg lain
23.	Wisata Yang Banyak Gaya
24.	Wisata berdua bersama pasangan
25.	Tempat wisata syariah

Gambar 38. Tertarik Mengambil Paket Wisata Petualangan (Adventure)



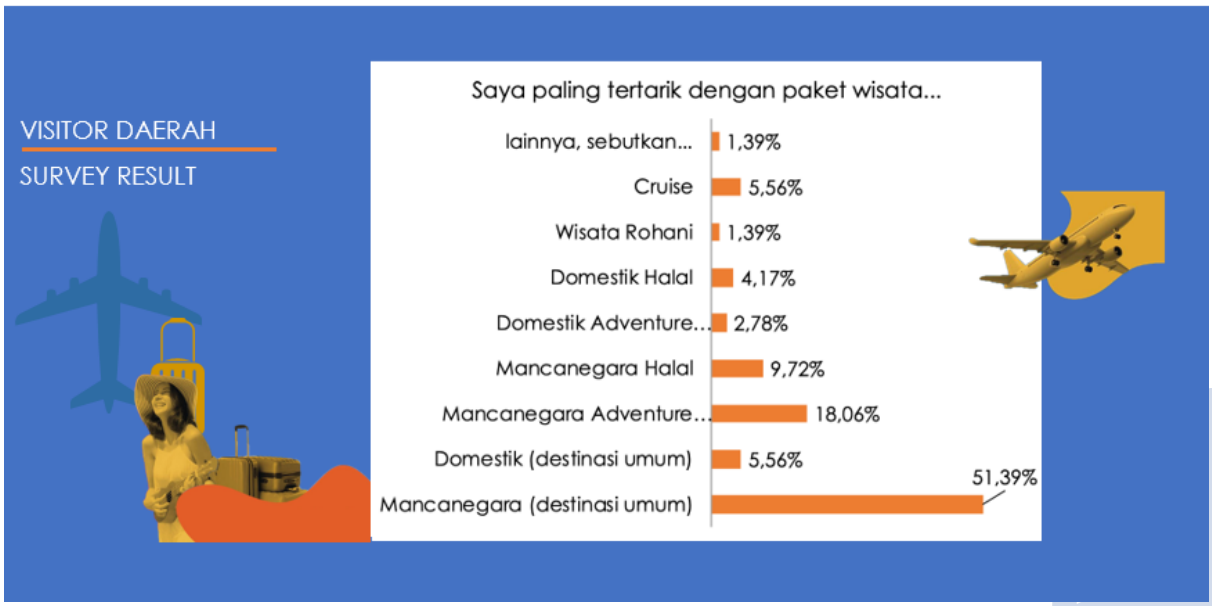
Berdasarkan hasil dari survey mengenai minat pengunjung untuk mengambil paket wisata petualangan (adventure), sebesar 81,94% responden mengatakan tertarik untuk mengambil paket wisata tersebut. 18,06% lainnya mengatakan tidak tertarik untuk mengambil paket wisata petualangan dengan alasan beragam. Beberapa alasan yang sering muncul adalah usia yang sudah tidak memungkinkan untuk mengikuti wisata petualangan, dan masih memiliki anak kecil sehingga sulit jika diajak wisata petualangan.

Gambar 39. Tertarik Mengambil Paket Wisata Show Biz (Konser, Pagelaran Disney On Ice, dll.)



Sebesar 71,83% responden mengatakan tertarik untuk mengambil paket wisata show biz seperti konser, pagelaran Disney On Ice. Hal ini dapat dilihat dari maraknya konser-konser yang sering diadakan akhir-akhir ini. Namun disamping itu, 28,17% responden lainnya mengatakan tidak tertarik untuk mengambil paket wisata show biz.

Gambar 40. Paling Tertarik dengan Paket Wisata …



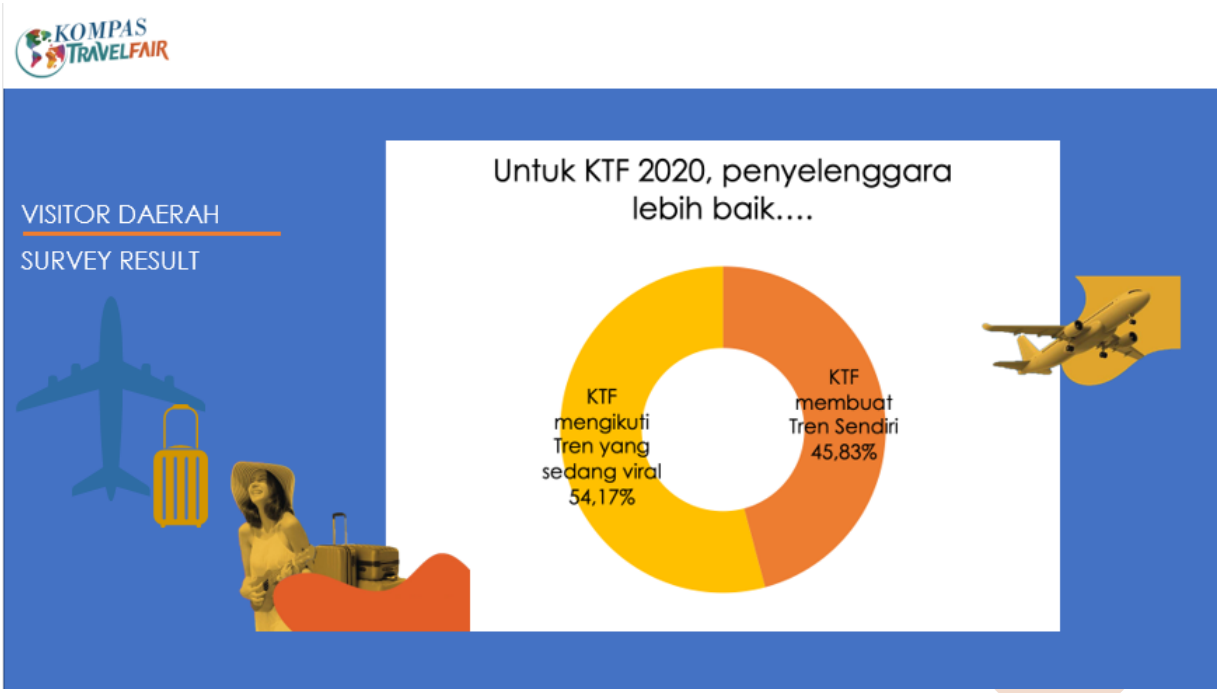
Setelah diteliti berdasarkan destinasi tujuan yang paling menarik perhatian pengunjung, dapat disimpulkan bahwa pengunjung KTF 2019 paling tertarik untuk mengambil paket wisata

Mancanegara (destinasi umum) dengan persentase sebesar 51,39%. Pilihan selanjutnya yang menarik perhatian pengunjung adalah Mancanegara Adventure sebesar 18,06%, dan diikuti dengan Mancanegara Halal, Cruise, Domestik (domestic umum), Domestik Halal, Domestik Adventure, Wisata Rohani, dan lainnya dengan persentase 9,72%, 5,56%, 5,56%, 4,17%, 2,78%, 1,39%, dan 1,39%.

Gambar 41. Akan Mendatangi KTF 2020

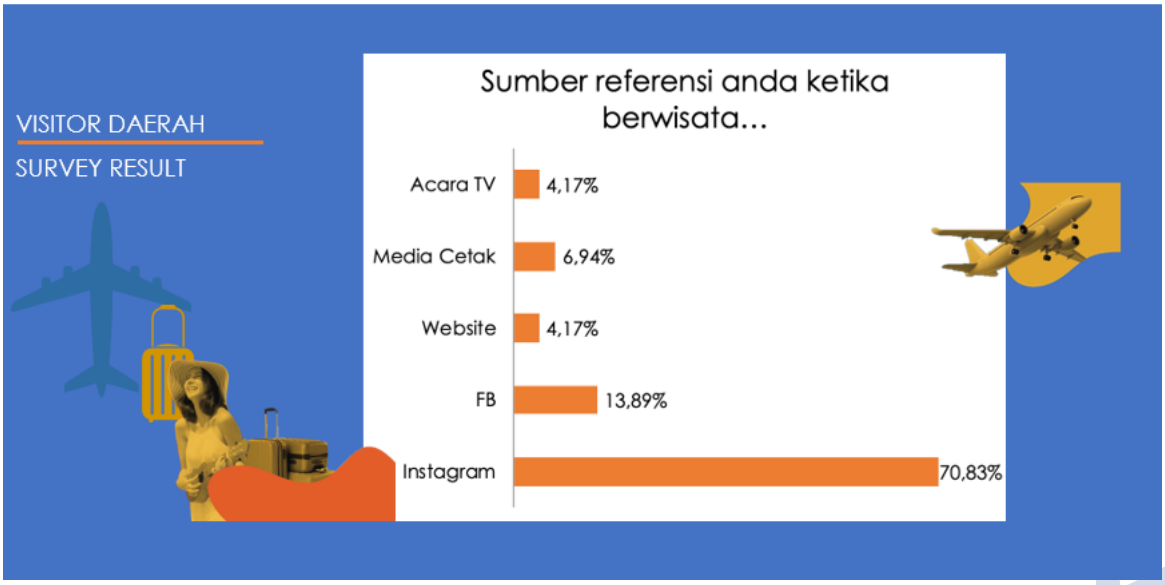
Berdasarkan hasil data, sebesar 95,83% pengunjung akan datang kembali untuk mengikuti acara KTF 2020 karena merasa puas terhadap penawaran-penawaran yang diberikan, dan merasa KTF 2019 memberikan dampak serta manfaat bagi *visitor*. Namun 4,17% responden pengunjung lainnya mengatakan tidak akan datang kembali pada acara KTF 2020 dengan berbagai alasan, beberapa diantaranya adalah alasan tidak puas dengan penawaran yang diberikan, dan merasa harga yang ada di KTF tidak jauh berbeda dengan harga yang ada pada online.

Gambar 42. Penyelenggara Lebih Baik Menciptakan Tren Berwisata Sendiri atau Mengikuti yang Sedang Viral di Sosial Media atau Menjadi Perbincangan di Masyarakat



Dari total responden visitor, sebesar 54,17% responden mengatakan bahwa untuk kedepannya KTF lebih baik mengikuti saja tren yang sedang viral di sosial media atau menjadi perbincangan di masyarakat, karena mereka sebagian dari pengunjung mengaku melihat dan mendapatkan referensi tren berwisata melalui sosial media. Sebesar 45,83% mengatakan bahwa KTF 2020 perlu untuk menciptakan tren berwisata sendiri, namun ketika ditanyakan apakah mereka memiliki ide atau saran untuk tren tersebut, mereka belum memiliki ide.

Gambar 43. Sumber Pengunjung Ketika Berwisata



Setiap pengunjung setidaknya pasti pernah mencari referensi untuk berwisata melalui berbagai cara seperti acara TV, media cetak, website, Face Book, dan Instagram. Berdasarkan data, dapat dilihat bahwa media yang menjadi sumber utama para pengunjung untuk mencari referensi berwisata adalah Instagram dengan responden sebesar 70,83%. Media lainnya yang dijadikan referensi Facebook, yaitu sebesar 13,89%. Disusul dengan media lainnya yaitu media cetak dengan responden 6,94%, acara TV dan website masing-masing sebesar 4,17%.

D. DISKUSI & REKOMENDASI

Nampaknya disrupsi akibat digitalisasi dan internet untuk segala tidak hanya merambah sektor media cetak namun juga industri pariwisata. Event seperti Kompas Travel Fair memiliki tantangan sendiri ditengah serbuan digitalisasi.

Disrupsi membawa perubahan pada perilaku konsumen disegmen tertentu. Berdasarkan data yang kami himpun mimpi KTF untuk menjadi Top of Mind event bagi masyarakat luas untuk mendapatkan sarana penunjang liburan seperti hotel dan tiket pesawat harus dikaji ulang. Kenapa?

Pertama, pangsa pasar Kompas Travel Fair juga merupakan pangsa pasar Travel Fair lain seperti Garuda Travel Fair, BCA-Silk Air Travel Fair, Air Asia Travel Fair dan Travel Fair lainnya yang diadakan oleh major travel agent seperti Bayu Buana, H.I.S. dan Golden Rama.

Kedua, pangsa pasar Kompas Travel Fair juga terganggu dengan Online Travel Fair yang diadakan oleh Online Travel Agent, bahkan tidak hanya Online Travel Fair tetapi juga Flash Sale yang lumayan sering diadakan.

Terbang dari **Lombok**
(Khusus anggota BIG sekali jalan mulai dari)

Kuala Lumpur	Rp539.000
Perth	Rp599.000
Singapura	Rp839.000
Bangkok	Rp1.021.000
Hong Kong	Rp1.184.000

Terbang dari **Padang**
(Khusus anggota BIG sekali jalan mulai dari)

Kuala Lumpur	Rp100.000
Langkawi	Rp353.000
Shenzhen	Rp927.000
Perth	Rp1.084.000
Melbourne	Rp1.390.000

Terbang dari **Palembang**
(Khusus anggota BIG sekali jalan mulai dari)

Kuala Lumpur	Rp100.000
Penang	Rp353.000
Bangkok	Rp582.000
Johor Bahru	Rp353.000
Hi Chi Minh City	Rp473.000

Terbang dari **Pekanbaru**
(Khusus anggota BIG sekali jalan mulai dari)

Kuala Lumpur	Rp259.000
Johor Bahru	Rp512.000
Ho Chi Minh City	Rp632.000
Bangkok	Rp716.000
Hong Kong	Rp904.000

Beli **Sekarang - 19 Juni 2019**
Terbang dari **1 Nov 2019 - 8 Sep 2020**
Harga termasuk pajak | S&K Berlaku

AirAsia

Dengan adanya promo dari Online Travel Agent seperti itu maka terjadi pergeseran perilaku konsumen. Konsumen bisa meramu sendiri paket wisata yang paling murah. Misal pesawat menggunakan Air Asia dan Hotel beli di traveloka atau pegipegi. Belum lagi berburu tiket murah di online tidak membutuhkan effort dan biaya sebesar datang ke KTF. Bangun tidur tinggal buka laptop, tablet atau smartphone dan bermodalkan koneksi cepat untuk memenangkan kompetisi jatah online travel fair dan flash sale. Berbeda datang ke KTF yang membutuhkan effort jauh lebih besar. Mulai dari mandi, sarapan mungkin, berpakaian layak, keluar biaya untuk transportasi menuju JCC yang belum tentu mendapatkan harga lebih murah daripada online. Lalu bagaimana solusi dan rekomendasi kedepannya?

Mungkin solusi ini tidak bertahan lama tapi masih mungkin menjadi jawaban untuk event 5 tahun kedepan. Pertama tidak perlu mengejar pasar untuk usia dibawah 30 tahun karena sudah terbukti dari sisi penghasilan yang terbatas dan tentunya lebih memilih online travel agent untuk berwisata. Fokus pada usia mulai dari 30 tahun keatas yang memiliki pemasukan lebih besar, sudah berkeluarga sehingga pembelian lebih besar karena ada istri dan anak serta tidak mau pusing berburu harga terlalu murah untuk liburan, dapat harga lebih murah sedikit diluar travel fair sudah tidak masalah.

