

KEGIATAN WISATA MICE (*meeting, incentive, convention, exhibition*) DAN PERAN DINAS PARIWISATA DAN KEBUDAYAAN DALAM MENINGKATKAN WISATA MICE DI KOTA YOGYAKARTA.

ABSTRAK

Oleh :

Riana Asrifah/ V. Indah Sri Pinasti, M. Si.

11413244012

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kegiatan wisata MICE di Kota Yogyakarta dan bagaimana Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan Wisata MICE. Selain itu juga untuk mengetahui potensi Wisata MICE di Kota Yogyakarta. Kajian tentang Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta untuk meningkatkan Wisata MICE ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Informan penelitian dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* berdasarkan beberapa kriteria, yaitu menjadi anggota kepegawaian Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta, khususnya dalam bidang Wisata MICE. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dandokumentasi atau arsip. Proses analisis data penelitian ini menggunakan analisis model interaktif Miles dan Huberman, mulai dari pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, hingga proses penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Yogyakarta sangat berpotensi sebagai Kota tujuan Wisata MICE, terbukti dengan mendapatkan penghargaan dari Dirjen Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai The Most MICE paling nyaman di Indonesia. Tentunya ini akan mendukung sekali berbagai kegiatan Wisata MICE di Kota Yogyakarta seperti: seminar, konvensi, serta pameran, kegiatan MICE yang digelar sangat berdampak positif untuk kepariwisataan Kota Yogyakarta dengan banyaknya kegiatan MICE otomatis memberikan keuntungan peningkatan penghasilan bagi masyarakat termasuk pelaku kepentingan pariwisata misalnya: produk kerajinan, rumah makan, hotel dan akomodasi. Dalam Perannya Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta untuk meningkatkan Wisata MICE di Kota Yogyakarta yaitu dengan melakukan Promosi baik langsung maupun secara online, selain itu mempunyai strategi khusus dalam meningkatkan Wisata MICE dengan menyuguhkan event-event yang menarik yang berkaitan dengan MICE, menciptakan destinasi wisata baru, atraksi wisata dan atraksi budaya.

Kata Kunci :Wisata MICE, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan, Kota Yogyakarta.

Abstract

**TOURIST ACTIVITY MICE (meetings, incentive, convention, exhibition)
AND THE ROLE OF THE DEPARTMENT OF TOURISM AND
CULTURE IN MICE TOURISM INCREASE IN YOGYAKARTA.**

This study aims to determine the MICE tourism activities in the city of Yogyakarta and how the role of the Department of Tourism and Culture of Yogyakarta in increasing MICE Tourism. In addition, to determine the potential of MICE Tourism in the city of Yogyakarta. Studies on the role of the Department of Tourism and Culture of Yogyakarta to increase MICE Tourism is using descriptive qualitative method. Informants were selected using purposive sampling technique based on several criteria, which is a member of personnel Culture and Tourism Office of Yogyakarta, especially in the field of MICE Tourism. Data was collected through observation, interviews, and documentation or records. The process of data analysis using interactive model analysis Miles and Huberman, ranging from data collection, data reduction, data presentation, until the conclusion. These results indicate that Yogyakarta is potentially as City Tourism MICE destination, as evidenced by the award of Marketing Director General of the Ministry of Tourism and Creative Economy as The Most MICE most comfortable in Indonesia. Surely this will support a variety of activities MICE Tour in Yogyakarta such as: seminars, conventions, and exhibitions, MICE events were held very positive impact for tourism in the city of Yogyakarta to the number of MICE activities automatic benefit increase in income for the community including actors tourism interest eg: product crafts, restaurants, hotels and accommodations. In the role of Tourism and Culture of Yogyakarta to increase MICE Tour in Yogyakarta by performing the Promotion either directly or online, but it has a specific strategy in promoting MICE Tour by presenting events of interest related to MICE, creating new tourist destinations , tourist attractions and cultural attractions.

Keywords: MICE Tourism, Department of Tourism and Culture, the city of Yogyakarta.

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor utama dalam sumber penerimaan devisa Negara di Indonesia disamping minyak dan gas bumi, kelapa sawit, batu bara, dan karet olahan. Keberagaman pariwisata dimiliki oleh Indonesia, seperti wisata alam, wisata buatan, dan wisata minat khusus. Salah satunya yaitu Wisata MICE yang pada saat ini menjadi tren baru yang berbasis pada aktifitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik. Wisata MICE dapat menjadi sebuah indikator kuat bagi pembangunan pariwisata di Indonesia, dalam penyelenggaraannya membutuhkan infrastruktur dan pengelolaan yang baik terutama jika *event* ini diadakan secara nasional maupun internasional.

