



JATENGPOS.CO.ID, JAKARTA – Presiden Joko Widodo kembali mengampanyekan wisata belanja dan kuliner. Di sela libur kerjanya, orang nomor satu di Indonesia itu tak segan mengajak keluarganya untuk menikmati jalan-jalan di Pondok Indah Mall Jakarta Selatan. Sesuatu yang biasa menjadi ritual hari libur bagi warga ibu kota, sambil mengajak keluarga.

Dalam menikmati liburannya, Presiden Joko Widodo memilih sesuatu yang tidak terlalu muluk-muluk, tetapi menyentuh semua sendi kehidupan di Tanah Air. Yang dipilihnya justru membaur bersama masyarakat, belanja dan kulineran di Pondok Indah Mall Jakarta. “Terima kasih Pak Presiden Jokowi sudah membantu kampanye wisata belanja dan kuliner,” terang Vita Datau Mesakh, Ketua Tim Percepatan Pengembangan Wisata Kuliner dan Belanja Kementerian Pariwisata, Minggu (20/11).

Di Pondok Indah Mall, Presiden memang memberikan contoh bahwa wisata belanja dan kuliner bisa dinikmati siapa saja. Dari mulai berkeliling ke Toko Buku, window shopping sambil berburu diskon, belanja beragam keperluan hingga makan di food court, semua dijalani Presiden Jokowi yang ikut didampingi Ibu Negara Iriana Jokowi. Pria kelahiran Solo itu memperlihatkan bahwa kuliner dan belanja, adalah dua daya pikat destinasi wisata yang alamiah.

Yang banyak dicari oleh semua wisatawan baik wisnus maupun wisman. “Mall sudah pasti heboh bukan main, namanya juga tempat publik. Apalagi pengunjung diperbolehkan berfoto bersama Presiden,” timpal Stefanus Ridwan, Ketua Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI).

Kebetulan, Indonesia adalah negara dengan fasilitas shopping yang cukup oke. Di level Asia, Indonesia masuk ke dalam 17 besar Top Asia Shopping Cities 2015. Di Jakarta saja, banyak mal fisiknya jauh lebih keren, lebih besar, lebih lengkap, daripada di Singapura, Eropa, Amerika, Australia, Jepang dan lainnya. Kalau tak percaya, tengok saja Grand Indonesia di Thamrin, One Pacific Place di SDCB, Plasa Senayan – Senayan City di Asia Afrika, Pondok Indah Mall dan Gandaria City di Selatan. Belum lagi di Pasar Raya Blok M, Pluit, Kota Kasablanka, Summarecon, Puri Indah, Kelapa Gading, Bintaro X-change, dan masih banyak titik pusat perbelanjaan lain.

Urusan harga? Boleh diadu dengan negara lain. Dalam World Economic Forum, Travel and Tourism Competitiveness Index, Indonesia termasuk peringkat tiga dalam hal price competitiveness. “Kita bisa bersaing di harga. Tapi tetap bukan berarti murahan. Artinya dengan budget yang sama, bisa mendapatkan benefit lain yang menarik,” kata Stefanus. Aktivitas Presiden Jokowi jalan-jalan ke mall dan pusat perbelanjaan di kala senggang juga pernah dilakukan di Manado Town Square, Oktober silam.

Saat itu, Presiden yang didampingi gubernur Sulut Olly Dondokambey, tak ragu membeli sepatu kulit warna hitam di deretan sepatu yang diberi diskon oleh salah satu outlet di sana. Harganya pun tak mahal. Hanya Rp 150 ribu sepasang, setelah diskon.

“Kunjungan Presiden bisa menggairahkan perekonomian di Indonesia. Juga bisa meningkatkan pengunjung mall. Kami berterima kasih karena wisata belanja dan kuliner juga dibantu dipromosikan Presiden langsung,” kata dia.

Menpar Arief Yahya menjelaskan portofolio pariwisata itu ada 3, wisata alam atau nature 35%, wisata budaya atau culture 60%, dan wisata manmade atau buatan 5%. Tentu ini berbeda di setiap negara, bahkan kotakota destinasi wisata saja bisa saja beda. Secara nasional sudah dimapping, dan komposisinya seperti di atas.

Di mana positioning wisata kuliner dan shopping? “Culinary and shopping itu ada di wisata budaya. Kuliner itu produk budaya, sudah dibuat dibuat lama, turun temurun, ratusan bahkan ribuan kali dimodifikasi berdasarkan selera customers. Shopping itu satu paket dengan kuliner dan harus ada di setiap destinasi, karena memang ada karakter wisman yang setiap berwisata itu mensyaratkan harus ada kuliner dan belanja!” kata Menpar Arief Yahya.

Mantan Dirut PT Telkom ini mengucapkan terima kasih atas liburan hari Minggu Presiden Joko Widodo dan keluarga ke mall. “Beliau menjadi endorser wisata kuliner dan shopping yang luar biasa,” kata Arief Yahya yang pernah dinobatkan sebagai Marketeer of The Year 2013 oleh MarkPlus itu. (jppn/rwp)