Solusi berikutnya adalah ciptakan niche market berdasarkan data yang dimiliki oleh pihak Bank. Ketika sudah bekerja sama eksklusif maka kerjasama dengan Bank yang bisa memberi lebih atau melakukan lebih untuk mengolah data nasabahnya. Bank tidak boleh membocorkan data nasabah tetapi dimungkinkan untuk menganalisisnya. Promo tidak dilakukan oleh KTF tetapi oleh Bank terhadap para nasabahnya. Analisis Big Data adalah solusinya. Bank bisa menginformasikan kepada nasabah mengenai event KTF kepada nasabah yang memiliki kriteria tertentu pada penggunaan Kartu Kreditnya, seperti setidaknya setahun sekali melakukan transaksi di luar Indonesia berdasarkan pola travelingnya bisa ditawarkan paket wisata yang sesuai dengan pola penggunaan kartu kreditnya. Sehingga yang dikejar adalah nilai transaksinya bukan kuantitas yang datang ke event travel fairnya.

Kedepannya KTF tidak perlu memikirkan untuk menciptakan tren baru tetapi bisa menganalisis tren yang sedang berlangsung melalui social media analysis dan memantau akun-akun yang disebutkan oleh para visitor sebagai referensi traveling mereka. Wisata halal, adventure dan local tetap perlu diadakan tanpa perlu perlakuan special atau effort tertentu.

Demikian laporan dari kami semoga bermanfaat untuk penyelenggaraan KTF 2020.

E. LAMPIRAN

Kritik dan Saran dari Visitor

Dalam kuesioner yang telah disebarkan selama 3 hari acara berlangsung kami mendapatkan 15 kategori kritik dan saran yang sering muncul. Berikut ini adalah rinciannya.

1. Informasi petunjuk arah kurang jelas,
2. Perbanyak fasilitas umum toilet, dan terus diperhatikan kebersihannya,
3. Berharap agar kerjasama dengan bank lain,
4. Perbanyak booth exhibitor,
5. Kuota promo yang diperbanyak dan menarik,
6. Wisata domestik menjadi perhatian untuk diperbanyak pilihannya,
7. Informasi lebih jelas dan lengkap mengenai promo yang ditawarkan,
8. Publikasi acara KTF yang diperluas tidak hanya diseputar Kompas saja,
9. Tiket masuk tanpa bayar,
10. Lokasi penyelenggaraan yang lebih besar,
11. Publikasi mengenai acara ditingkatkan agar lebih ramai pengunjung,
12. Tempat makan dibuat lebih bervarian,
13. Diadakan lebih sering terutama di daerah-daerah,
14. Sistem registrasi yang lebih mudah dipahami pengunjung,
15. Harga tiket/paket wisata yang ditawarkan lebih murah disbanding online.

Saran/ Kritik/ Harapan kepada PENYELENGGARA dari EXHIBITOR

1. Klasifikasi segmen travel
2. Tidak antri toilet
3. Penyelenggaraan cukup baik, fasilitas toilet terlalu mengantri
4. More exposure please
5. KTF tahun depan bisa diperluas sampai Hall A agar mempermudah pengunjung
6. Venue diganti seperti di tahun sebelumnya
7. Alur traffic harus disesuaikan
8. Tanggal acaranya
9. LEBIH TERKONSEP LAGI, KHUSUSNYA UNTUK HOTEL
10. Lebih banyak promo yang bagus
11. KTF tidak seramai GATF
12. Posisi untuk booth seharusnya lebih baik dengan harga yang lebih baik lagi
13. Lebih tertata lagi apa saja yang perlu dipersiapkan sebelum acara
14. Next untuk lokasi KTF harus lebih besar
15. Jangan lupa contact Japan Luggage jika ada event
16. Promosi ditingkatin
17. Partner CIMB, etc nya diperbaiki lagi, dan penyusunan tenant yang lebih tertara agar terbagi rata
18. Internet connection, semoga bias stabil karena hal terpenting untuk check availability, etc
19. Minta harga bagus ke airlines dan kerjasama dengan bank yang bagus
20. Lebih disebar luaskan publikasinya
21. Untuk kerjasama bank mungkin lebih dipertimbangkan partner dengan bank lain.
22. Ya, banyak hadiah menarik
23. Lokasi lebih baik di Assembly Hall
24. Blast lebih awal
25. Tidak berdekatan dengan TF yang lain
26. Untuk jumlah visitor bias bantu ditingkatkan kembali, mungkin karena banyak acara lainnya di JCC, jadi focus visitor terpecah
27. Jangan bikin acara di tanggal yang sama di lokasi JCC kecuali lokasi Hall A atau depan
28. Harga promo airline harusnya lebih menarik Tren: ciptakan tren ala Kompas!
29. Seharusnya pintu masuk dan keluar dibuka jadi flowcost merata
30. 1. Akses masuk / keluar eksibitor susah 2. Parkir untuk eksibitor free 3. Harga tiket masuk harus lebih murah dibandingkan online app
31. Promosi makin ditingkatkan sebagai magnet untuk menarik pengunjung
32. Kalau bisa ada wifi untuk karyawan perusahaan karena susah sinyal
33. Diharapkan ada wifi penyelenggara, dan ada hiburan untuk keluarga yang membawa balita agar nyaman

34. Bisa lebih dipromosikan lagi agar lebih meriah di tahun depan dan leih nyaman di hall yang tempat ASTINDO
35. Keamanan dan kenyamanan lebih
36. Harga lebih murah dan posisi pameran jangan di belakang
37. Saya minta agar panitia mengadakan promosi tiket pesawat murah dalam negeri khususnya Papua Barat
38. Sejauh ini segala sesuatunya sudah sangat baik, kami sebagai exhibitor sudah banyak sekali dibantu oleh EO

Saran/ Kritik/ Harapan kepada PENYELENGGARA dari VISITOR

1.	diperbanyak domestiknya juga. pengaturan tempatnya kurang bagus. petunjuk informasi arah kurang banyak
2.	parkir di luar lebih luas lagi. toilet selalu dibersihkan
3.	toilet sedikit, jadi antrinya banyak
4.	kurang publikasi, harus cari sendiri secara detail. seharusnya kan tidak seperti itu
5.	toilet diperbanyak. pas masuk gedung ada kaya bau dupa gitu, demi kenyamanan pengunjung kalo bisa untuk yang seperti itu lebih diperhatikan
6.	tidak ada, aman dan bagus
7.	booth kurang banyak, Booth Taiwan bagus. Kenapa semua travel agent menyodorkan brosur? hanya jadi sampah. lebih baik seperti yg booth Taiwan tawarkan, jadi tertarik dan juga menyenangkan
8.	sudah bagus, jarang kursi jadi susah duduk
9.	kurang boothnya, selebihnya bagus.
10.	masuk susah dan ribet, muter-muter banget. informasi petunjuk arahnya tidak jelas
11.	tempatnya terlalu kecil, tidak ada tempat duduk, seharusnya ada wifi yang bisa dipakai pengunjung, masuk tidak berbayar
12.	biasa saja dari tahun ke tahun, promonya di bank yang umum agar lebih banyak yang tertarik
13.	produknya diperbanyak (gadget samsung kenapa tidak ada, dulu ada soalnya)
14.	bagus, acaranya lumayan, antusiasme masyarakat jg bagus
15.	tidak ada
16.	cashback lebih worthy lagi, acara lebih seru, promo travel lebih baik
17.	lebih sepi, tapi bagus dari tahun ke tahun
18.	paket wisata gunung, atau produk-produk outdoor seperti eiger boleh join. supaya lebih mencakup lagi
19.	pintu masuk membingungkan, diperbanyak negara-negaranya, booth makanannya kalo bias makanan khas indo, kan lumayan kalo ada orang asing jadi turut memperkenalkan
20.	lebih mahal dari tahun ke tahun, promonya kurang
21.	boothnya kurang banyak, gak sebanyak Astrindo. Promonya juga kurang
22.	bagus, meriah. Mudah dijangkau juga
23.	so far bagus, gak rame-rame banget. Baru pertama kali jadi oke oke aja
24.	pertunjukan artis agar menjadi hiburan
25.	1. Gelang tidak menjamin pengunjung mendapatkan kuota CIMB Niaga 2. CIMB dan KTF memiliki rules yang berbeda, jd membingungkan 3. di booth CIMB tidak ada

	panduang registrasi online, sehingga semua pengunjung harus menunggu antrian untuk diajari 1 orang. 4. so far good, selain 3 hal di atas
26.	Kerja sama dengan bank yang common saja, seperti BCA misalnya. Syarat dan ketentuannya susah, dan kebanyakan. Jadi mau transaksi terhambat
27.	bikin kartu kreditnya sangat ribet (CIMB Niaga)
28.	sounding iklan di TV lebih kencang, jangan hanya di stasiun TV kompas saja
29.	bagus-bagus saja, tidak ada kritik dan saran
30.	Kalau bisa, ada paket all in. Soalnya repot. Lebih murah lagi tiket-tiket pesawatnya
31.	lebih banyak cashback, dan paket lain. selainnya oke
32.	plang informasi kurang, diperbanyak petunjuk arahnya
33.	lebih beragam lagi airlinesnya
34.	cukup baik
35.	banyakin promo menarik, seperti wisata exotic (anti mainstream)
36.	rute anti mainstream masih jarang
37.	diskon lebih besar, kuota diperbanyak
38.	tempat duduk kurang, tiket masuknya lebih murah atau at least dapat sesuatu. waktunya juga diperpanjang, jangan 3 hari
39.	ruangannya lebih kecil, panitianya itu-itu saja
40.	boothnya jomplang, kenapa yang Papua di belakang?
41.	toiletnya diperbanyak agar tidak antri, paket-paket wisata lebih menarik, dan ada arena untuk anak kecil yang memadai
42.	lebih sering promosi diskon
43.	antriannya dibagi menjadi lebih cepat, tambahan kuota
44.	jam masuk lebih tepat, antrian masuk lebih teratur, tiket masuk dipermurah.
45.	selain toilet, yg lain excellent
46.	harinya diperpanjang, dilebihkan
47.	LOKASI DEKAT DENGAN RUMAH
48.	BANK PARTNER HARUS KONSISTEN DENGAN ATURAN QR CODE YANG SUDAH DIBUAT
49.	IDE: PARIWISATA HALAL
50.	PROMO KERJASAMA DENGAN VISA/MASTERCARD TANPA BANK TERTENTU
51.	TIKET MASUK KALAU BISA FREE

52.	PILAH AIRLINES DAPAT MENAMBAH ARMADA
53.	PROMO CASHBACK DITAMBAH
54.	LOKASI LEBIH STRATEGIS
55.	PROMO DIPERBANYAK
56.	BANYAK ORANG MENGANTRI GELANG CASHBACK PADAHAL TIDAK TRANSAKSI, LEBIH BAIK SEPERTI BNI FAIR YANG TIDAK PERLU ANTRI GELANG. SIAPAPUN YANG TRANSAKSI MENGGUNAKAN BNI, BISA LANGSUNG CLAIM CASHBACK SELAMA KUOTA MASIH ADA. KUOTA CASHBACK BENAR BERLAKU UNTUK YANG TRANSAKSI SAJA, BUKAN UNTUK ORANG YANG INGIN MENGGUNAKAN GELANG CASHBACK NAMUN TIDAK TRANSAKSI.
57.	boothnya terlalu dekat, jadi crowded banget
58.	Beberapa travel agent tidak ramah sama sekali (re:Golden Rama). Seharusnya kan mereka memudahkan kami, malah sebaliknya
59.	join dengan garuda indonesia
60.	lebih banyak atraksi seperti di booth Taiwan, voucher dan gamesnya lebih banyak jadi orang-orang stay longer for that
61.	flownya sebenernya jelas, hanya plang informasinya gak dikasih tau jadi bingung
62.	Banyak mas-mas jaga booth yang cat calling, godain, tidak menghargai. Jadi agak rishi keliling-keliling
63.	oke
64.	cashback diperbesar, agar pengunjung mendapat keuntungan mengunjungi KTF
65.	promonya lebih besar lagi
66.	semua bagus
67.	LO nya tidak ramah, orang informationya tidak senyum sama sekali. Hospitality staff harus diperbaiki
68.	harganya dipermurah, cashbacknya besar tanpa syarat
69.	bagus sekali
70.	promo dan diskonnya kurang, mungkin bisa lebih besar lagi
71.	Satu tahun jangan hanya sekali, dua sampai tiga kali dalam setahun kayanya oke
72.	cashbacknya kurang, penyebaran informasi juga kurang. Sepi
73.	antriannya seharusnya tidak Panjang, cashbacknya lebih besar yang tahun lalu dari pada tahun ini
74.	toilet harus selalu dibersihkan mengingat toilet sedikit dan pengunjung yang banyak. Stand makanan diperbanyak. Pilihan airlines juga diperbanyak dan dipermurah
75.	KERJASAMA BANK TIDAK HANYA SATU MACAM BANK

76.	MENGIKUTI TREN NAMUN TETAP MEMILIKI CIRI KHAS SENDIRI
77.	KTF MEMBUAT TREN SENDIRI NAMUN MENGAKOMODIR KEBUTUHAN TREN YANG VIRAL
	LEBIH BANYAK TOURISM ORGANIZATION
	MENGHADIRKAN TOURISM ORGANIZATION LEBIH BANYAK
78.	PAKET WISATA DOMESTIK DIPERBANYAK
79.	MEMBUAT TREN TRAVELLING YANG SUSTAINABLE
80.	BANK PARTNER YANG MILENIAL (JENIUS, DIGIBANK, ETC)
81.	TOUR DOMESTIK DIPERBANYAK, PEGAWAI TOUR TIDAK BOLEH IKUT PROMO, JADI BANYAK PENGUNJUNG YANG TIDAK KEBAGIAN
82.	SEMOGA LEBIH BAIK, TEMPAT DUDUK DISEDIAKAN UNTUK ISTIRAHAT
83.	KETERANGAN PROMO APAPUN LEBIH DETAIL, TICKETING LEBIH DIRAPIKAN
84.	LEBIH TERATUR, LEBIH MENARIK
85.	LEBIH AWAL PUBLIKASINYA, JADI BISA SIAP BUDGET
86.	TERUS MAJU
87.	Semoga lebih bagus, dan di hall A lagi, karenadi hall B kecil
88.	Lebih banyak lagi exhibitornya, karena ini sedikit
89.	Judul event lebih divariasi jangan hanya travel saja, karena ada makanan
90.	Promo lebih banyak dan varian
91.	Agar pintu masuk dibuat di gerbang Utama (Hall A)
92.	PANGGUNG SEHARUSNYA DITUTUP/DIBATASI KARENA BERDEKATAN DENGAN TOILET, MENGHALANGI JALAN
93.	Kurang petunjuk saat masuk
94.	ADA PROMO YANG LEBIH MENARIK LAGI
95.	informasi tentang promo, tempat makan, dan istirahat kurang
96.	tiket masuk gratis dan kalo misalnya bayar kalo bisa dapet minuman
97.	lebih banyak booth (ada yang namanya smiling tour & holiday)
98.	jangka waktu promo diperpanjang karena tahun ini sudah penuh dan tempat kurang luas
99.	1. Kurang luas & tertata rapi 2. Promo dan offering diperbanyak 3. maskapai penerbangan yang low cost diperbanyak (cth: Air Asia)
100.	1. lumayan bagus 2. dia cari kedutaan di negara2 itu supaya bisa perkenalin negaranya 3. ga perlu kesana dulu untuk tempat2 disana 4. tambah promo lagi dan banknya jangan cuma 1