Dipahami bahwa pariwisata salah satu sumber pengembangan devisa terbesar baik pada tingkat Nasional, Provinsi, maupun Kabupaten atau Kotamadya. Kotamadya Yogyakarta sebagai salah satu daerah tingkat II yang telah terimbas oleh pengembangan pariwisata sejak beberapa puluh tahun yang lalu, serta memiliki beberapa potensi pariwisata (khususnya objek dan daya tarik wisata) memerlukan rencana pengembangan pariwisata yang mampu menjadi salah satu acuan pokok kegiatan pengembangan dan pembangunan pariwisata di Kota Yogyakarta.

Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan provinsi yang mempunyai status sebagai Daerah Istimewa. Status Daerah Istimewa ini berkaitan dengan sejarah terjadinya

Provinsi ini, pada tahun 1945, sebagai gabungan wilayah Kraton Ngayogyakarta Hadiningrat dan Kadipaten Pakualaman, yang menggabungkan diri dengan wilayah Republik Indonesia yang diproklamkan pada tanggal 17 Agustus 1945, Oleh Bung Karno dan Bung Hatta.

Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, pada masa sekarang seluruh predikat Yogyakarta itu luluh menjadi satu dan berkembang menjadi satu dimensi baru Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata. Keramahan yang tulus, khas Yogyakarta, akan menyambut para wisatawan disaat mereka datang akan mengiringi, disaat mereka meninggalkan Yogyakarta, dengan membawa kenangan manis yang tidak akan mereka lupakan sepanjang masa.

Peranannya sebagai kota perjuangan daerah pelajar dan pusat pendidikan, serta daerah pusat kebudayaan, ditunjang oleh panoramanya yang indah. Telah mengangkat Yogyakarta sebagai daerah yang menarik untuk dikunjungi dan mempesona untuk disaksikan.

Yogyakarta juga memiliki berbagai fasilitas dengan kualitas yang memadai dan tersedia dalam jumlah yang cukup, hal ini akan menunjang Yogyakarta menjadi kota tujuan wisata MICE. Dari semua itu akan bisa memperlancar dan memberi kemudahan bagi para wisatawan yang berkunjung ke Yogyakarta. Sarana-sarana transportasi, akomodasi, dan berbagai sarana

penunjang lainnya, seperti santapan makan-minuman yang lezat, serta aneka ragam barang cinderamata, mudah diperoleh dimana-mana.

Yogyakarta sebagai kota wisata, memiliki sejarah kebudayaan kerajaan yang dapat menjadikan ciri khas Yogyakarta sebagai kota wisata. Salah satu ciri khas kerajaan adalah Kraton, yang merupakan simbol atau bangunan dari sudut kerajaan, yang berfungsi sebagai tempat tinggal ratu dan raja serta sebagai pusat kebudayaan dan pusat pemerintahan.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan digariskan bahwa pembangunan pariwisata perlu ditingkatkan untuk memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha meningkatkan penerimaan devisa serta memperkenalkan alam kebudayaan bangsa Indonesia.

Wisata MICE memiliki peran sentral dalam mengembangkan objek yang diusungnya. Melalui destinasi MICE, beragam peluang untuk kebangkitan usaha kecil dan menengah akan dapat terus berkembang. Sebagai industri yang memiliki karakter *multiplier effect*, MICE tentunya dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat sekitar karena dalam suatu *event*, seluruh *stakeholder* akan ikut terlibat. Selain itu angka pengangguran juga akan bisa ditekan melalui industri MICE (Warta Ekspor, Edisi Bulan Juli 2011).

Dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia, Pemerintah telah menyediakan sarana dan prasarana

dalam mendukung tumbuhnya industri MICE, selain itu untuk menentukan strategi secara terpadu dalam berkelanjutanpun harus dilakukan secara periodik untuk menarik para konsumen MICE baik dari dalam maupun luar negeri. Pemerintah telah membuat kebijakan untuk mendukung wisata MICE ini dengan menetapkan 10 kota utama dan 3 kota potensial tujuan MICE di Indonesia. 10 kota utama tersebut adalah Medan, Padang Bukit Tinggi, Batam, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Makasar dan Manado. Sedangkan tiga kota potensial adalah Palembang, Lombok dan Balikpapan (Warta Ekspor, Edisi Bulan Juli 2011).

