

Tangkap Peluang Akhir Tahun, HSBC-ANA Travel Fair Perdana Hadir di Dua Lokasi dengan Tawarkan Berbagai Promosi

Jakarta, 8 October 2026 – PT Bank HSBC Indonesia (“HSBC Indonesia”) kembali menggandeng maskapai bintang lima asal Jepang, All Nippon Airways (“ANA”), dalam perhelatan HSBC-ANA Travel Fair 2026 periode Oktober.

Untuk kali pertama, ajang pameran perjalanan *flagship* ini digelar serentak di dua lokasi strategis Jakarta: Central Park Mall (Jakarta Barat) dan Plaza Indonesia (Jakarta Pusat), agar lebih dekat dan memberikan opsi lebih bagi konsumen. Selain lokasi ganda, jumlah konsultan perjalanan ditambah sekitar 20% sehingga pengunjung pameran dapat lebih nyaman melakukan perencanaan perjalanan mereka.

Sejalan dengan karakteristik konsumen yang kerap bepergian bersama, paket liburan, *land tour*, hotel dan atraksi pun ditawarkan dengan skema “beli satu dapat dua” serta ditambah berbagai kesempatan diskon dari *cashback* hingga belasan juta Rupiah, *flash sale*, program *top up* tabungan, cicilan 0%, dan potongan harga, hingga 50% dengan penukaran HSBC Rewards Points. Informasi lebih lengkap dan syarat dan ketentuan atas promo HSBC – ANA Travel Fair ini bisa didapatkan konsumen melalui publikasi di *website* <https://grp.hsbc/ana>.

Konsisten digelar selama 8 tahun dan catatkan rekor transaksi

HSBC-ANA Travel Fair telah menjadi agenda rutin dua kali setahun selama delapan tahun berturut-turut. Konsistensi ini diiringi tren transaksi yang terus meningkat di setiap penyelenggaraannya. Pada edisi Januari 2026 lalu, nilai transaksi pra-penjualan (*pre-sale*) melonjak 31% secara tahunan (*year-on-year/YoY*). Secara keseluruhan, total transaksi pada edisi tersebut tumbuh 44,35% YoY, mencatatkan rekor tertinggi sepanjang sejarah kolaborasi kedua institusi.

"Mendekati satu dekade kemitraan kami dengan ANA, ajang ini telah berkembang dari sekadar pameran tiket pesawat menjadi pilar penting dalam ekosistem gaya hidup dan pengelolaan aset nasabah. Melalui sinergi layanan penerbangan kelas dunia dan solusi perbankan terpadu, kami ingin memastikan nasabah mendapatkan nilai tambah di setiap tahap perjalanan mereka," ujar Lanny Hendra, International Wealth and Premier Banking Director, HSBC Indonesia.

Siaran Pers

Mempertegas kepemimpinan HSBC sebagai perbankan yang mendukung *lifestyle*

Bagi HSBC Indonesia, *travel* merupakan salah satu inti dari pilar *lifestyle* pada segmen International Wealth and Premier Banking ("IWPB"). Sepanjang 2026, HSBC memperluas portofolio perjalanan dengan menggelar lebih dari empat pameran perjalanan utama: dua edisi HSBC-ANA Travel Fair dan dua edisi HSBC Asia Travel Fair, serta kegiatan promo perjalanan dengan skala lebih kecil.

Inovasi adalah ciri khas HSBC dalam menggelar pameran perjalanan. HSBC Asia Travel Fair menjadi manifestasi hal tersebut dengan mengangkat pendekatan *multi-airline* dan *multi-destinations*. Di seri kedua Asia Travel Fair, *purpose-led travel* dijadikan tema untuk menangkap animo masyarakat Indonesia terhadap tren wisata kebugaran dan kecantikan (*beauty tourism*) ke berbagai negara di Asia dan kawasan global. Inovasi tersebut terbukti direspon baik oleh konsumen. Hal ini terlihat dari nilai pembelanjaan konsumen selama pameran tersebut yang 43% melebihi target dengan program terintegrasi seperti *Save & Fly* yang mencatatkan penyerapan hingga 47% di atas target. Penerbangan ANA sendiri masih mendominasi 42% penerbitan tiket dari pameran tersebut dengan rute utama Jepang dan Amerika Serikat (57% dari total transaksi) masih menjadi favorit.

Momen strategis sebelum kenaikan tarif penerbangan global

Penyelenggaraan pameran di bulan Oktober 2026 menjadi waktu yang tepat bagi pemburu tiket liburan. Hal ini juga tidak lepas dari antisipasi terhadap proyeksi tarif penerbangan global yang diperkirakan naik rata-rata 1,5 persen pada 2027 (sesuai data dari Global Business Travel Association dan Altour) dengan kenaikan kelas ekonomi kawasan Asia-Pasifik diprediksi mencapai 2,5 persen akibat beban operasional dan biaya bahan bakar. Selain itu, skema biaya tambahan bahan bakar (*fuel surcharge*) ANA saat ini berlaku hingga 31 Oktober 2026 sebelum disesuaikan dengan kondisi pasar global.

"Kolaborasi selama delapan tahun dengan HSBC Indonesia dilandasi komitmen menghadirkan layanan terbaik. Menyambut tingginya minat bepergian ke Jepang dan destinasi transpasifik, ANA siap memberikan pengalaman terbang bintang lima khas Jepang dengan harga kompetitif dan konektivitas rute yang fleksibel," ujar Tetsuma Fujii, Chief Representative ANA Indonesia.

Kontak Media:

Ariavita Purnamasari

Head of Communications and Corporate Sustainability PT Bank HSBC Indonesia

ariavita.purnamasari@hsbc.co.id



Siaran Pers

Tentang PT Bank HSBC Indonesia

HSBC telah beroperasi di Indonesia sejak 1884 dan saat ini melayani Nasabah di seluruh Indonesia. PT Bank HSBC Indonesia adalah anggota dari HSBC Group yang menyediakan layanan Perbankan Korporat dan Institusional untuk Nasabah korporat dan institusional, serta Perbankan Internasional Wealth dan Premier untuk Nasabah individu. PT Bank HSBC Indonesia berizin dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK), Bank Indonesia (BI) dan merupakan peserta program penjaminan simpanan dari Lembaga Penjamin Simpanan (LPS).

Tentang HSBC Holdings plc

HSBC Holdings plc, perusahaan induk HSBC, berkantor pusat di London. HSBC melayani pelanggan di seluruh dunia dari kantor di 56 negara dan wilayah. Dengan aset sebesar US\$3,438 miliar pada 30 June 2026, HSBC adalah salah satu organisasi perbankan dan layanan keuangan terbesar di dunia.

Tentang The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited

The Hongkong and Shanghai Banking Corporation Limited adalah anggota pendiri HSBC Group. HSBC melayani pelanggan di seluruh dunia dari kantor di 56 negara dan wilayah. Dengan aset sebesar US\$3,438 miliar pada 30 June 2026, HSBC adalah salah satu organisasi perbankan dan layanan keuangan terbesar di dunia.