101.	bagus karena ada penawaran apartemen untuk disewakan dan ada tempat duduk untuk istirahat tapi kurang banyak
102.	jika bisa informasi lebih mudah ditemukan soalnya baru tau
103.	Cashback dan promo diperbanyak, selebihnya oke
104.	lebih banyak merchandise, Promo tanpa syarat kalo bisa, Sudah oke lebih ditingkatkan lagi
105.	Cara masuk agak berantakan karena tergabung-gabung sama acara lain dan perbanyak travel agent serta cashback
106.	Oke, tapi kalo bisa lebih banyakin airlines (paket-paket penerbangan murah)
107.	Tiket pesawat dan hotel serta trip2 kalo bisa digabung supaya tidak ribet
108.	Tren: Eropa Timur Happy hour kurang, penataan per kategori kurang
109.	Tren: Simba (Eksplor Barat-Timur) 1. Paket (sale koper gila-gilaan) 2. Paket sale koper ditambahin
110.	Tren: Asia Cashback dan kuota diperbanyak
111.	Lebih banyak domestik
112.	Tren: eksplor tempat-tempat yang belum diketahui di Indonesia & mancanegara (Asia) Merchandise booth kurang, sepi
113.	1. Bank BNI katanya harusnya ada, tapi ternyata hanya ada CIMB 2. Infonya ga ada, hausnya diinfoin lebih lanjut
114.	Promo di booth lebih diperbanyak
115.	Tren: Labuan Bajo dan Raja Ampat 1. Publikasinya lebih banyak 2. Promo lebih banyak 3. Fasilitas sudah bagus, tapi ditingkatkan
116.	Booth kurang banyak (terutama penerbangan)
117.	Arena anak-anak kurang banyak dan hiburan anak kurang
118.	Jarak untuk pengunjung jalan diperlebar
119.	Semua sudah cukup baik
120.	1. Komunitas traveler jadi bisa saling share info murah tetang perjalanan 2. nyari sendiri dan buang waktu
121.	PROMO TIKET DOMESTIK LEBIH DIPERBANYAK
122.	Informasi tentang promo dari booth diperjelas
123.	LEBIH INFORMATIF
124.	Kurang banyak sponsor bank dan kuota diperbanyak
125.	Tiket masuk gratis dan air mineral kurang booth
126.	Free masuk dan banyakin food court
127.	Promo tempat wisata diperbanyak

128.	lebih banyak promo dan kapasitas untuk dapet tiket diperbanyak
129.	KTF MEMBUAT TREN YANG OKUS KE DAERAH LAIN, BISA LEBIH HIGHLIGHTS DOMESTIK DAN DUTA DAERAH
130.	LEBIH DITINGKATKAN LAGI
131.	Semua baik, lebih banyak promo makanan
132.	1. lebih banyak domestik 2. Lebih banyak booth partisipan
133.	Tren: Mengadakan travel di hari-hari biasa sehingga harganya lebih murah, kurang banyak promo dan kenapa harus diselenggarakan acaranya di saat liburan high season
134.	Tren: Raja Ampat, Papua Lebih banyak promo dan sponsor bank
135.	1. Promo lebih banyak 2. Kejelasan tentang tiket karena tiket disobek di depan sehingga tidak bisa ikut doorprize
136.	HARGA TIKET MASIH MAHAL
137.	Tren: Lebih banyak di Indonesia (Papua), eksplor Indonesianya Parkit jauh, lokasinya jauh dari tempat parkir
138.	Kuota paket per hari diperbanyak dan jangan dibeli calo semua
139.	Semakin maju
140.	Semoga dapat bermanfaat untuk masyarakat dan event berjalan lebih baik
141.	SEMOGA HARGA LEBIH MURAH LAGI
142.	Lebih ditambah tempat istirahatnya
143.	semakin baik lagi, tempatnya luas
144.	1. Acara kurang 2. Travel agent lebih ada tema 3. Iklan KTF lebih menarik lagi
145.	Semua bagus tetapi fasilitas untuk disabilitas kurang memadai (toilet)
146.	bagus-bagus, tapi sepi
147.	Lebih banyak promo di booth
148.	1. Cashback diperbanyak 2. Kuota untuk membeli tiket promo jangan dibatasi
149.	1. Tahun ini tempatnya lebih kecil 2. Boothnya kurang banyak (harusnya bisa lebih leluasa memilih)
150.	Informasi soal cicilannya tidak jelas
151.	Gate depan jangan dibedain yang udah dan yang enggak perlu regis
152.	Semua sudah cukup
153.	1. Sponsor bank lebih banyak 2. Promo lebih banyak 3. Tiket dipermurah
154.	Lebih terkondisi aja
155.	petunjuk jalannya kurang, selebihnya oke

156.	Tren: Indonesia Timur diperbanyak, Ternate kalau bisa 1. Harga booth dimurahin 2. Bank sponsor jangan cuma 1
157.	Promi dibanyakin
158.	Sudah bagus
159.	Tren: Bangka Belitung Lebih banyak promo, talkshow travelling, booth atribut liburan diperbanyak
160.	Program diperbanyak, harga harus lebih murah dari online/traveloka
161.	1. Lebih banyak cashback 2. First come, first serve (Jangan antri/kalo bisa pake QR code saja) 3. Anytime datang, kalo beruntung dapet kalo ngga yaudah gapapa 4. Lebih banyak booth domestik untuk tambah devisa negara
162.	Pilihan domestik diperbanyak jangan terbatas
163.	Lebih banyak promo
164.	Tempatnya udah oke, sekarang penukaran cashback lebih ribet
165.	Tren: Raja Ampat, Taiwan 1. Antrian terlalu panjang 2. Tahun depan lebih banyak promo tapi syaratya digampangin
166.	Semoga lebih baik
167.	1. Harga masuk dimurahin 2. Harga tiket lebih banyak promo
168.	Kurang penyebaran dan publikasi acara
169.	Udah bagus
170.	Lebih banyak booth Indonesia tahun depan
171.	Lebih banyak domestik
172.	Jangan ada tiket masuk
173.	Bank jangan exclusive dengan CIMB
174.	1. Promo kurang banyak 2. Diadakan lebih dari sekali dalam setahun 3. Kurang ramai
175.	diadakan lebih dari 2 kali dalam setahun
176.	Kalau bisa setahun diadakan 2 kali, lebih banyak booth domestik
177.	Lebih banyak domestik
178.	Tren: Karena biasanya orang mencari tempat eksplor di sosial media, budayanya banyak. Kalau bisa diadakan saat pertengahan tahun supaya bisa bikin budgeting.
179.	Trend: eksplorasi tempat-tempat yang yang belum pernah diekspos.
180.	Trend: Lebih banyak yang penerbangan karena biasanya harganya mahal kalo ga event. Terlalu biasa, gak catchy, petunjuk untuk booth kurang jelas
181.	Lebih maju lagi
182.	TIKET DOMESTIK DIGEDEIN POTONGANNYA

183.	HARGA TIKET GARUDA MAHAL
184.	Lebih ramai tahun lalu dibanding tahun ini, setiap tahun semoga KTF diadain
185.	Semua sudah ok
186.	Lebih banyak promo, setiap booth orang-orang yang jaga kalau bisa diperbanyak supaya antrian ga terlalu panjang dan ramai
187.	Boothnya diperbanyak yang luar negeri
188.	Tahun ini lebih rumit cashbacknya terutama karena harus pake CIMB
189.	Lebih banyak cashback dan tempat makan di venue
190.	Saya lebih ke backpacker, KTF lebih ke promo tour. Tiket juga gak jauh beda harganya sama nyari sendiri, jadi kayak sama aja datatng atau engga
191.	Tren: lebih banyak domestik; ga efektif pake QR Code, ga tau ada cashback apa aja, dulu bisa pre-order
192.	partisipan lebih sedikit; cashback kurang banyak; barcode susah diakses, kalo bisa bukanya pas hari H aja
193.	Tren: diperbanyak yang Indonesia aja (domestik); tiket masuk KTF kalo bisa gratis
194.	tempat untuk duduk kurang, jd banyak yg ngemper
195.	diperbanyak promo domestiknya
196.	Happy hour kadang adanya jam 11-13 padahal itu jam istirahat, diperbaiki aja
197.	promonya kurang, beda dari yang dikasih tau di media sosial, kurang transparan
198.	Tren: lebih banyak domestik; tiket domestik jangan dimahalin, harusnya dimurahin supaya menambah devisa negara
199.	Harga-harga penerbangan ataupu liburan dibuat lebih murah
200.	Tren: tema "explore it your way" harusnya eksplor tempat-tempat yang ga diketahui sebelumnya; beberapa promo justru lebih mahal daripada harga di online, di online juga lebih praktis kalau mau melakukan transaksi dibandingkan disini
201.	Tren: lebih banyak domestik (Indonesia); kalo masuk pake platinum katanya ada antrian sendiri tapi ternyata gabung, kurang pengarahan
202.	Toilet harus sering dibersihkan mengingat banyaknya pengunjung dan minimnya toilet, space di tempat makan harus diperbesar
203.	Cari lokasi liburan yang unik dan belum pernah dieksplor sebelumnya
204.	toilet kurang bersih, promo tidak seperti di iklan
205.	Tren: Raja Ampat, NTT, lebih banyak daerah Indonesia Perbanyak tiket penerbangan yang murah
206.	boothnya lebih banyak lagi, kurang ramai
207.	Harga tiket-tiket lebih murah lagi, kan kalo tidak murah percuma aja
208.	Masuknya lebih baik gratis

209.	toiletnya sering dibersihkan, booth Taiwan bagus banget buat solo traveler
210.	Bagus, sekarang dikategorikan. Dulu boothnya lebih berantakan, tapi tahun ini lebih sepi sepertinya
211.	perbanyak tourism
212.	Harus diadain di mall
213.	Semoga semakin banyak & sering promo-promo
214.	Seharusnya ada travel online seperti traveloka
215.	Diperbanyak exhibitor penunjang liburan & start up
216.	Aksesori travel diperbanyak
217.	Diperbanyak tenant & exhibitor
218.	Tempat makan kurang, gak ada tempat istirahat
219.	Harusnya informasi di setiap booth dipermudah & perjelas
220.	Sediakan paket backpacker
221.	Sudah cukup memberikan referensi, perbanyak wisata khusus halal
222.	Gelangnya dibanyakin yang u tuk cashback, promo bank selain CIMB
223.	All over is good
224.	Semoga lebih banyak agen perjalanan yang ikut
225.	Semoga lebih maju lagi, dan sukses
226.	Lebih banyak promo
227.	Informasi lebih lengkap mengenai sistem registrasi
228.	Kurang info di loket pembayaran, tapi so far so good
229.	Lebih banyak promo
230.	Loket pembayaran & fasilitas pembayaran diperbanyak, wisata kuliner ditambah
231.	Harga dan promo harusnya lebih murah dibanding traveloka, kuota dikit
232.	Dalan antrian cashback, sebaiknya setelah ada yang berhasil dapat gelang, langsung dibagikan nomor urut
233.	Ada beberapa booth yang konsepnya unik seperti booth "Taiwan"
234.	Semoga makin ramai tahun depan

Analisis FGD

Kenapa sih mau datang ke sini? Alasan apa yang melatarbelakangi peserta hadir di acara Kompas Travel Fair

Mau mencari tiket	Sekedar cari tiket
Mau cari tiket promo	Mencari tiket promo
Mau cari tiket promo termurah	Mencari tiket termurah dan promo
Mau beli voucher	Hanya kebetulan Sebenarnya mau beli voucher

Dari hasil diskusi, kebanyakan memang mencari promo tiket murah, karena Kompas Travel Fair identic dengan ajang promosi tiket murah dengan destinasi beragam, baik untuk wisata ke luar negeri atau memenuhi hobby traveling. Dengan dating ke Kompas Travel Fair peluang mereka mendapatkan tiket promo yang murah makin besar, khususnya untuk destinasi tertentu dengan harga terjangkau.

Saat ditanya apakah acara di Kompas Travel Fair 2019 apakah sudah sesuai dengan ekspetasi semula sebelum mereka datang. Jawabannya amat beragam

Sebetulnya sih saya setiap tahun dateng, cuman ya gitu, saya tuh orangnya tipikal yang rajin mencari, kalau kata orang seneng diribetin gitu, jadi saya baru kemarin saya jalan masih belum, karena saya salah informasi, karena kompas travel ini kan tahun ini kan ada di 3 tempat, saya pikir BNI itu ikut, gataunya ada di luar kota ya? Tadi saya berharap BNI Niaga, kebetulan saya ngga ada, ada sih CIMB, tapi udah gabisa di pake.	Mengapa hanya satu bank? Tidak semua Bank, kemudian mengapa di Jakarta tidak melibatkan BNI?
Kemarin sih saya sudah dapet pak, kan tujuan saya ke situ terus sebelum ke sini sudah di telfon dulu, di telfon ke standnya terus dia bilang suruh ke sini, yaudah ke sini terus dapet	Mendapatkan sesuai harapan
Sebenernya saya punya kartu CIMB juga, tapi kalo ga dapet yang 1,5 ya di bawahnya, tapi antusiasmenya tinggi sekali ya, jadi udah pada abis kuotanya	Antusiasme pengunjung luar basa, kehabisan kuota.Sejak jam 11 kuta habis

Sebenernya dia sih yang punya CIMB, aku ga punya, jadi saya setuju dengan bapak yang di sana tadi, jadi menurut saya kayak dibuka yang paling banyak orang makenya BCA, kayak saya.	Mengapa Cuma pakai CIMB kenapa tidak pakai bank BCA?

Seluruh peserta berharap bahwa Bank yang berpartsisipasi dalam kegiatan Kompas Travel Fair tidak hanya satu bank saja, tetapi semua bank , mengingat ada kemudahan dan diskon bila menggunakan bank yang ditunjuk oleh panitia. Apalagi mengingat animo masyarakat yang sangat luar biasa , sejak dibuka pukul sebelas sudah tutup dan habis kuotanya. Mengingat pangsa pasar yang besar mestinya didukung dengan moda pembayaran yang beragam juga

Apakah pengunjung berminat pada tawaran paket khusus ? Apakah harus ada paket-paket seperti itu, misalnya wisata religi, wisata domestik, wisata petualangan, menurut anda ?