Sebagai salah satu kota besar di Indonesia, Yogyakarta sesungguhnya memiliki peluang terbuka dalam mengembangkan wisata MICE, dapat dilihat dari perkembangan pembangunan infrastruktur ini menjadikan sebuah peluang bagi Kota Yogyakarta. Akan tetapi peluang terbuka itu tidak akan berarti jika pariwisata Kota Yogyakarta tanpa diimbangi dengan sejumlah langkah strategis menangkap peluang besar wisata MICE ini.

Dinas Pariwisata dan Kebudayaan ialah instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang Pariwisata dan Kebudayaan. Hal ini berkaitan dengan peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan yang bertanggung jawab atas strategi untuk meningkatkan wisata di Kota Yogyakarta. Dapat dilihat menurut Kotler (2008:25) menyatakan bahwa strategi pemasaran sebagai keseluruhan tindakan-tindakan yang

disiapkan oleh sebuah organisasi untuk mencapai sasarannya. Dengan adanya hal tersebut peranan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan menjadi sangat penting bagi sektor pariwisata terutama dalam mendukung pengenalan wisatawan terhadap Kota Yogyakarta sebagai salah satu destinasi yang dapat dikunjungi baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Sesuai UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan pada pasal 20 menyatakan bahwa wisatawan berhak mendapatkan informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata, pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar nilai-nilai itu merupakan acuan dasar untuk melayani wisatawan agar keperluan yang dibutuhkan wisatawan terpenuhi.

Dari Undang-undang di atas ternyata dapat dilihat motivasi yang dilakukan baik individu maupun secara rombongan. Menurut Oka A. Yoeti dalam bukunya Pemasaran Pariwisata (1996: 221) terdapat beberapa motivasi orang-orang melakukan perjalanan, yaitu pertama alasan pendidikan dan kebudayaan, wisatawan ingin mengetahui kemajuan-kemajuan yang telah dicapai oleh Negara lain serta ingin menyaksikan tempat-tempat bersejarah, kesenian rakyat, festival, keindahan alam, dan lain-lain. Kemudian alasan yang kedua bisnis, sosial politik dan konferensi, yang dimaksudkan bahwa wisatawan ini menyaksikan suatu pameran, kamar dagang serta menghadiri konferensi, seminar, symposium dan pertemuan ilmiahnya.

Mengikuti perjanjian kerjasama dan undangan Negara-negara lain yang berhubungan dengan kenegaraan. Alasan terakhir yaitu persaingan dan hadiah, yang bermaksud wisatawan untuk merealisasikan hadiah yang ia dapat dari seseorang dan untuk memenuhi keinginan agar dapat bercerita tentang Negara lain pada kesempatan-kesempatan tertentu.

Namun demikian, masih banyak ditemui berbagai kendala yang menghambat tata kelola kepariwisataan itu sendiri, diantaranya ialah kebijakan pemerintah daerah yang masih tumpang tindih, selain itu juga terbatasnya sarana prasarana berskala besar yang berakibat pada kurang diminatinya Kota Yogyakarta sebagai penyelenggara *event* MICE yang besar. Dari uraian latar belakang tersebut, penulis akan mengangkat tema “Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta Untuk Meningkatkan Wisata MICE di Kota Yogyakarta.”

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian telah dilakukan dalam kurun waktu kurang lebih 2 bulan dan dilaksanakan pada bulan Mei sampai Juni 2015. Lokasi penelitian dilakukan di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

Sumber Data

Penelitian ini menggunakan sumber data berupa catatan lapangan, transkrip wawancara yang direkam dan dokumen

pengamatan, untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini tidak terlepas dari sumber tertulis, yaitu sumber yang berupa buku-buku, media cetak, arsip, internet, dan media elektronik.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini terdiri dari data kualitatif terdiri dari transkrip hasil wawancara, catatan lapangan, gambar, foto, dan lain sebagainya.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti dalam melakukan penelitian ini mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi, dokumentasi dan studi kepustakaan. Peneliti mengamati secara langsung ke tempat penelitian mengenai kegiatan Wisata MICE yang diadakan di Kota Yogyakarta.

Validitas Data

Dalam memeriksa keabsahan data, peneliti melakukannya dengan cara triangulasi sumber yaitu dengan menggunakan lebih dari satu orang sumber untuk mendapatkan data yang lebih valid.

Teknik Analisa Data

Teknik analisis data model interaktif menurut Miles & Huberman terdiri atas empat tahapan yang harus dilakukan. Tahapan pertama adalah tahap pengumpulan data, tahapan kedua adalah tahap reduksi data, tahapan ketiga adalah tahap display data, tahapan keempat adalah tahap penarikan kesimpulan dan tahap verifikasi

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Wisata MICE di Kota Yogyakarta

Yogyakarta memiliki potensi dan berpeluang menjadi kota tujuan wisata MICE (*meeting, incentive, convention, and*

exhibition), karena memiliki fasilitas yang cukup lengkap. Wisata MICE di Yogyakarta didukung dengan fasilitas yang memadai berstandar nasional dan internasional, sehingga tidak perlu ragu untuk menyelenggarakan kegiatan MICE di daerah ini.

Dengan bertambahnya jumlah hotel baik kelas bintang maupun nonbintang di daerah ini, bagi pengelola MICE dapat memperoleh banyak pilihan untuk menyelenggarakan kegiatan tersebut. Selain itu tempat untuk mengadakan pameran juga tersedia banyak, tidak hanya hotel kelas bintang tetapi juga tempat pertemuan lain misalnya, Jogja Ekspo Center (JEC) yang dinilai sangat layak untuk mengadakan sebuah pameran, baik berskala nasional maupun internasional.

Wisata MICE (*meeting, incentive, convention dan exhibition*) saat ini masih merupakan pasar potensial pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Kota Yogyakarta. Kota Yogyakarta sebagai destinasi MICE yang mulai diperhitungkan oleh pasar Wisata MICE sebagai tujuan menarik, adapun faktor penentu dalam memilih Destinasi MICE :

1. Dari Segi Keamanan
2. Dari Segi Harga
3. Dari Segi Akses
4. Fasilitas Terpelihara
5. Infrastruktur
6. Atraksi Waktu Senggang
7. Bahasa

2. Perkembangan Wisata MICE di Kota Yogyakarta

Perkembangan bisnis MICE yang merupakan bagian dari industri pariwisata kini dan telah memberikan warna yang

beragam terhadap jenis kegiatan pariwisata yang identik dengan pemberian pelayanan atau services (Pendit, 1999). MICE diartikan sebagai wisata Konvensi dengan batasan: usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan, pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, dsb.) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.

Pariwisata Yogyakarta patut berbangga, pasalnya Kota Gudeg baru saja mendapatkan penghargaan dari Dirjen Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai The Most MICE paling nyaman di Indonesia. Kepala Dinas Pariwisata DIY, penghargaan tersebut sangat mengapresiasi pelaku industri pariwisata di Yogyakarta. Penghargaan Yogyakarta sebagai The Most MICE tentu menjadi cambuk jajaran pariwisata DIY untuk bekerja keras lagi, karena wisata MICE (meeting, incentive, convention, and Exhibition) menjadi destinasi wisata paling menguntungkan saat ini.

Selain itu, wisata MICE di Yogyakarta dalam beberapa tahun terakhir tumbuh pesat. Ini bisa dilihat dari bertambahnya hotel berbintang, fasilitas untuk pameran baik di mal, Jogja Expo Center, maupun tempat lain yang selama ini memang banyak dipilih, termasuk Gedung Pasifik di Jalan Magelang. Dalam setahun tidak kurang 600 kegiatan MICE digelar di Yogyakarta, baik skala nasional maupun internasional. ini mengindikasikan Yogyakarta sebagai kota yang nyaman dengan akses akomodasi sangat memadai. Dalam Ketua Perhimpunan Hotel dan

Restoran Indonesia (PHRI), dua tahun terakhir aktivitas MICE memang sangat tinggi, indikasinya terlihat dari penerbangan ke Yogyakarta yang selalu penuh. MICE di Yogyakarta unggul karena didukung kondisi keamanan yang kondusif, serta pariwisata dan kuliner yang unik. Adanya 13 hotel berbintang baru yang akan beroperasi tahun ini juga menunjukkan investasi di Yogyakarta sangat menggiurkan dan berpotensi bagi wisata MICE. (Mahrizal, 2013)