Pernyataan	Ringkasan
Menurut saya sih, itu sangat perlu sekali pak, kayak umroh kan kalo diluaran kan banyak pesaingan, kalo di sini bisa lebih murah tapi pelayannya lebih baik.	Paket khusus sangat perlu, Di Kompas Travel Fair selain lebih murah juga pelayanannya baik
oh kalo saya tadi beli tiketnya dulu, kalo paket, kayaknya nanti saya akan coba cari sendiri, cuman masih cari cari lagi kalo ada travel fair lain.	Tidak peduli, karena yang penting beli tiket yang diinginkan
bagus pak, bisa mendatangkan konsumen untuk umroh dan lain	Paket khusus bisa mendatangkan konsumen baru, misalnya untuk umroh
paket kayak gitu, kayak umroh kan saya beda, tapi ada lah kayak holy land itu bagus sih. lebih spesifik jadi mereka, cuman karena saya masih muda begini, belum belum waktunya	Paket begitu bagus, tetapi buat anak muda mungkin belum waktunya
kalo paket sih pake paket sih, kayak tadi kita juga kan nyari karena saya mau ke Jepang tadi saya sekalian nyari tiket pass nya cuman tadi beberapa stan ga ada. Jadi kalo ada paket, pasti perlu lah.	Paket, terutama untuk ke luar negeri itu pasti perlu khususnya ke Jepang
hmm, saya seorang travel blogger, jadi kebetulan kalo saya, memang paket itu bagus, tapi kan memang sesuai kebutuhan	Paket itu bagus sesuai kebutuhan orang

orang pak. Mungkin kalo orang yang baru pertama kali jalan-jalan ke Holyland mungkin akan dianjurkan pake paket tour, tapi kalo tipikal saya, kalau saya pribadi saya lebih suka, beli tiket dulu, nanti saya bikin paket sendiri, buat saya agak mahal kalo buat saya	Khususnya buat yang pertama kali ingin pergi ke Holy Land Buat seorang travel blogger,, cukup beli tiket pribadi

Bisa disimpulkan, paket itu menarik kalau ada kepentingannya. Bagi anak-anak muda yang hobinya traveling, pilihan paket wisata tidak pas. Paket wisata akan sesuai dengan kebutuhan orang Paket itu bagus sesuai kebutuhan orang Khususnya buat yang pertama kali ingin pergi ke Holy Land

Saat ditanya apa saja kekurangan program paket wisata seperti paket wisata rohani, Umroh, Holly Land dan sebagainya di acara Kompas Travel Fair, ada sejumlah pernyataan yang menarik

Pernyataan	Ringkasan
itu gak ada kekurangan pak, cumankan memangkan kalo seorang travel lady pasti mengerti kok, dengan ini murah tujuannya sama cuman plus minusnya ada, mungkin di sini murah, di sini hotel dia mahal	Paket itu murah, tetapi harus dilihat apakah semuanya, jangan-jangan untuk hotelnya mahal
harus banyak survei, banyak belajar dan banyak memahami, ini begini ini begini masing-masing travel agen kan menawarkan punya, ya punya kelebihannya sendirilah	Semua travel menawarkan kelebihan dan kelemahan masing masing
Kalo menurut saya iya bener, jadi tergantung pada setiap kebutuhan orangnya, misalnya kayak umroh kayak gitu gitu kan orang pasti lebih milih paket, biar ga ribet segala macem. Karena kan di sana tujuannya juga buat berdoa, gitu gitu, tapi kalo saya, kalo cuman buat jalan jalan, saya sih lebih milih buat beli tiket ppnya dll dsb, mending pikirin sendiri. Karena kalo paket gitukan saya udah diatur gitukan, jadi kayak gitu	Pentingnya paket tergantung kebutuhan Kalo mau jalan-jalan kan beda dengan yang mau ke tanah suci
nah iya, apalagi kalo misalnya yang masih muda gitu, pasti lebih banyak ga pengen diaturnya	Anak muda nggak suka paket wisata, karena kkebiasaan anak muda adalah tidak ingin diatur atur
Kalo saya, kurang lebih sama, kalo kita ngambil yang holyland atau yang lain ya, lebih baik pake tour, karena kita kan gatau nih kemana aja, dan jadi itukan kita diajarin,	Kalau tujuannya untuk ke tanah suci, yang perlu guide sebaiknya pakai system paket

ini sejarahnya gimana sih, segala macem, dan juga kebutuhan sama orang tua, sarankan sih pake tour juga sih, tapi kalo kayak kita masih muda, saya lebih suka, saya sendiri, tapi kalo misalnya tempat jauh-jauh, misalnya saya mau ke Korea nih, mau jauh jauh ke Busan, saya pake tour, nah kalo ke kotanya saya sendiri, gitu sih.	Kalo anak muda yang suka jalan sendiri, nggak mau diatur-atur sebaiknya tiket pribadi
kalo saya jujur sih belum pernah beli pake tour ya, selama ini saya traveling juga sendiri perginya, ya saya setuju sih, dengan pendapat yang tadi, kalo untuk pergi umroh, atau hollyland, mending pake tour, karena disana kita gatau mau kemana, nanti di sana kita gatau transportasi apa yang harus kita ambil, terus hotelnya yg deket sama kira-kira strategis untuk pergi-pergi tuh, tapi kita kan gatau, tapi kalo saya pribadi sih saya belum pernah beli paket. Saya pergi selalu sendiri kalo traveling	System paket disesuaikan dengan kebutuhan,, Kalo umroh atau pergi ziarah ke Hollyland sebaiknya paket wisata Karena ada yang mengarahkan dan membimbing
yaa udah bawa badan aja deh, nanti kita akan kesini, tapi ya kekurangannya itu dibatesin banget sih.	Kelebihan system paket wisata kita dimudahkan, tetapi buat anak muda, buat travel blogger justru terasa dibatasi dan tidak bebas

Pentingnya paket tergantung kebutuhan Kalo mau jalan-jalan kan beda dengan yang mau ke tanah suciKalau tujuannya untuk ke tanah suci, yang perlu guide sebaiknya pakai system paket Kalo anak muda yang suka jalan sendiri, nggak mau diatur-atur sebaiknya tiket pribadi. System paket disesuaikan dengan kebutuhan,,Kalo umroh atau pergi ziarah ke Hollyland sebaiknya paket wisata Karena ada yang mengarahkan dan membimbing Kelebihan system paket wisata kita dimudahkan, tetapi buat anak muda, buat travel blogger justru terasa dibatasi dan tidak bebas

Kalau system paket wisata, apa sih ekspetasi yang anda harapkan ada dalam sebuah program paket wisata??

Pernyataan	Rangkuman diskusi
kalo saya masalah package itu ekspetasi saya, ya travel ya yang untuk menghindari, yang ada makanan-makanannya yang mengandung pork, kalo saya sih itu aja sih	Paket wisata rohani muslim misalnya untuk memberi jaminan apakah makanan dan minuman yang diberikan sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianut
iya kayak kemarin saya diundang ke acara Korea halal itu, ternyata lebih luas, untuk	Selain soal makanan halal, paket wisata muslim juga menjelaskan secara lebih rinci

mengetahui hal mushola di mana tempat masjid, di mana cuman imagenya ya menghindari makanan yang mengandung pork gitu.	okasi mushola, masjid dan lokasi yang sesuai ajaran agama
saya sih kayak gitu, kalo saya sih aware untuk masalah makanan saya takut buat makan yang aneh-aneh, gitu jadi kan kalo mau nanya juga rada sungkan, terus gimana halal tour, atau halal packagekan udah pasti apa yang masuk ke dalam situ sudah aman.	Dengan adanya paket wisata rohani, misalnya muslim package maka akan ada jaminan bahwa yang diberikan yang disajikan sudah sesuai dengan syariat meski di lokasi wisata yang bukan negara muslim
kalo saya ya untuk, keuntungannya jadi ya muslim jadi tau tempat ini segala macem, karena ada negara yang mayoritas penduduknya bukan muslim, itu susah cari makanannya, nah kalo ada package ini sangat membantu buat tempat makan ini gitu.	Buat muslim jadi tahu tempat tempat yang punya makanan halal sesuai ajaran Muslim Paket wisata sangat membantu dalam hal ini

Paket wisata rohani muslim misalnya untuk memberi jaminan apakah makanan dan minuman yang diberikan sesuai dengan nilai-nilai agama yang dianut. Selain soal makanan halal, paket wisata muslim juga menjelaskan secara lebih rinci okasi mushola, masjid dan lokasi yang sesuai ajaran agama. Dengan adanya paket wisata rohani, misalnya muslim package maka akan ada jaminan bahwa yang diberikan yang disajikan sudah sesuai dengan syariat meski di lokasi wisata yang bukan negara muslim. Buat muslim jadi tahu tempat tempat yang punya makanan halal sesuai ajaran Muslim Paket wisata sangat membantu dalam hal ini

Paket wisata Tipe Showbiz ? mungkin ada lagi nih yang tipenya showbiz, kayak prambanan, misalnya di Indonesia dulu, yang dicampur dengan seni seni tari, ramayana, mungkin kalo jepang lain lagi

PERNYATAAN	RINGKASAN
kalo menurut saya sih sangat baik karena mengingatkan dengan acara yang akan berlangsung, misalnya karya-karya seni, itukan salah satu wisatawan tau budaya kita	Sangat baik untuk mengangkat budaya
kalo saya sih lebih tertarik ke jalan jalannya nyari tentang culturenya sih, tapi ga lebih ke seni dan ke show shownya sih, jadi lebih kayak nyari ke tempat	Lebih tertarik jalan jalan mencari informasi tentang budayanya bukan soal tampilan seninya

tempatnya kayak tample, kayak ke historikalnya, bukan performancenya	
kalo kayak anak kecil gitu yang di disney land, gitu sih cocok, kalo misalnya anak mudah sih memang, kurang tertarik sih, lebih ke jalan-jalannya sih	Paket show seperti Jungle Land lebih cocok buat anak-anak, buat anak muda lebih suka jalan-jalannya
ya kalo dalem acara ini sih oke, kalo misalnya ngundang artis gitu misalnya, kecuali pas jalan-jalannya, kalo pas lagi jalan-jalannya kan orangnya pasti nyari jalan-jalannya aja, kalo ke show shownya pasti kurang	Kalau mengundang artis pasti lebih oke
kalo saya, kalo disisipin showbiznya di wisata lokal, mungkin sudah setiap hari saya lihat, jadi saya malas, kalo mungkin di luar di sisip sisipkan, itu akan wah ini jarang gw lihat nih, kayak misalnya saya kemarin ke suka bumi, ada disisipkan sanggar-sanggar tari, adanya ketika saya harus mengikuti alurnya, saya cuman berdiri doang dan akhirnya saya tidur, jadi begitu pak	Kalau budaya local kurang menarik buat wisatawan domestic, lebih cocok untuk wisatawan asing

. Paket show seperti Jungle Land lebih cocok buat anak-anak, buat anak muda lebih suka jalan-jalannya. Lebih tertarik jalan jalan mencari informasi tentang budayanya bukan soal tampilan seninya. Tetapi ada peserta yang mengatakan bahwa acara ini Sangat baik untuk mengangkat budaya. Kalau budaya local kurang menarik buat wisatawan domestic, lebih cocok untuk wisatawan asing

.

SOAL INFLUENCER , UNTUK MEMPENGARUHI PERJALANAN WISATA ?

PERNYATAAN	RINGKASAN
Adasih, influencer tuh kayak kita ngeliat si A kayak suka, siapa sih yang kita suka? iya, suka posting di mana terus kita kepo, ini di mana sih tempatnya, cara ke sana gimana nih, tiketnya berapa, gitu. Terus kalo tadi yang showbiz itu bagus sih kalo mau dikembangin di Indonesia lokal tentunya, karena setau saya, itu banyak di Indonesia ini kan kita banyak turis dari luar kan. Kalo saya pribadi jujur ngomong, saya juga sama kayak bapak kalo liat tour lareng, saya juga ngantuk, karena itu di Indonesia, udah biasaP	Influencer sangat berperan dalam meningkatkan minat wisatawan berkunjung ke lokasi wisata
iya tapi kalo orang-orang luar yang lihat. Itu memang sesuatu yang ga ada di negara mereka, jadi mereka tuh lebih mengapresiasi. Contohnya teman saya,	Orang luar akan lebih mengapresiasi budaya local kita yang tidak ada di negara mereka. Buat wisatawan domestic itu hal yang biasa tetapi

dia kalo ke sini tuh pengennnya dateng-dateng ke tempat kalo di Bandung tuh saung mang ujo, dia tuh hampir setiap kali ke Bandung, pengen datengin itu. Yang aku pikir ini, maksudnya ini tuh bagusnya apasih. Buat saya itu biasa aja, dengerin musik itu juga biasa aja, kalo buat mereka ada nilai tersendirinya. Jadi, kalo buat mengembangkan itu di Indonesia, ya boleh juga, dari Bandung mau yang tonjolkannnya apa, pasti banyaklah, negara kita itu negara yang kaya, budayanya banyak, dan orang lain tuh gakpunya.	mungkin bagi wisatawan asing, ini luar biasa
Iya, cuman kita kemas acara ini sampe orang Indonesia itu pengen dateng. Jujur, orang Indonesia asli banyak yang tidak tertarik, tapi justru orang-orang dari mancanegara sana banyak yang tertarik. iya betul, kayak ramayana itu, banyak banget yang dari luar justru.	Acara harus dikemas menarik sehingga bisa menarik wiastawan Indonesia juga ikut
Sebetulnya sih sudah rada bagus ya pak, kebanyakan cuman ya pak enaknya di fokusin kayak di Borobudur kemarin, prambanan, gitu yang gtu-giu itu sebenernya bagus, cuman mungkin pesan-pesannya belum tersampaikan kali ya.	Harus lebih dicari alternative lokasi wisata yang bagus selain Prambanan dan candi borobudur
dan kita tuh, yang disayangkan ya kalo aku tempat sih, kadang orang-orang kita ga sadar sama kebersihan. Contoh, ya turis-turisnya kayak turis lokal, itu suka buang sampah sembarangan suka jorok di kamar mandi, suka berantakan, yang gitu gitu sebenernya kita harus maintance. Kalo mau, Indonesia tuh salah satu negara yang bagus, kalo saya ngomong juga.	Sayangnya di sejumlah lokasi wisata kepedulian orang Indonesia menjaga kebersihan masih sangat minim

Nah kalo ini terkait dengan kompas travel tren nih, perlu ga ada influencer, artis?

PERNYATAAN	RINGKASAN

kalo saya sih kayaknya perlu sih. Perlu buat kayak menarik minat, wah ada dia nih	Perlu banget ada influencer
Youtuber ya, Ria SW, karena kontennya bagus, editannya bagus dan kalo ngomong asik gitu	Influencer RIA SW
ga ngebosenin, ya sama sih.	Influencer Ria SW
banyak sih pak kayaknya yang bisa, kayak ria ricis.	Influencer Ria Ricis
Kalo saya youTuber yang dapet beasiswa ke Jepang itu, aduh siapa ya namanya ya, siapa tuh yang, yang dapet beasiswa terus tinggal di sana. Matematika, aduh siapa ya itu lupa.	
: Aduh siapa ya, saya lupa, saya memang jarang liat Youtube, tapi sekalinya liat YouTube, ya Ria SW itu.	Influencer wisata Ria SW
Jrome, jadi dia orang Indonesia yang memang dapet beasiswa di sana, jadi dia kayak mereview tentang jepang tuh kayak gimana, kayak makanannya, gara-gara itu.	Influencer Jrome

Semua peserta sepakat perlu ada influencer agar acatra Kompas TraVel Fair inni makin maju dikemudian hari, dan sejumlah influencer disebut diantaranya Ria SW dan Ria Ricis. Sebenranya Kompas juga sudah punya influencer sendiri.

:

Kira-kira ajang ini promosinya tepat ga nih? Kan ada macem-macem promosinya, ada lewat koran, nah buat mbak efektif ga nih, nah menurut mbak kira-kira efektif tuh promosinya lewat mana, apakah koran, youtube, apa instagram, atau apakan fb atau apa?