3. Kegiatan Wisata MICE di Kota Yogyakarta

Kegiatan Wisata MICE seperti: seminar, konvensi, serta pameran. Kegiatan MICE yang digelar sangat berdampak positif untuk kepariwisataan kota Yogyakarta. Dengan banyaknya kegiatan MICE otomatis memberikan keuntungan peningkatan penghasilan bagi masyarakat termasuk para pelaku kepentingan pariwisata misalnya; produk kerajinan, rumah makan, hotel akomodasi, pusat perbelanjaan. Perihal tersebut akan menguntungkan dengan semakin banyaknya kegiatan MICE baik skala nasional maupun Internasional.

Berdasarkan informasi di kantor Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta, hingga kini tercatat kategori hotel berbintang ada sebanyak 53 hotel berbintang dan 885 hotel melati, disamping beberapa gedung pertemuan yang bisa menjadi sarana pendukung kota Yogyakarta sebagai tujuan wisata MICE. Adapun Kegiatan wisata MICE yang menjadi andalan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kunjungan pariwisata maupun wisata MICE di Kota Yogyakarta.

Jogja Java Carnival (JJC) merupakan karnaval malam hari yang dilaksanakan sebagai puncak acara sekaligus penutup rangkaian perayaan hari ulang tahun Kota Yogyakarta. Dalam karnaval ini ditampilkan aneka *vehicle* dengan tema tertentu yang dihiasi tata lampu dan tata suara yang megah. Titik keberangkatan peserta karnaval dari Taman Parkir Abu Bakar Ali dan berakhir di Alun-alun Utara. Sebagai acara pamungkas ada pesta kembang api. Peserta acara ini berasal dari dalam maupun luar negeri.

Jogja Java Carnival Diselenggarakan di Benteng Vrederburg, menyuguhkan bentuk Fashion Show dalam balutan pertunjukan tari yang mengambil cerita Adeging Nagari Ngayogyakarta Hadiningrat. *Fashion Dance* akan didukung oleh para model papan atas dan para penari handal dari Yogyakarta. Artistik digarap sesuai dengan tema cerita, dengan membuat *stage* yang spektakuler dan elemen artistik yang eksotis. Dalam acara ini juga akan diadakan Gala *Dinner* dengan menu masakan dari berbagai macam masakan khas Jogja dan masakan-masakan dari beberapa negara yang terlibat dalam rangkaian acara perayaan HUT kota Jogja. Gala *Dinner* akan dikemas dalam sebuah *standing party* agar interaksi dan komunikasi antar *audiens* bisa tercapai. Dalam Jogja Java Carnival, Jogja menjadi tuan rumah dari gerakan inisiatif merangkum karya-karya kesenian kontemporer dan tradisional tiga Negara. Asia Tri Jogja; Indonesia (Jogja), Korea, Jepang dalam moment pertunjukan, pameran, workshop, seminar dan *gathering* dengan tujuan menjadi wahana komunikasi dan interaksi antar bangsa-bangsa Asia.

Selain Jogja Java Carnival kegiatan lain wisata MICE yang menjadi daya tarik pariwisata adalah Mukhtar Muhammadiah.

4. Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam Meningkatkan Wisata MICE.

Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan kegiatan *Meeting* yaitu mengadakan Pembinaan Hotel, Pelatihan-pelatihan bagi pengusaha Hotel yang terdaftar di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Tidak semua Hotel diadakan Pembinaan dan Pelatihan-pelatihan untuk wisata MICE, hanya hotel-hotel tertentu yang terdaftar di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta. Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta tentunya punya penilaian sendiri Hotel mana yang akan diadakan Pembinaan dan Pelatihan tersebut agar dapat meningkatkan wisata MICE di Kota Yogyakarta. Kegiatan meeting atau yang disebut rapat tidak semua terkait dengan peran Dinas, Dinas hanya berperan dalam *meeting* atau rapat yang berkaitan dengan instansi pemerintah

Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan *Incentive* yaitu salah satunya dinas mengadakan kegiatan membawa Rombongan Pengusaha Jasa Boga untuk penyegaran Jasa Usaha Boga yang ada di Kota Yogyakarta berupa materi-materi yang berkaitan dengan teori Boga agar menambah wawasan bagi Jasa Boga yang ada di Yogyakarta, selain materi yang disampaikan ada juga praktek lapangan yang diberikan oleh Dinas.

Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan wisata MICE, dalam kegiatan *Convention* atau konferensi yaitu berperan dengan mengadakan Forum Komunikasi Pariwisata. Ini adalah wadah untuk organisasi profesi untuk menunjang ilmu pariwisata di Yogyakarta untuk tetap menjaga eksistensi budaya Yogyakarta dalam wisata MICE.

Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta dalam meningkatkan wisata MICE, dalam kegiatan *Exhibition* yaitu Dinas berperan sebagai penyelenggara *Exhibition Art Action* yang baru akan diadakan 1 sampai 3 Oktober 2015 di *Exhibition Hall Taman Pintar Yogyakarta* dan kawasan titik nol Yogyakarta. Kegiatan yang akan diadakan adalah *Dialog Maestro, Pameran lukisan dan Melukis Bersama Maestro*.

5. Wisata MICE di Kota Yogyakarta

Wisata MICE berawal dari dinamika pasar bahwa banyak wisatawan domestik maupun mancanegara cenderung mengunjungi kota Yogyakarta disaat *weekend* dan *longweekend* ataupun liburan. Untuk mengisi kekosongan ada kegiatan pariwisata untuk menghidupi sektor pariwisata maka diadakan wisata MICE di Yogyakarta, potensi kota Yogyakarta sangat mendukung untuk diadakannya wisata MICE (dikutip dari wawancara dengan SS, 21 Mei 2015).

Seiring dengan perkembangannya dibuatlah agenda MICE serta aturan hukum tentang wisata MICE oleh Pemerintah yang tertuang pada Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi tahun 1991. Berkaitan dengan wisata MICE, Kota

Yogyakarta berusaha untuk meningkatkan sumber daya maupun produk-produk yang berada di sekitarnya agar dapat mendukung kearifan lokal dan menjadi salah satu daya tarik wisata.

Pariwisata Yogyakarta baru saja mendapatkan penghargaan dari Dirjen Pemasaran Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai *The Most MICE* paling nyaman di Indonesia (Mahrizal, 2013). Penghargaan ini merupakan salah satu keuntungan bagi Kota Yogyakarta untuk mengundang para perusahaan-perusahaan baik nasional, regional maupun internasional dalam melakukan kegiatan yang bersifat seminar, pameran serta perjalanan insentif.

Setelah Kota yang memiliki julukan *Kota Gudeg* ini menjadi unggulan karena telah meraih penghargaan *The Most MICE* paling nyaman di Indonesia, hal yang dapat dilihat yaitu dampak ganda yang dirasakan oleh berbagai pihak terutama para perusahaan MICE, gedung konvensi, dan hotel-hotel yang menjual paket-paket MICE ini dapat mencapai 3-4 kali lipat lebih besar dibandingkan dengan wisatawan perorangan. Keberadaan wisata MICE yang sedang berkembang pesat di Kota Yogyakarta ini dilihat oleh para pengusaha cukup baik dan dapat menjadi sebuah peluang untuk membuka perusahaan yang berkonsentrasi pada kegiatan tersebut.

Dalam kegiatan usaha jasa wisata MICE di Kota Yogyakarta ini bukan hanya saja sebagai wisata konvensi saja, tetapi wisata MICE ini memiliki beragam kegiatan, seperti :

Meeting

Dalam perkembangannya Kota Yogyakarta menawarkan banyak sekali alternatif tempat untuk melakukan *meeting* seperti restoran, hotel, Balai Kota, Balai pertemuan instansi pemerintah, Universitas (balairung dan aula), dan objek wisata. Adapun alasan tempat ini digunakan diantara lainnya yaitu mengurangi biaya, ukurannya dari kapasitas kecil sampai besar, dan suasana yang diberikan beragam. Dalam kegiatan *meeting* mempunyai beberapa kegiatan seperti halnya seminar, lokakarya (*workshop*), pelatihan (*training*) maupun sarasehan (*talkshow*). Dalam kegiatan *meeting* yang diadakan di Yogyakarta ini rata-rata membahas dunia kewirausahaan dan pendidikan, selain itu perkumpulan asosiasi-asosiasi dan instansi pemerintah ini sebagai pengguna jasa yang sering mengadakan acara tersebut.