PERNYATAAN	RINGKASAN
Kalo saya sih liatnya dari post an instagram, karena ada tiba-tiba. Nggak baca koran Engga, atau dari temen-temen di broadcast, ada travel fair nih gitu.	Tidak baca koran Tapi dari postingan Instagram
Kalo saya sih lewat sosial media, kayak instagram, kalo media cetak, udah jarang baca ya, kayak saya aja udah jarang baca	Informasi lebih efektif lewat social media bukan dari media cetak
Iya kayak kemarin, sore, ngeliat link itu terus aku kirim ke dia, terus pas kita cepetkan, jadi link-link di instagram itu sekali kirim bisa ke 10 orang, jadi kirim ke grup aja, yang liat udah 100 orang	Efektif bila dikirim linknya di Instagran

Taro di story aja udah banyak yang liat	Taruh di Instagram Story lebih efektif
paling pas itu yang kayak pertama ya masukin di storylah, atau paling gampang nih sekrang kayak anak-anak muda lihat tuh ya IG Story, maksudnya kan jadi lebih gampang kenanya di IG Story sih.	Masukin di Instagram Story
Kalo facebook gimana? udah ga jaman sih, mungkin ibu mungkin ya	Segmentasi anak muda lebih bannyak di Instagram bukan Facebook
Kalo target pasarnya mungkin yang tua ya, ya masihlah. Tapi kalo sekarang kayaknya IG sih	Facebook untuk generasi yang lebih tua

Seluruh peserta diskusi meyakin bahwa saat ini media social yang paling pas dipakai untuk mempromosikan acara Kompas Travel Fair adalah Instagram khususnya untuk usia anak muda 20tahunan keatas , bukan media cetak seperti koran dan facebook bahkan Youtube. Dan sebagai pehobby traveling soal jadwal mereka sudah paham kapan berburu tiket Gratis saat Travel Fair seperti KFT 2019. Kalo followers travel blogger sudah hapal jadwal, Januari pasindo mereka jadi tidak perlu diinformasikan karena rata-rata sudah tahu

Mau nanya sih, menurut kalian yang udah lihat, IGnya KFT kontennya gimana menarikkah? Boleh di judge.

PERNYATAAN	RINGKASAN
Sudah cukup menarik cuman kurang quiznya aja. Karenakan baru satu ajakan, karena supaya orang lebih interaktif. Jadi yang saya lihat orang juga enggamentnya juga harus lebih dor gituloh	Perlu ditambah Quiz Sudah cukup menarik
Desain? Penting banget karena visualisasi penting banget karena ih editornya bagus banget nih, di mana nih.	Desain tampilan IG juga harus menarik
Jadi bikin kita penasaran gitu, ini tempatnya dimana sih, kan orang jadi pengen searching tempatnya, terus langsung cari nih kira-kira akomodasi kesana gimana	Desain dan fotonya bisa bikin penasaran
kalo menurut saya sih penting banget sih pak, jadi kita langsung tau oh nih maunya ini, jadi langsung update gitu	Penting banget desainnya
ya kayak first impression aja sih, kalo yang ngeliat desain wah ini bagus, jadi desain itu penting, kita udah lihat nih awalnya jadi mulai geser.	Desain itu bagus untuk first impresion

yang menjual memang harus di edit, hampir semua 99% edit	
Editnya maksudnya lebih yang ke natural, tapi jangan terlalu yang dibuat-buat. Kayak misalnya air terjun, air terjunnya sampe kayak berbusa atau flawless banget, kan itu ga mungkin,	Editnya tetapi natural

Kita kan di sini kayak banyak promo gitu kan, kayak jual kepentingan kita, kayak item bisa dapet koper dengan harga murah banget, itu tersampaikan ga sih lewat sosmednya kompas?

PERNYATAAN	RINGKASAN
saya baru follow sih, tapi tersampaikan kok kalo kopernya murah	Promo koper murah tersampaikan
oh saya gamau, ga suka sebenernya yang saya suka dari travel ini kalo misalnya mereka bisa kasih fasilitas yang bagus banget misalnya ada budayanya tapi udah modern gitu, dan yang sampe kita mau nungguin sampe ada acara itunya berlangsung gitu	Travel agen ini bisa kasih fasiilitas dan acara yang bagus
Kalo saya yang ala-ala Indonesia, kalo orang-orang indonesia sendiri udah biasa, tapi kalo orang luar itu pasti yang sejarahnya.	Promo wisata yang mengangkat Indonesia
mungkin yang paket nyaman, tour bareng influencer mungkin, kalo mungkin bisa tour ke Jepang sama Jerome Polin, Ria SW	Tour bareng influencer

Ada sejumlah gagasan dari peserta bahwa promo acara ini bisa melibatkan influencer seperti misalnya tour bareng Jerome Polin ke Jepang , tour bareng influencer Ria SW, dan perbanyak promosi wisata yang mengangkat Indonesia

Dari sisi Harga? Cari wisata Murah?

PERNYATAAN	RINGKASAN
yang murah itu sih kalo bisa yang dalem dosmetik dulu, soalnya kalo dosmetik itu jauh lebih mahal	Wisata domestic malah jauh lebih mahal ketimbang wisata ke luar negeri
iya sih domestik rata-rata mahal, kayak labuan bajo, terus raja ampat	Wisata dommestik rata-rata mahal
Kalo saya, cita-cita saya dari dulu tuh gini, ini pengalaman saya pribadi, saya dulu ga suka wisata lokal, saya selalu milih luar negeri terus, karena lebih murah. Karena dalam negeri tuh rata-rata begini, selain mahal, ketika saya sampai di suatu tempat kayak kemarin, terus untuk satu begini saya harus bayar segini, kayak begini harus bayar segini, saya total-total mahal, jadi tuh saya butuh pengeluaran, jadi saya pikir tuh loh kok liburan capek gitu. Itu terlalu banyak makan duit, dan transportasinya parah	Wisata luar negeri lebih mrah Wisata dalam negeri selain mahal, banyak biaya-biaya tak terduga, liburan malah bikin capek dan transportasinya parah
kalo dibandingin sama negara kita, gak ada apa-apanya, tapi kekurangannya adalah kita harus menempuh jaraknya jauh banget, medannya susah banget, nah kalo di sana fasilitasnya udah bagus segala macem. Terus misalnya kita, tiket saya pp ke kalimantan sama dengan tiket saya ke singapur jadi pilih mana	Soal jarak terlalu jauh, dan sulit transportasi untuk wisata domestic meskipun diakui wisata Indonesia bagus bagus. Medannya susah banget, tiket lebih mahal, fasilitas masih kalah jauh

Wisata domestic malah jauh lebih mahal ketimbang wisata ke luar negeri, Wisata luar negeri lebih murah Wisata dalam negeri selain mahal, banyak biaya-biaya tak terduga, liburan malah bikin capek dan transportasinya parah

Kalo misalnya ngomongin tren wisata di Jakarta, terus ada tawaran staycation kayak ada promo nginep di hotel bintang lima gitu sama temen-temen ada petualangannya gitu wisata-wisata di Indonesia menarik ngga sih buat kalian?

PERNYATAAN	RINGKASAN
Kalau masih sama keluarga sih ok tapi kalau sendirian kayak gimana gitu	Lebih cocok untuk keluarga
Artinya kalau tadi bicara staycation lebih prefer ke keluarga	

Mungkin kalo keluarga kan butuh waktunya pengennya yang cepetlah	

Staycation lebih cocok untuk keluarga

APAKAH ACARA KOMPAS TRAVEL FAIR DIBUTUHKAN?

PERNYATAAN	RINGKASAN
Penting pak, kan buat bisa traveling	penting
: iya sih cuma, berburu tiketnya berburu banget dah. Kayak temen aku aja kan dia ngantri nunggunya buat dapet cashbacknya	Penting tapi ribet
bikin online pak registrasinya di approve by apa nih, jadi biar orang ga mesti ngantri lagi, sekarangkan udah digital, terus misalnya untuk yang lain untuk on the spot kayak beda, jadi biar orang ada yang ke sini dan di social media juga sold out	Seharusnya dibikin registrasi online biar orang tidak antri berkepanjangan
kalo menurut saya sih acara ini sangat penting pak, perlu, kalau bisa hari nya ditambah. karena anak muda jaman sekarang tuh, lebih banyak travelnya dibanding ini, jalan-jalan, ke sana kemari	Sangat penting dan perlu, harinya bisa ditambah
kalo saya, ya suka, karena acaranya pas banget sama uang saya juga, cuman ya pas butuh berapa kali juga untuk ke sini. Kelebihannya ya untung buat saya kayak cashbacknya	Acaranya pas banget Ada cshback
kalo saya tadi, memang mau jalan ke sini ya, satu mau cari tiket murah, kedua saya lihat media pass, oh terus saya lihat ada koper, terus tadi saya lihat juga ada taman safari, dufan, saya ga blur aja gitu.	Ada tiket murah, ada koper murah
tujuan ke sini, sebenernya sih tadikan bapak bertanya penting ngga penting ya sebetulnya ga penting sih. Sebetulnya kembali ke kebutuhan orang aja, karena ya begitu banyaknya informasi travel fair sebelum sebelumnya yang sudah ada. Sebetulnya ya mereka tau lah harga kompas travel fair ni segini, sebelumnya travel fair tu segini mungkin harganya bisa lebih murah dari sebelum sebelumya gitu kan. Jadi kalo bisa dibilang, ya sesuai kebutuhan aja sih. Kalau	Harga masuk KTF seaiknya lebih murah

untuk standar harga tiket untuk kompas travel fair menurut saya agak sedikit lebih mahal ya standarnya dari yang sebelum sebelumnya sudah ada. Kalau saya sendiri memang ingin mecari booth-booth yang sekarang kayak papua, mau tau kayak apa sih. Saya suka ngobrol cari informasi, wini win solution lah. Bahkan saya pernah ke booth garuda itu bukan mencari tiket, tapi cari kacamata. Karena disini ada yang buy one get one saya hanya mau berburu kacamata.	

Acaranya penting, sesuai dengan kebutuhan, meski sebaiknya harganya lebih murah (tiket)

Pengen wisata, idealnya seperti apa dan kenapa?

PERNYATAAN	RINGKASAN
yang pasti harus menentukan hari lebih dari seminggu, karena kalo kayak liburan biasa aja, misalnya kayak korea, total-total ya idealnya kita udah tau jelas nih travelingnya, transportasinya ke sini ke sini udah jelas belum apa, yang pasti uangnya dulu sih.	Waktunya lebbi dari seminggu
aku sih pengen wisatanya yang udah bisa ke beberapa negara sekaligus, terus dari jam tuh lebih fleksibel, jadi kalo misalnya aku bilang, jadi saya mau liburan dulu ya berapa lama misalnya, 2 minggu, itu mereka minta libur 5 minggu aja, masalahnya itu doang. Jadi saya IT, kebetulan kerjanya bisa dibawa-bawa. Jadi kemarin, saya libur 3 minggu, pas saya cek becanda doang, kok kemarin.	Wisata ke beberapa negara sekaligus Dengan pengaturan waktu yang fleksibel
kalo saya sih kayak wisata alam	Wisata alam
kalo saya kayak mbaknya tadi bilang, lebih dari seminggu lah terus kayak ya paling ga bisa santai dulu, ga terburu-buru, jadi kalo kita pesen tiket, ga maksain, pulang-pulang sakit	Lebih dari seminggu agar lebih nyaman
kalo saya sih pengen wisata yang bisa sama keluarga aja sih, terus murah	Wisata yang bisa bareng keluarga
kalo saya sih, indonesiakan banyak tempat-tempat menarik yang orang ga banyak tau juga, cumankan akses ke sananya, terus nginepnya susah, terus kayak ada paket-paket wisata ada prasarana yang bisa ke sana, kayak misalnya tempat labuan baju orang	Wisata ke Indonesia meskipun aksesnya masih suulit, terus nginepnya susah.Lebih bagus ada paket wisataa di Indonesia seperti labuan bajo, jawa tengah

pasti udah tau, kayak misalnya jawa tengah dll, orang ga banyak tau gitu.	

Wisata yang ideal adalah wisata yang lebih dari seminggu, mendatangibeberapa negara sekaligus, bareng keluarga dan kalaupun ke Indonesia tentunya menggunnakan paket wisata yang bagus, yang aksesnya bagus, hotel dan transportasinya oke

ada highlightnya, promosi itukan yang paling cepat di IG, tapi bagaimana pesan yang dibutuhkan, apakah IG story/feed dan apapun yg ada di sana udah sesuai belum? informasi apa yang sebetulnya yang dibutuhkan agar efektif?

PERNYAATAAN	RINGKASAN
kayak saya bilang sih ini banyak yang miskom karean kita tau KTF berbeda dari sebelumnya karena QR codenya itu, jdi kita, ya ga sampe informasinya karena QR codenya belum dapet, jadi, terus harus sulit juga adpet barcodenya, karena sebelum buka tanggal 18 gitu, kalo bisa, kan sayang kita udah ngantri banyak	Banyak Miskom Tidak sampai informasinya Barcodenya kurang uptodate
isinya sih, kalo saya lihat sih dari si isinya. Misalnya di IG storynya oh ada KTF tanggal segini, oh jam berapa sampe jam berapa.	Isiya perlu diperhitungkan Dengan informasi sejelas-jelasnya
Kompas travel fair ini, usernamenya kali ya harus di rubah, karena KTF itu, orang bisa lebih gampang mensearchnya Kompas travel, terus caption terus lebih panjang sedikit dan menjelaskan gitu, karena di sini kalian ga sampaikan bayar. Terus destinasi yang ditampilkan ga terlalu banyak di tampilkan, cuman promo-promo, captionya adminnya lebih rajinlah menulis. Jadi kayak di sini ada papua, tapi papua ga ditampilkan, adanya labuan bajo, jadi informasinya di onlinenya harusnya	Usernaenya perlu diubah agar gampang di search
kalo saya sih apa sih yang di highlight, kayak save the datenya, masuknya berapa, yang paling kayak menonjol dari KTF itu apa sih. Yang paling menonjol di kompas travel fair yang paling dicari.	

atau misalnya diperjelas lagi, tempat juga suka beda informasi atau misalnya kayak cek di booth lebih mahal harganya dari pada yang ada di informasi IG gitu.	
Itu kan harga improve harga tetapnya segitu, cuman perlu dikasih supaya orang mau datang. Contoh, setiap yang datang ada event seperti ada promo gratis by one get one atau misalnya paket dapat merchandise, ada yang datang juga lihat-lihat dulu tapi dia dapat sesuatu atau gimmick. Karena yang datang juga saya yakin yang datang umur 30 tahun kebawah atau masih usia produktif	
Mungkin kalimat yang reasonable. Artinya ketika pergi ke sana, ya memang di Indonesia terbatas pada infrastruktur. Sehingga ini lah yang paling murah naik bus itu menjadi fokusnya.	
Reaksinya bagus ya. Apalagi yang kita lagi happening. Ketika kita cari di google langsung muncul. Pasti orang akan membahas, akan mengunjungi untuk kesana. Bisa mengumpulkan uang	Kalau infonya muncu di google akan lebih baik

Kompas travel fair ini, usernamenya harus diubah, agar orang bisa lebih gampang mensearchnya caption terus lebih panjang sedikit dan menjelaskan gitu, karena di sini tidak disampaikan bayar. Terus destinasi yang ditampilkan tidak terlalu banyak di tampilkan, cuman promo-promo, captionya adminnya lebih rajinlah menulis. Jadi kayak di sini ada papua, tapi papua ga ditampilkan, adanya labuan bajo, jadi informasinya di onlinenya harusnya

Kalo kita bicara wisata domestic itu banyak ya di Instagram seperti travel agent, nah kalo itu dibawa ke semacam travel fair itu akan menarik atau tidak?
Kalo kita offline-in lah, itu gimana?