Incentive

Saat ini banyak perusahaan maupun asosiasi yang membuat strategi peningkatan kinerja perusahaan dan sumberdaya manusia dengan cara perjalanan insentif. Dalam hal ini perjalanan insentif di Kota Yogyakarta memiliki beragam daya tarik wisata yang dapat dikunjungi *city tour*, *spouse program* dan *prepost Congres tour*. Kota Yogyakarta sebagai kota kreatif mempunyai beberapa destinasi wisata yang dihadirkan, misalnya saja wisata museum, wisata sejarah dan budaya, wisata pendidikan, wisata belanja, wisata kuliner dan kampung wisata yang menjadi andalan Kota Yogyakarta. Selain itu ada juga wisata alam. Beberapa perusahaan seperti rumah sakit yang mengadakan *gathering* di Sardjito.

Convention

Konvensi atau *convention* ini pada umumnya diselenggarakan oleh sebuah organisasi profesi baik untuk tingkat nasional, regional maupun internasional. Kota Yogyakarta memiliki beberapa tempat untuk mengadakan acara ini ialah JEC *jogja expo center*, TBY Taman Budaya Yogyakarta, Mandala Bhakti Wanitatama, Balai Pamungkas, Bentara Budaya Yogyakarta ada juga hotel yang dapat digunakan untuk *event* ini seperti Royal Ambarrukmo Plaza Hotel, Hotel Tentrem Yogyakarta. Kegiatan ini menghasilkan keuntungan dan karena semua fasilitasnya digunakan dari lama tinggalnya di penginapan lebih lama disbanding tamu-tamu perorangan, ruang konvensi, *food and beverage*, objek wisata dan lain.

Exhibition

Pameran (*exhibition*) merupakan suatu wadah bagi perusahaan atau badan tertentu dalam melakukan kegiatan promosi produk atau jasa. Biasanya dalam *Exhibition* seperti promosi produk seperti *franchise* atau yang bisa disebut waralaba sedang naik daun pada beberapa tahun terakhir ini.

6. Dampak Wisata MICE Terhadap Pelaku Wisata MICE

Yogyakarta adalah daerah tujuan wisata utama di Pulau Jawa, Indonesia. Kombinasi unik antara candi-candi kuno, sejarah, tradisi, budaya, pendidikan dan kekuatan alam menjadikan Yogyakarta sangat menarik untuk dikunjungi. Kota ini merupakan daerah tujuan wisata MICE yang banyak diminati berbagai kalangan, karena memiliki fasilitas yang cukup lengkap untuk mendukung kegiatan itu. Di kota ini, misalnya, banyak terdapat hotel dan gedung pertemuan yang mempunyai standar MICE

dan siap menggelar berbagai kegiatan, baik skala nasional maupun internasional.

Banyaknya peserta seminar, komvensi, pameran maupun kegiatan lainnya berskala nasional maupun internasional yang digelar di Kota Yogyakarta menunjukkan bahwa posisi Yogyakarta sebagai salah satu daerah pariwisata berbasis MICE semakin kokoh. Pengembangan kegiatan Wisata MICE menjadi salah satu prioritas program pengembangan pariwisata karena kegiatan yang digelar di kota akan berdampak positif terhadap sektor pariwisata. Forum Silaturahmi Insan Pariwisata (Fosipa) Indonesia yang berpusat di Yogyakarta mempunyai anggota dari kalangan pelaku usaha wisata, baik pengelola hotel, restoran, jasa transportasi wisata, dan pramuwisata seJawa-Bali serta sebagian Sumatera. Di samping itu, banyaknya kegiatan MICE dapat memberikan keuntungan, yaitu meningkatkan penghasilan, termasuk para pemangku kepentingan (*stakeholder*) pariwisata. Misalnya, produk kerajinan, rumah makan atau restoran, dan hotel banyak diuntungkan banyaknya kegiatan MICE, baik nasional, regional maupun internasional.

Sebagai kota wisata, Yogyakarta terus berbenah dan menambah berbagai fasilitas yang dibutuhkan wisatawan. Bertambahnya hotel, restoran, pusat perbelanjaan dan fasilitas olah raga tentu semakin memanjakan para wisatawan untuk merasa nyaman berkunjung ke Yogyakarta. Selain itu, kondisi kota ini yang aman menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat untuk mengadakan acara skala nasional, regional maupun internasional,

baik seminar, pameran, pertemuan, dan lain sebagainya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pariwisata kini tak hanya berkonsentrasi pada paket liburan. Industri *meeting, incentives, convention, dan exhibition* atau dikenal dengan wisata MICE memunculkan semangat baru promosi wisata. Sebagai negara tujuan wisata di Asia, Indonesia memiliki berbagai keunggulan dalam industri MICE. Yogyakarta sebagai salah satu kota destinasi MICE di Indonesia memiliki fasilitas yang menunjang penyelenggaraan MICE di kota tersebut. Yogyakarta mempunyai *positioning* yang cukup unik, jelas, dan konsisten, yaitu sebagai kota budaya, pendidikan, dan pariwisata. Untuk mendukung pengembangan pariwisata dan pertumbuhan ekonomi di Yogyakarta, pelaksanaan kegiatan MICE mulai ditingkatkan. Sejumlah event internasional dan nasional seringkali diadakan di Kota Yogyakarta ini.

Beberapa langkah yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta untuk mencapai jumlah wisatawan serta lama tinggal antara lain pengembangan produk-produk pariwisata, sarana prasarana dan fasilitas, serta inovasi dalam pengembangan destinasi pariwisata. Langkah tersebut hendaknya didukung dengan promosi yang sinergis dengan pelaku pariwisata serta memunculkan citra pariwisata Yogyakarta yang aman dan nyaman. Selain itu peningkatan sumber daya manusia di bidang MICE juga perlu menjadi perhatian bersama antara pelaku bisnis dan pemerintah.

Kegiatan promosi tidak bisa dilepaskan dalam memasarkan Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata MICE. Untuk promosi dalam negeri, Yogyakarta memfokuskan pada 3 (tiga) pintu gerbang utama yaitu Jakarta, Bali, dan Batam, serta melalui Forum Kerjasama Mitra Praja Utama (MPU). Untuk MPU juga dilakukan promosi bersama lewat Tourism Information Center (TIC) di samping menggunakan website MPU serta TIC, Tourism Information Services (TIS) di Yogyakarta dan website Dinas Pariwisata dan Kebudayaan maupun pemda DIY. Program unggulan pariwisata dari tahun ke tahun mengalami perkembangan, baik SDM, sarana pariwisata maupun promosi pariwisata yang dilaksanakan setiap tahun, sehingga nantinya dapat terwujud Yogyakarta sebagai Daerah Tujuan Wisata Utama di Indonesia dengan keunggulan potensi wisata yang nyaman untuk dikunjungi wisatawan.

SARAN

Setelah peneliti melakukan penelitian tentang Kegiatan Wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) Dan Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Wisata MICE Di Kota Yogyakarta berikut ada beberapa saran yang dapat diajukan antara lain:

1. Bagi perusahaan jasa yang bergerak di bidang MICE
 - a. Bagi perusahaan jasa yang bergerak di bidang MICE perlunya kerja sama yang bersinergi dengan pihak Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta meningkatkan wisata MICE.

- b. Bagi perusahaan jasa yang bergerak di bidang MICE perlunya melaporkan setiap kegiatan MICE yang diadakan agar menjadi agenda wisata MICE dalam arsip Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.
- c. Bagi perusahaan jasa yang bergerak di bidang MICE di harapkan segera melaporkan dan mendaftarkan perusahaan tersebut agar terdaftar di Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Yogyakarta.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengulas lebih dalam tentang Kegiatan Wisata MICE dan Peran Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Dalam Meningkatkan Wisata MICE di Kota Yogyakarta. Selain itu sebaiknya penelitian selanjutnya mencakup lingkup yang lebih luas yaitu bukan hanya Kota Yogyakarta tetapi Provinsi DIY.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto S. (2002). *Metodologi penelitian*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Kota Yogyakarta. 2011. *Data Kunjungan Wisatawan*. Yogyakarta.
- Elly M. Setiadi, dkk. 2006. *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. Jakarta: Kencana.
- Fitriadi, Anurrofiq (2010) *Muktamar1 Abad Muhammadiyah. Kompasiana. Juni*.
- George Ritzer, dkk. 2004. *TeoriSosiologi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Kaesrul. 2004. *Perkembangan dan Pariwisata MICE*. Jakarta: Kompas Media.

Mahrizal, Victor. (2013). *Tribun Jogja*. Jumat 13 Desember.

Moleong, Lexy. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya Offset.

Oka A. Yoeti, 2003. *Perencanaan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Unipress.

Pendit, Nyoman S. 1999. *Wisata Konvensi potensi gede bisnis besar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata*