PERNYATAAN	RINGKASAN
Itu interest sih, kebanyakan dari travel itu jualnya untuk dua tahun atau berapa gitu kan jadi harganya tu jadi murah banget gitu itu menarik sih	Harga murah jadi alasan utama

KTF YANG DIADAKAN KOMPAS CUKUPKAH?

PERNYATAAN	RINGKASAN

untuk sekarang ini sudah dua kali, kalau tidak salah tahun baru dua kali. Kebetulan untuk satu tahun sekali ada daya tariknya. Seperti airlanes yang setiap tahunnya selalu dua kali. Diawal tahun, kemudian di dekat-dekat akhir mungkin agar lebih mengena lagi. saya setuju sama mas Verry agar lebih tematik seperti mau mengangkat papua, angkat papuanya tapi ada papua tapi kita tau di booth doang.	Cukup Cuma harus benar benar sesuai
untuk kompas travel selalu satu tahun sekali tidak banyak. Tapi saya himbau untuk kompas travel, saya tidak tahu standar satu tahun yang ditawarkan itu. Saya tu ingin bisa yang lebih murah, Patoka saya tu cuma Garuda Travel Fair jujur aja. Saya tidak tahu standar instusi join pesawatnya seperti apa saja, mungkin lebih ke proses digital yang lebih banyak. Sepertinya komunitas di kompas travel dengan audience itu kurang. Itu yang saya lihat dari dulu, terus ditambah saat ini hanya ada satu hall jadi kesannya seperti kurang berhasil. Dan saya selalu ikutin itu. Itu juga sempat saya pelajari, mengapa demikian.	Cukup satu tahun sekali Cuma harus ada join dengan maskapai penerbangan
Kalo menurut saya setahun sekali, kalo lebih dari satu tahun sekali takutnya banyak tidak Sukanya. Kompas travel hanya punya satu hall, hall B aja dan memang terlihat jadi kecil.	Setahun sekali saja
kalo aku lebih ke proposi bank. Jadi setiap orang yang punya bisa detail dan banknya tersedia. Kalo menurut saya orang awam, pembayarannya sama tapi transaksi bank akan meningkat. Saya juga pasti cari mana yang murah kalo misalnya saya punya kartu kredit. Kalo tidak kan untuk keluar dana yang cukup besar akan terasa banget, kalo misalnya bisa dicicil dengan 0% mungkin orang akan lebih memilih. Meskipun harganya jadi beda sedikit	Bank yang terlibat harus lebih banyak
kalo menurut saya seperti buat saya juga untuk medapatkan tiket dengan cashback dan tematik. Paling tidak iklan untuk influencernya yang relavan dengan travel	Ada tiket dengan casback
mungkin tanggalnya lebih dipasin lagi dan adanya banyak promo lagi.	Tanggalnya lebih disesuaikan

kedepannya kalian lebih kreatif lagi dan lebih out of the box yang memang setiap tahunnya lain dari yang lainnya. Lebih inovatif lagi kedepannya, jangan datang udah gitu cek lalu pulang. Harusnya ada tempat agar tidak langsung pulang. Nah itu kompas travel masih kurang dan harus diperbaiki lagi.	Harus lebih kreatif dan out of the box
transaksi pembayaran lebih mudah lagi dan efisien, pemilihan waktunya bisa lebih fleksible lagi, dan untuk hall mungkin bisa diperluas lagi	Transaksi lebih mudah

Cukup satu tahun sekali.Cuma harus ada join dengan maskapai penerbangan. kedepannya KTF lebih kreatif lagi dan lebih out of the box yang memang setiap tahunnya lain dari yang lainnya. KTF Lebih inovatif lagi kedepannya. Harusnya ada tempat menarik agar pengunjung tidak langsung pulang. Kompas travel masih kurang dan harus diperbaiki lagi., tanggalnya disesuiakan, transaksinya lebih mudah, menggunakan Bankyang beragam tidak Cuma CIMB Niaga, dan menawarkan tiket dengan cashback

Transkrip FGD

Keterangan

I : Indiwan
A : Abeng
Ang : Anggi
Asw : Aswito
V : Verry Vernon
R : Ronny Leonardo K
M : Michael F G K
S : Shintya Devi Aprilia
H : Herlin
N : Novita
E : Erwin Ronuz

Transksip

I : oke assalamualaikum wr wb, salam sejahtera untuk kita semua. Hari ini kita mau mengadakan Focus Grup Discussion, jadi kita ingin menanyakan bagaimana pendapat, temen-temen semua, jadi sifatnya diskusi. Jadi katakanlah misalnya, bapak ini ada pertanyaan, bapak ini, terus. Kita tidak berdebat tapi menyampaikan pendapat aja. Berbeda tidak masalah, tidak perlu mengcounter dll, tapi berdasarkan pertanyaan dan jawab saja, okeh. Jadi sebenernya ngga banyak pertanyaannya bapak ibu ya, ada 9 pertanyaan, jadi misalnya mulainya dari bapak Erwin, ke situ, begitu aja caranya. Tapi mungkin kalau ada tambahan pertanyaan dari mas Sagito. Saya Indiwan Seto yang jadi moderator di sni.

A : Kenalkan saya Albert saya yang meneliti data kualitatifnya nanti, jadi yang catat mencatat poin-poin dari gagasan bapak-bapak dari hal-hal yang ingin saya tanyakan pasti akan saya tanyakan, begitu juga dengan bapak Aswito dari kompas travel fair yang mengadakan event, jika ada pertanyaan yang lebih detail, nanti bisa disampaikan dari kami bertiga.

I : oke, kita mulai saja ya pak. Ini pertanyaan yang sangat sederhana nih. Kenapa sih mau datang ke sini?

E : Karena saya mencari informasi mengenai tiket pesawat, sama paket tour.

M : Mau cari tiket

R : Mau cari tiket promo

V : Mau cari promo tiket yang paling termurah

S : Kalo saya kayaknya lain pak, kemarin itu saya sebenernya ke sini mau beli voucher, jadi karena kantor saya lagi mau adain acara di bunga Rampai, kebetulan dia buka stan di sini, jadi saya harus beli vouchernya di sini.

A : Voucher kayak gimana tuh mohon maaf

S : Kemarin kayak voucher makan di Bunga rampai, kan kita mau bikin acara kebetulan rada besar skalanya. jadi makanya kalau kita bisa pake voucher gabisa dikalkulasiin itu bisa jadi lebih hemat. Jadi gitu maksudnya

N : Kalo saya cari tiket yang semurah mungkin, selama destinasinya

I : Berapa persen tuh murahnya?

N : Semurah dari harga normal

H : Sama sih kalo saya juga, kebetulan saya hobinya traveling. Memang lagi nyari tiket yang paling murah. Ya kalo bisa yang masih terjangkau kebeli lah.

I : Nah saat udah ke sini, harapan bapak-bapak ini kecapai ngga? Kan kita tadi ekspetasinya tadi mau ke sini mau ngapain gitukan, ternyata kecapai ga?

E : Saya belum dapet sih, saya masih nanya-nanya promo yang paling murah

M : Ya kecapai sih, udah dua hari, dari kemarin pertama.

I : Ada perbedaan hari kemarin dengan hari ini?

M : Kalo sekarang lebih enak, karena lebih dapet yang spesiali destinasi sih. Kemarin tuh salah antri posisinya, cuman harusnya tuh di spesial destinasi, cuman pas saya lihat kartunya ga ada, jadi saya ke reguler, harusnya bisa

R : Kalo saya sih baru hari ini sih ya, cuman tadi tuh ekspetasinya tuh pengen dapet cashbacknya, kan ada tahapannya tuh ada stengh, 700, tadinya mau yang stengah, tapi kalah cepet jadi dapetnya 700.

I : Abisnya jam berapa tuh?

R : Jam 11an

I : Dan informasinya bagus ga?

R : Otomatiskan mesti cepet-cepetan.

V : Belum, saya belum dapet.

I : Tapi melihat acara ini gimana? Tercapai ga?

V : Sebetulnya sih saya setiap tahun dateng, cuman ya gitu, saya tuh orangnya tipikal yang rajin mencari, kalau kata orang seneng diribetin gitu, jadi saya baru kemarin saya jalan masih belum, karena saya salah informasi, karena kompas travel ini kan tahun ini kan ada di 3 tempat, saya pikir BNI itu ikut, gataunya ada di luar kota ya? Tadi saya berharap BNI Niaga, kebetulan saya ngga ada, ada sih CCIG, tapi udah gabisa di pake.

I : Jadi harapannya tuh sebenernya, bank-bank itu, lengkap gitu ya?

V : Mesti lengkap sih pak, mungkin ya egoisnya saya ya sesuai dengan bank yang saya punya.

I : Jadi jangan cuma satu bang nih pak. Ini masukkan ini pak. Tapi kan ditawarkan bikin baru tadi, harusnya bikin baru aja pak.

S : Kemarin sih saya sudah dapet pak, kan tujuan saya ke situ terus sebelum ke sini sudah di telfon dulu, di telfon ke standnya terus dia bilang suruh ke sini, yaudah ke sini terus dapet.

I : Sesuai ekspetasi juga berarti ya. Kalo mbak bedua ini? Temenan?

N&H : iya temenan.

I : Memang mau traveling atau gimana?

N : Sebenernya saya punya kartu CIMB juga, tapi kalo ga dapet yang 1,5 ya di bawahnya, tapi antusiasmenya tinggi sekali ya, jadi udah pada abis kuotanya.

I : Udah abis dari jam berapa?

M : Dari jam 11an.

V : iya jam sebelasan
H : tadi sih kita datengnya udah siang jam 1 nyampe sini, memang kuotanya udah pada abis

I : Tapi besok masih ada lagi kan ya pak?

Asw : Masih

H : Besok masih ada kuota lagi pak?

Asw : Masih, setiap hari

H : Sebenernya dia sih yang punya CIMB, aku ga punya, jadi saya setuju dengan bapak yang di sana tadi, jadi menurut saya kayak dibuka yang paling banyak orang makenya BCA, kayak saya.

I : Nah tuh mas masukan, pakenya BCA

H : iya soalnya, apa ya maksudnya, kalo BCA kan rata-rata orang pada punya, kalo BCA excuse.

I : Nah ini pertanyaan ketiga nih ya, mungkin agak berbeda nih, kan tadi ada paket-paket khusus, kayak pake wisata rohani, kayak umroh, ada yang lihat ga?

V : ada saya ngeliat

I : Nah ini, ada banyak ini, pertanyaannya gini, sebenernya apakah minatnya gimana, apakah harus ada paket-paket seperti itu, misalnya wisata religi, wisata domestik, wisata petualangan, menurut bapak gimana?

E : Menurut saya sih, itu sangat perlu sekali pak, kayak umroh kan kalo diluaran kan banyak pesaingan, kalo di sini bisa lebih murah tapi pelayannya lebih baik.

I : dan ini 17,8jt loh, ini standarnya 23 pak, ini cukup.. makanya, menurut bapak bagus ya?

E : bagus pak, bisa mendatangkan konsumen untuk umroh dan lain

I : kalo mas kan kayaknya mau Ke Jepang, itu ada paket, yang mana?

M : oh kalo saya tadi beli tiketnya dulu, kalo paket, kayaknya nanti saya akan coba cari sendiri, cuman masih cari cari lagi kalo ada travel fair lain.

I : Kalo menurut anda bagus ga ada paket-paket seperti itu?

M : paket kayak gitu, kayak umroh kan saya beda, tapi ada lah kayak holy land itu bagus sih.

I : lebih spesifik?

M : lebih spesifik jadi mereka, cuman karena saya masih muda begini, belum belum waktunya.

I : kalo anda?

R : kalo paket sih pake paket sih, kayak tadi kita juga kan nyari karena saya mau ke Jepang tadi saya sekalian nyari tiket pass nya cuman tadi beberapa stan ga ada. Jadi kalo ada paket, pasti perlu lah.

I : Kalo mas, ada rencana pake paket begitu?

V : hmm, saya seorang travel blogger, jadi kebetulan kalo saya, memang paket itu bagus, tapi kan memang sesuai kebutuhan orang pak. Mungkin kalo orang yang baru pertama kali jalan-jalan ke Holyland mungkin akan dianjurkan pake paket tour, tapi kalo tipikal saya, kalau saya pribadi saya lebih suka, beli tiket dulu, nanti saya bikin paket sendiri, buat saya agak mahal kalo buat saya.

I : kalo ditanya kekurangan apa pak?

V : itu gak ada kekurangan pak, cumankan memangkan kalo seorang travel lady pasti mengerti kok, dengan ini murah tujuannya sama cuman plus minusnya ada, mungkin di sini murah, di sini hotel dia mahal.

I : jadi kata kuncinya harus banyak ngeliat ya?

V : harus banyak survei, banyak belajar dan banyak memahami, ini begini ini begini masing-masing travel agen kan menawarkan punya, ya punya kelebihannya sendirilah

I : Jadi ada kekurangan dan kelebihannya tersendiri lah ya?

V : yes

I : kalo mbak ada pernah tau ga paket wisata gitu ga, terus gimana pendapatnya?

S : Kalo menurut saya iya bener, jadi tergantung pada setiap kebutuhan orangnya, misalnya kayak umroh kayak gitu gitu kan orang pasti lebih milih paket, biar ga ribet segala macem. Karena kan di sana tujuannya juga buat berdoa, gitu gitu, tapi kalo saya, kalo cuman buat jalan jalan, saya sih lebih milih buat beli tiket ppnya dll dsb, mending pikirin sendiri. Karena kalo paket gitukan saya udah diatur gitukan, jadi kayak gitu.

I : jadi kayak terbatas gitu ya?

V : ngikutin yang bikin tour gitu pak

S : nah iya, apalagi kalo misalnya yang masih muda gitu, pasti lebih banyak ga pengen diaturnya

I : kalo mbak?

N : Kalo saya, kurang lebih sama, kalo kita ngambil yang holyland atau yang lain ya, lebih baik pake tour, karena kita kan gatau nih kemana aja, dan jadi itukan kita diajarin, ini sejarahnya gimana sih, segala macem, dan juga kebutuhan sama orang tua, sarankan sih pake tour juga sih, tapi kalo kayak kita masih muda, saya lebih suka, saya sendiri, tapi kalo misalnya tempat jauh-jauh, misalnya saya mau ke Korea nih, mau jauh jauh ke Busan, saya pake tour, nah kalo ke kotanya saya sendiri, gitu sih.

I : lebih asik ya?

N : lebih asik

H : kalo saya jujur sih belum pernah beli pake tour ya, selama ini saya traveling juga sendiri perginya, ya saya setuju sih, dengan pendapat yang tadi, kalo untuk pergi umroh, atau hollyland, mending pake tour, karena disana kita gatau mau kemana, nanti di sana kita gatau transportasi apa yang harus kita ambil, terus hotelnya yg deket sama kira-kira strategis untuk pergi-pergi tuh, tapi kita kan gatau, tapi kalo saya pribadi sih saya belum pernah beli paket. Saya pergi selalu sendiri kalo traveling

I : jadi menurut mbak kelebihannya apa kalo pake paket tadi, terutama buat orang orang tua?

N : yaa udah bawa badan aja deh, nanti kita akan kesini, tapi ya kekurangannya itu dibatesin banget sih.

H : iya soalnya kan harus kumpul jam sekian.

I : apalagi kalo travel blogger ini keganggu banget itukan

V : sebenernya engga sih pak, kalo gratis.

Ang : pak, mau nambahin, kalo buat semuanya kalo masalah package, ekspetasinya tuh seperti apa sih?

V : kalo saya masalah package itu ekspetasi saya, ya travel ya yang untuk menghindari, yang ada makanan-makanannya yang mengandung pork, kalo saya sih itu aja sih.

Ang : oh berarti udah aware nih, misalnya kalo ngomongin soal package ga cuman ngomongin masalah jalan-jalannya aja tapi lebih ke

V : iya kayak kemarin saya diundang ke acara Korea halal itu, ternyata lebih luas, untuk mengetahui hal mushola di mana tempat masjid, di mana cuman imagenya ya menghindari makanan yang mengandung pork gitu.

I : tapi itu mangsa pasar beda sendiri itu, kalo saya pribadi, itu kan mungkin untuk orang yang ragu-ragu, terutama misalnya jalan-jalan ke Jepang nih atau misalnya ke China, ke Beijing gitu ya, ini makanan yang halal kayak gimana, memang agak susah, ya susah bedainnya. Kalo menurut mba gimana?

S : saya sih kayak gitu, kalo saya sih aware untuk masalah makanan saya takut buat makan yang aneh-aneh, gitu jadi kan kalo mau nanya juga rada sungkan, terus gimana halal tour, atau halal packagekan udah pasti apa yang masuk ke dalam situ sudah aman.

I : Berarti itu segmentasinya udah jelas gitu, buat yang muslim gini, kalo buat mba gimana?

N : kalo saya ya untuk, keuntungannya jadi ya muslim jadi tau tempat ini segala macem, karena ada negara yang mayoritas penduduknya bukan muslim, itu susah cari makanannya, nah kalo ada package ini sangat membantu buat tempat makan ini gitu.

I : kalo di Jepang gimana tuh?

M : Kalo jepang sih biasanya kayak sama aja kayak china, cuman mungkin packagenya itu kayak dibantu dan juga lebih ke

I : tapi kalo misalnya ada paket halal jepang gitu bagus juga ya?

M : bagus, banyak yang nyari juga sih. Kayak muslim muslim gitu.

Ang : kalo ada yang non islam tuh ada ga sih yang tertarik juga sama halal package?

V : kalo saya rasa sih, jujur jujurnya, ya mending jalan sendiri, karena pada umumnya travel itu masalah makanan.

I : kan ga cuman makan, ada yang dilihat, itukan cuman salah satu aja makan itu. Makanya kenapa umroh juga masuk gitu, karena umroh itu udah pasti halal, ga mungkin ga halal. Nah mungkin ada lagi nih yang tipenya showbiz, kayak prambanan,

misalnya di Indonesia dulu, yang dicampur dengan seni seni tari, ramayana, mungkin kalo jepang ada lagi, kalo menurut bapak nih yang model model showbiz ini gimana nih?

E : kalo menurut saya sih sangat baik karena mengingatkan dengan acara yang akan berlangsung, misalnya karya-karya seni, itukan salah satu wisatawan tau budaya kita.

I : jadi bagus juga ya kalo dipadukan dengan seni, wisata dan musik? Kalo anda tertarik ga?

M : kalo saya sih lebih tertarik ke jalan jalannya nyari tentang culturenya sih, tapi ga lebih ke seni dan ke show shownya sih, jadi lebih kayak nyari ke tempat tempatnya kayak tample, kayak ke historikalnya, bukan performancenya.

I : Kan Kalo package buat anak-anakkan, kayak jungle land?

M : itu lebih ke atraksi.

R : kalo kayak anak kecil gitu yang di disney land, gitu sih cocok, kalo misalnya anak mudah sih memang, kurang tertarik sih, lebih ke jalan-jalannya sih.

Asw : Kalo musik misalnya mas?

R : ya kalo dalem acara ini sih oke, kalo misalnya ngundang artis gitu misalnya, kecuali pas jalan-jalannya, kalo pas lagi jalan-jalannya kan orangnya pasti nyari jalan-jalannya aja, kalo ke show shownya pasti kurang.

I : kalo bapak?

V : kalo saya, kalo disisipin showbiznya di wisata lokal, mungkin sudah setiap hari saya lihat, jadi saya malas, kalo mungkin di luar di sisip sisipkan, itu akan wah ini jarang gw lihat nih, kayak misalnya saya kemarin ke suka bumi, ada disisipkan sanggar-sanggar tari, adanya ketika saya harus mengikuti alurnya, saya cuman berdiri doang dan akhirnya saya tidur, jadi begitu pak.

I : oke ini memang menarik ya, nah ini yang kelima ya, tau dari influencer ga, artis atau instagram?

H : Buat acara ini?

A : Bukan hanya buat acara ini. Tapi kalo bicara traveling, ada yang mempengaruhi kalian ga?

H : Adasih, influencer tuh kayak kita ngeliat si A kayak suka, siapa sih yang kita suka? iya, suka posting di mana terus kita kepo, ini di mana sih tempatnya, cara ke sana gimana nih, tiketnya berapa, gitu. Terus kalo tadi yang showbiz itu bagus sih kalo mau dikembangin di Indonesia lokal tentunya, karena setau saya, itu banyak di Indonesia ini kan kita banyak turis dari luar kan. Kalo saya pribadi jujur ngomong, saya juga sama kayak bapak kalo liat tour lareng, saya juga ngantuk, karena itu di Indonesia, udah biasa.

I : tapi kalo di luar? Pernah gak liat wajang air di luar?

H : iya tapi kalo orang-orang luar yang lihat. Itu memang sesuatu yang ga ada di negara mereka, jadi mereka tuh lebih mengapresiasi. Contohnya teman saya, dia kalo ke sini tuh pengennnya dateng-dateng ke tempat kalo di Bandung tuh saung mang ujo, dia tuh hampir setiap kali ke Bandung, pengen datengin itu. Yang aku pikir ini, maksudnya ini tuh bagusnya apasih. Buat saya itu biasa aja, dengerin musik itu juga biasa aja, kalo buat mereka ada nilai tersendirinya. Jadi, kalo buat mengembangkan itu di Indonesia, ya boleh juga, dari Bandung mau yang tonjolkannnya apa, pasti banyaklah, negara kita itu negara yang kaya, budayanya banyak, dan orang lain tuh gapunya.

Ang : kayak acara kayak gini lah ya?

H : Iya, cuman kita kemas acara ini sampe orang Indonesia itu pengen dateng. Jujur, orang Indonesia asli banyak yang tidak tertarik, tapi justru orang-orang dari mancanegara sana banyak yang tertarik.

I : iya betul, kayak ramayana itu, banyak banget yang dari luar justru.

V : Sebetulnya sih sudah rada bagus ya pak, kebanyakan cuman ya pak enaknya di fokusin kayak di Borobudur kemarin, prambanan, gitu yang gtu-giu itu sebenernya bagus, cuman mungkin pesan-pesannya belum tersampaikan kali ya.

H : dan kita tuh, yang disayangkan ya kalo aku tempat sih, kadang orang-orang kita ga sadar sama kebersihan. Contoh, ya turis-turisnya kayak turis lokal, itu suka buang sampah sembarangan suka jorok di kamar mandi, suka berantakan, yang gitu gitu sebenernya kita harus maintance. Kalo mau, Indonesia tuh salah satu negara yang bagus, kalo saya ngomong juga.

I : Nah kalo ini terkait dengan kompas travel tren nih, perlu ga ada influencer, artis?

M : kalo saya sih kayaknya perlu sih. Perlu buat kayak menarik minat, wah ada dia nih.

I : Di kompas ada berapa nih?

M : Ada si Ashiap, kayaknya kan.

A : Si figure tadi, nanti sambil ini, gausah semuanya ikutan, yang mau saja silahkan saja. Figure yang menjadi patron ketika bicara tentang traveling, ada ga dibenak bapak ibu, yang kayak gara-gara dia sya pengen ke sana?

N : Youtuber ya, Ria SW, karena kontennya bagus, editannya bagus dan kalo ngomong asik gitu.

H : ga ngebosenin, ya sama sih.

I : Bapak kira-kira siapa pak?

E : banyak sih pak kayaknya yang bisa, kayak ria ricis.

M : Kalo saya youTuber yang dapet beasiswa ke Jepang itu, aduh siapa ya namanya ya, siapa tuh yang, yang dapet beasiswa terus tinggal di sana. Matematika, aduh siapa ya itu lupa.

I : Kita pake siapa sih influencernya?

Asw : Ada yang lokal, ada yang kayak siapa sih itu namanya travel pos, yang suka traveling gratis.

V : Si ini, aduh gw juga lupa lagi tuh siapa

I : Berarti ga pada tahu ya kalo dikata influencer juga.

Ang : Kompas kan udah kedelapan menurut kalian eksposurenya perlu ga sih?

R : Perlu ga perlu sih, ngadain tiap tahun, karena orang-orang pasti udah tau ngadain.

N : Kan buat acara nih, kalo itukan poin plusnya aja sih.

I : Tadi belum nyebut namanya nih,

R : Aduh siapa ya, saya lupa, saya memang jarang liat Youtube, tapi sekalinya liat YouTube, ya Ria SW itu.

E : Iya Ria SW sih.

I : Kalo mas nih, sebagai travel blogger.

V : kalo saya sih salah satu influencer juga, serius. Follow ya, ga ada yang follow ya, cuman endorsment saya lagi kosong.

M : Jrome, jadi dia orang Indonesia yang memang dapet beasiswa di sana, jadi dia kayak mereview tentang jepang tuh kayak gimana, kayak makanannya, gara-gara itu.

I : Oh berarti dari situ juga ya tertariknya?

V : Kompas Travel pake influencernya travel awan ya?

Asw : kita tuh ada pake beberapa, kayak CIMB Niaga kita juga pake

V : Soalnya kan saya follow, dia kayak bagi-bagi tiket kompas travel, berarti dia salah satu tenant.

I : Kira-kira ajang ini promosinya tepat ga nih? Kan ada macem-macem promosinya, ada lewat koran, nah buat mbak efektif ga nih, nah menurut mbak kira-kira efektif tuh promosinya lewat mana, apakaah koran, youtube, apa instagram, atau apakan fb atau apa?

N : Kalo saya sih liatnya dari post an instagram, karena ada tiba-tiba

I ; Jadi ga baca koran ya?

N : Engga, atau dari temen-temen di broadcast, ada travel fair nih gitu.

I : Oh jadi ga dari media massa? Kalo bapak gmana bagusnya lewat mana?

E : Kalo saya sih lewat sosial media, kayak instagram, kalo media cetak, udah jarang baca ya, kayak saya aja udah jarang baca.

I : Jadi dapet informasinya justru dari temen-temen ya?

H : Iya kayak kemarin, sore, ngeliat link itu terus aku kirim ke dia, terus pas kita cepetkan, jadi link-link di instagram itu sekali kirim bisa ke 10 orang, jadi kirim ke grup aja, yang liat udah 100 orang

V : Taro di story aja udah banyak yang liat.

Asw : taunya udah seminggu terakhir atau dari bulan lalu?

N : udah akhir-akhir, karena kan udah lupa.

I : kalo mas gimana?

M : paling pas itu yang kayak pertama ya masukin di storylah, atau paling gampang nih sekrang kayak anak-anak muda lihat tuh ya IG Story, maksudnya kan jadi lebih gampang kenanya di IG Story sih.

I : Kalo facebook gimana?

M : udah ga jaman sih, mungkin ibu mungkin ya.

I : Beda segmen ini, kalo saya justru di FB lebih banyak terpengaruh

R : Kalo target pasarnya mungkin yang tua ya, ya masihlah. Tapi kalo sekarang kayaknya IG sih

I : Kalo YouTube gimana pak?

V : Kalo saya, tidak fokus di youtube pak, saya di instagram

A : Berarti dapat dikatakan instagram sudah paten

M : Untuk range 20an ke atas lah

H : Orang akan lebih banyak buka instagram sih

A : saya ada denger ada insight menarik bahwa seminggu terakhir. Mostly orang baru ngeupdate sesuatu, terakhir itu harus top of mine gitu ya?

V : Kalo followers saya sudah hapal jadwal, Januari pasindo mereka jadi ga perlu di kasih tau, udah tau. Next travel nih udah tau

M : Saya udah tau nih kayak bulan Februari, Maret. Travel fair kan sebelumnya udah ada juga nih ya, jadi udah tau oh abis ini ada kompas nih, kompaskan setahun 2 kali

Ang : Kalo ngomongin instagramkan, mostly ngomonginnya dari IG, pada follow ga kompas gramedia?

Semua : oh iya dong.

S : Saya belum, tapi saya melihat postingannya aja gitu, jadi saya jarang

Ang : mau nanya sih, menurut kalian yang udah lihat, IGnya kontennya gimana menarikkah? Boleh di judge.

V : Sudah cukup menarik cuman kurang quiznya aja. Karenakan baru satu ajakan, karena supaya orang lebih interaktif. Jadi yang saya lihat orang juga enggamentnya juga harus lebih dor gituloh

Ang : Kalo menurut mas, desain itu penting gasih?

V : Penting itu.

Ang : kalo menurut yang lain gimana? Untuk saat ini?

I : Satu-satu deh

H : Penting banget karena visualisasi penting banget karena ih editornya bagus banget nih, di mana nih.

N : Jadi bikin kita penasaran gitu, ini tempatnya dimana sih, kan orang jadi pengen searching tempatnya, terus langsung cari nih kira-kira akomodasi kesana gimana

E : kalo menurut saya sih penting banget sih pak, jadi kita langsung tau oh nih maunya ini, jadi langsung update gitu

M : ya kayak first impression aja sih, kalo yang ngeliat desain wah ini bagus, jadi desain itu penting, kita udah lihat nih awalnya jadi mulai geser.

I : Tapi ada dua nih, original atau editan?

V : yang menjual memang harus di edit, hampir semua 99% edit

N : Editnya maksudnya lebih yang ke natural, tapi jangan terlalu yang dibuat-buat. Kayak misalnya air terjun, air terjunnya sampe kayak berbusa atau flawless banget, kan itu ga mungkin,

Ang : Kita kan di sini kayak banyak promo gitu kan, kayak jual kepentingan kita, kayak item bisa dapet koper dengan harga murah banget, itu tersampaikan ga sih lewat sosmednya kompas?

V : saya baru follow sih, tapi tersampaikan kok kalo kopernya murah

Ang : jelas ga tapi syaratnya?

V : jelas.

I : kan ini ada tren ya, misalnya ramekan wisata KKN tuh, kayak wisata horor gitu, kira-kira tren apa nih yang kedepan yang mungkin menarik untuk anak muda?

H : tren anak muda, mungkin aku mau kalo ke Eropa

N : apa ya

I : Wisata horor?

N : oh saya gamau, ga suka sebenernya yang saya suka dari travel ini kalo misalnya mereka bisa kasih fasilitas yang bagus banget misalnya ada budayanya tapi udah modern gitu, dan yang sampe kita mau nungguin sampe ada acara itunya berlangsung gitu

I : dikaitakan dengan budaya tapi modern

E : Kalo saya yang ala-ala Indonesia, kalo orang-orang indonesia sendiri udah biasa, tapi kalo orang luar itu pasti yang sejarahnya.

M : mungkin yang paket nyaman, tour bareng influencer mungkin, kalo mungkin bisa tour ke Jepang sama Jerome Polin, Ria SW

I : Kalo dari sisi harga tour yang sangat murah tuh apa ya?

R : yang murah itu sih kalo bisa yang dalem dosmetik dulu, soalnya kalo dosmetik itu jauh lebih mahal

H : iya sih domestik rata-rata mahal, kayak labuan bajo, terus raja ampat

V : Kalo saya, cita-cita saya dari dulu tuh gini, ini pengalaman saya pribadi, saya dulu ga suka wisata lokal, saya selalu milih luar negeri terus, karena lebih murah. Karena dalam negeri tuh rata-rata begini, selain mahal, ketika saya sampai di suatu tempat kayak kemarin, terus untuk satu begini saya harus bayar segini, kayak begini harus bayar segini, saya total-total mahal, jadi tuh saya butuh pengeluaran, jadi saya pikir tuh loh kok liburan capek gitu. Itu terlalu banyak makan duit, dan transportasinya parah.

I : pernah ke luar negeri kan? Menurut anda paket apa yang kelebihannya lebih banyak?

N : kalo dibandingin sama negara kita, gak ada apa-apanya, tapi kekurangannya adalah kita harus menempuh jaraknya jauh banget, medannya susah banget, nah kalo di sana

fasilitasnya udah bagus segala macem. Terus misalnya kita, tiket saya pp ke kalimantan sama dengan tiket saya ke singapur jadi pilih mana.

Ang : Kalo misalnya ngomongin tren wisata di Jakarta, terus ada tawaran staycation kayak ada promo nginep di hotel bintang lima gitu sama temen-temen ada petualangannya gitu wisata-wisata di Indonesia menarik ngga sih buat kalian?

M : Kalau masih sama keluarga sih ok tapi kalau sendirian kayak gimana gitu

I : Kalo saya sih setuju sama anak-anak muda, kalo di Indonesia nginep di hotel berbintang buat apa.

A : Artinya kalau tadi bicara staycation lebih prefer ke keluarga?

Semua : Keluarga

M : Mungkin kalo keluarga kan butuh waktunya pengennya yang cepetlah

I : nah ini pertanyaan nomor delapan nih, kira-kira acara seperti ini dibutuhin ga nih?

N : Penting pak, kan buat bisa traveling

H : iya sih cuma, berburu tiketnya berburu banget dah. Kayak temen aku aja kan dia ngantri nunggunya buat dapet cashbacknya

I : Usulannya gimana tuh?

H : bikin online pak registrasinya di approve by apa nih, jadi biar orang ga mesti ngantri lagi, sekarangkan udah digital, terus misalnya untuk yang lain untuk on the spot kayak beda, jadi biar orang ada yang ke sini dan di social media juga sold out

E : kalo menurut saya sih acara ini sangat penting pak, perlu, kalau bisa hari nya ditambah

A : tapi gapapa, kenapa bapak berharap sebanyak itu?

E : karena anak muda jaman sekarang tuh, lebih banyak travelnya dibanding ini, jalan-jalan, ke sana kemari

A : jadi artinya misalnya 2-3 kali, minatnya lebih ada atau cukup satu tahun berapa kali?

E : nunggunya itu lho

A : nunggunya yang kelamaan ya?

M : kalo saya, ya suka, karena acaranya pas banget sama uang saya juga, cuman ya pas butuh berapa kali juga untuk ke sini. Kelebihannya ya untung buat saya kayak cashbacknya…

Asw : Tujuan kalian kesini apa? Selain cari tiket, ke sini sekalian makan apa sekalian jalan atau apa?

M : kalo saya tadi, memang mau jalan ke sini ya, satu mau cari tiket murah, kedua saya lihat media pass, oh terus saya lihat ada koper, terus tadi saya lihat juga ada taman safari, dufan, saya ga blur aja gitu.

V : tujuan ke sini, sebenernya sih tadikan bapak bertanya penting ngga penting ya sebetulnya ga penting sih. Sebetulnya kembali ke kebutuhan orang aja, karena ya begitu banyaknya informasi travel fair sebelum sebelumnya yang sudah ada. Sebetulnya ya mereka tau lah harga kompas travel fair ni segini, sebelumnya travel fair tu segini mungkin harganya bisa lebih murah dari sebelum sebelumya gitu kan. Jadi kalo bisa dibilang, ya sesuai kebutuhan aja sih. Kalau untuk standar harga tiket untuk kompas travel fair menurut saya agak sedikit lebih mahal ya standarnya dari yang sebelum sebelumnya sudah ada. Kalau saya sendiri memang ingin mecari booth-booth yang sekarang kayak papua, mau tau kayak apa sih. Saya suka ngobrol cari informasi, wini win solution lah. Bahkan saya pernah ke booth garuda itu bukan mencari tiket, tapi cari kacamata. Karena disini ada yang buy one get one saya hanya mau berburu kacamata.

I : Pertanyaan terakhir dari saya mungkin nanti ada yang mau nambahin, buat yang ga transaksi kenapa?

H : kita sebenarnya lagi liat-liat sih, kita udah kepengen banget

E : kalo saya sih belum dapet sih pak

A : Pengen wisata yang seperti apa dan kenapa?

N : seperti apa ya

A : yang ideal aja, ya jangan luar biasa, tapi ideal.

N : yang pasti harus menentukan hari lebih dari seminggu, karena kalo kayak liburan biasa aja, misalnya kayak korea, total-total ya idealnya kita udah tau jelas nih travelingnya, transportasinya ke sini ke sini udah jelas belum apa, yang pasti uangnya dulu sih.

H : aku sih pengen wisatanya yang udah bisa ke beberapa negara sekaligus, terus dari jam tuh lebih fleksibel, jadi kalo misalnya aku bilang, jadi saya mau liburan dulu ya berapa lama misalnya, 2 minggu, itu mereka minta libur 5 minggu aja, masalahnya itu doang. Jadi saya IT, kebetulan kerjanya bisa dibawa-bawa. Jadi kemarin, saya libur 3 minggu, pas saya cek becanda doang, kok kemarin.

E : kalo saya sih kayak wisata alam

M : kalo saya kayak mbaknya tadi bilang, lebih dari seminggu lah terus kayak ya paling ga bisa santai dulu, ga terburu-buru, jadi kalo kita pesen tiket, ga maksain, pulang-pulang sakit

R : kalo saya sih pengen wisata yang bisa sama keluarga aja sih, terus murah

V : kalo saya pengennya milenial yang bijak, create the momen, jadi ga mesti gitu aja.

S : kalo saya sih, indonesiakan banyak tempat-tempat menarik yang orang ga banyak tau juga, cumankan akses ke sananya, terus nginepnya susah, terus kayak ada paket-paket wisata ada prasarana yang bisa ke sana, kayak misalnya tempat labuan baju orang pasti udah tau, kayak misalnya jawa tengah dll, orang ga banyak tau gitu.

Ang : tiket murah harus diikuti pake airlines juga ga?

S : tergantung jaraknya sih

A : ada highlightnya, promosi itukan yang paling cepat di IG, tapi bagaimana pesan yang dibutuhkan, apakah IG story/feed dan apapun yg ada di sana udah sesuai belum? informasi apa yang sebetulnya yang dibutuhkan agar efektif?

M : kayak saya bilang sih ini banyak yang miskom karean kita tau KTF berbeda dari sebelumnya karena QR codenya itu, jdi kita, ya ga sampe informasinya karena QR codenya belum dapet, jadi, terus harus sulit juga adpet barcodenya, karena sebelum buka tanggal 18 gitu, kalo bisa, kan sayang kita udah ngantri banyak

A : Selain tadi konten yang dibuat detail, hal yang kayak apa pesan yang sifatnya umum dari penyelenggara itu cukup?

I : Caption gimana caption? Infografis gimana infografis?

M : isinya sih, kalo saya lihat sih dari si isinya. Misalnya di IG storynya oh ada KTF tanggal segini, oh jam berapa sampe jam berapa.

V : Kompas travel fair ini, usernamenya kali ya harus di rubah, karena KTF itu, orang bisa lebih gampang mensearchnya Kompas travel, terus caption terus lebih panjang sedikit dan menjelaskan gitu, karena di sini kalian ga sampaikan bayar. Terus destinasi yang ditampilkan ga terlalu banyak di tampilkan, cuman promo-promo, captionya adminnya lebih rajinlah menulis. Jadi kayak di sini ada papua, tapi papua ga ditampilkan, adanya labuan bajo, jadi informasinya di onlinenya harusnya

S : kalo saya sih apa sih yang di highlight, kayak save the datenya, masuknya berapa, yang paling kayak menonjol dari KTF itu apa sih. Yang paling menonjol di kompas travel fair yang paling dicari.

N : atau misalnya diperjelas lagi, tempat juga suka beda informasi atau misalnya kayak cek di booth lebih mahal harganya dari pada yang ada di informasi IG gitu.

A : Di dalam pesan itu, di dalam IG itu juga harus tercantum perkiraan harga begitu atau bagaimana?

H : Itu kan harga improve harga tetapnya segitu, cuman perlu dikasih supaya orang mau datang. Contoh, setiap yang datang ada event seperti ada promo gratis by one get one atau misalnya paket dapat merchandise, ada yang datang juga lihat-lihat dulu tapi dia dapat sesuatu atau gimmick. Karena yang datang juga saya yakin yang datang umur 30 tahun kebawah atau masih usia produktif.

V : Kompas travel ini, setiap tahunnya ada tematiknya?

Ang : Secara tematik, tahun ini kita hampir sama ya

V : Nah iya makannya kayak misalnya ada yang baru dari papua gini kan sayang kan

A : Menurut Pak Erwin Sendiri?

E : Iya sebetulnya kita jalani tentunya kami jalankan sesuai hukum, kami support, ada tagihan. Ya, ada family paket per harinya.

A : Tadi saya dengar ada unsur tema yang diangkat, penting atau tidak tema itu setiap tahunnya? seperti tahun ini temanya domestic papua. Tahun depan temanya udah ditentukan dari sekarang tentang milenial sub daerah di kota, yang seperti itu atau bagaimana? ini menyangkut pertanyaan saya yang kedua tadi, domestic. Karena domestic saya dengar ini banyak antusiasmenya tetepi banyak kendalanya juga. Tapi kalau misal kompas travel kedepannya bicara tentang himbauan ada pasti, tema domestic lebih ditekankan. tema kali ini membicarakan suatu daerah karena kita bicara soal ibu kota baru di Kalimantan. Perjalanan domestic minatnya ada ya?

Semua : Ada. Cuman itu lebih kurangnya.

A : Mungkin kalimat yang reasonable. Artinya ketika pergi ke sana, ya memang di Indonesia terbatas pada infrastruktur. Sehingga ini lah yang paling murah naik bus itu menjadi fokusnya.

V : Itu pasti orang dari rasa penasaran next pasti kesana. Apalagi setelah tau informasinya

A : kalo misalnya kompas travel informasi di Instagram mendorong informasi semacam itu ketika ada event, buat kontennya, tapi kearah destinasi seperti macam tadi. Nah teman-teman paham tidak informasi itu? apakah ada informasi tambahan. Karena dalam satu situasi, ini ada hubungannya dengan domestic. Tapi mengatur komunikasinya kita tahu mendapat pesan dari sini, mayoritas dari kita yang kumpul disini suka travel. Ada harapan dalam negeri tapi kendalanya banyak. Seperti apa reaksi teman-teman?

V : Reaksinya bagus ya. Apalagi yang kita lagi happening. Ketika kita cari di google langsung muncul. Pasti orang akan membahas, akan mengunjungi untuk kesana. Bisa mengumpulkan uang

Ang : kalo kita bicara wisata domestic itu banyak ya di Instagram seperti travel agent, nah kalo itu dibawa ke semacam travel fair itu akan menarik atau tidak?

Asw : Kalo kita offline-in lah, itu gimana?

M : Itu interest sih, kebanyakan dari travel itu jualnya untuk dua tahun atau berapa gitu kan jadi harganya tu jadi murah banget gitu itu menarik sih

Ang : Berarti back to bumber one harga murah?

Semua : Iya

A : Saya menutup poin saya, ketika saya mendapatkan jawaban dari teman-teman semuanya soal event ini. Event yang diadakan setiap tahun sudah merasa cukup atau merasa kurang? Dan kekurangnya dimana? kekurangan tadi mestinya teman-teman harus seperti apa? kalo event ini cukup dilakukan satu tahun sekali kenapa?

M : untuk sekarang ini sudah dua kali, kalau tidak salah tahun baru dua kali. Kebetulan untuk satu tahun sekali ada daya tariknya. Seperti airlanes yang setiap tahunnya selalu dua kali. Diawal tahun, kemudian di dekat-dekat akhir mungkin agar lebih mengena lagi. saya setuju sama mas Verry agar lebih tematik seperti mau mengangkat papua, angkat papuanya tapi ada papua tapi kita tau di booth doang.

V : Ada ga tema papua?

Asw : Ada sih diinstagram cuma kita ngga focus kesana

R : kalo sebelumnya saya setahun tiga kali belum pernah satu kali.

V : untuk kompas travel selalu satu tahun sekali tidak banyak. Tapi saya himpun untuk kompas travel, saya tidak tahu standar satu tahun yang ditawarkan itu. Saya tu ingin bisa yang lebih murah, Patoka saya tu cuma Garuda Travel Fair jujur aja. Saya tidak tahu standar instusi join pesawatnya seperti apa saja, mungkin lebih ke proses digital yang lebih banyak. Sepertinya komunitas di kompas travel dengan audience itu kurang. Itu yang saya lihat dari dulu, terus ditambah saat ini hanya ada satu hall jadi kesannya seperti kurang berhasil. Dan saya selalu ikutin itu. Itu juga sempat saya pelajari, mengapa demikian.

S : Kalo menurut saya setahun sekali, kalo lebih dari satu tahun sekali takutnya banyak tidak Sukanya. Kompas travel hanya punya satu hall, hall B aja dan memang terlihat jadi kecil.

A : Kedepannya apa yang perlu dikembangin lagi? final boarnya bagaimana seperti apa kedepannya. Dari event ini harapannya apa?

H : kalo aku lebih ke proposi bank. Jadi setiap orang yang punya bisa detail dan banknya tersedia. Kalo menurut saya orang awam, pembayarannya sama tapi transaksi bank akan meningkat. Saya juga pasti cari mana yang murah kalo misalnya saya punya kartu kredit. Kalo tidak kan untuk keluar dana yang cukup besar akan terasa banget, kalo misalnya bisa dicicil dengan 0% mungkin orang akan lebih memilih. Meskipun harganya jadi beda sedikit.

M : kalo menurut saya seperti buat saya juga untuk medapatkan tiket dengan cashback dan tematik. Paling tidak iklan untuk influencernya yang relavan dengan travel.

R : mungkin tanggalnya lebih dipasin lagi dan adanya banyak promo lagi.

V : kedepannya kalian lebih kreatif lagi dan lebih out of the box yang memang setiap tahunnya lain dari yang lainnya. Lebih inovatif lagi kedepannya, jangan datang udah

gitu cek lalu pulang. Harusnya ada tempat agar tidak langsung pulang. Nah itu kompas travel masih kurang dan harus diperbaiki lagi.

S : transaksi pembayaran lebih mudah lagi dan efisien, pemilihan waktunya bisa lebih fleksible lagi, dan untuk hall mungkin bisa diperluas lagi.

in collaboration with

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA