

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis pariwisata saat ini berkembang secara baik dan cenderung meningkat dari tahun ke tahun. *United Nation-World Tourism Organization (UN-WTO)* memberikan pandangan positif tentang pariwisata sebagai kunci-untuk pembangunan, kemakmuran dan kesejahteraan. Perjalanan wisata *MICE* termasuk dalam perjalanan wisata dengan tujuan bisnis dan profesional. Akronim *MICE* sudah mulai dikenal secara luas oleh masyarakat, yang menurut Rogers (2003.15), *MICE* merupakan terminologi yang digunakan untuk *Meeting* (pertemuan), *Incentive* (perjalanan insentif), *Conference* (konferensi) dan *Exhibition* (pameran).

Indonesia berada di peringkat pertama sebagai *Top Asia Destination* Pada survey yang dilakukan oleh *Pacific World* pada September 2018. *World Tourism Organization* mengatakan bahwa kedatangan di negara-negara berkembang diproyeksikan meningkat sebesar 4,4 persen per tahun (antara 2010 dan 2030), dua kali lipat tingkat pertumbuhan mereka di negara maju. Seiring dengan semakin populernya tujuan destinasi terpencil, industri *MICE* mendapat manfaat dari peningkatan infrastruktur dan konektivitas serta dari redistribusi permintaan. Selama dua tahun terakhir, minat akan destinasi baru dan pengalaman unik telah meningkat secara signifikan. Tren di bidang perjalanan wisata ini juga berdampak pada sektor insentif dan rapat.

Pariwisata merupakan salah satu potensi yang paling besar di Jawa Barat. Ridwan Kamil sebagai Gubernur Jawa Barat memiliki Visi “Menjadikan Provinsi Jawa Barat sebagai provinsi pariwisata”. Bandung merupakan salah satu kota tujuan wisata *MICE* yang sudah ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Pemilihan sebuah destinasi oleh seorang wisatawan, termasuk wisatawan *MICE* sering dipengaruhi oleh *push and pull factors* (Crompton, 1979; Kim, Lee, & Klenosky, 2003; Klenosky, 2002).

Dalam kaitan Kota Bandung sebagai salah satu kota tujuan *MICE* di Indonesia, Kota ini sudah memiliki sumberdaya *MICE* dan atribut destinasi yang dapat dikembangkan untuk membentuk citra destinasi yang positif. Berbagai keunikan, kekayaan budaya yang dilengkapi dengan berbagai tempat wisata alam dan wisata kuliner di Bandung menjadikannya sebagai salah satu Kota Pariwisata perwakilan Indonesia di dunia internasional yang patut dibanggakan. Kota Bandung sendiri telah terdaftar di *World Tourism City Federation (WTCF)* bersama 106 kota lainnya di dunia. Bandung juga telah dikukuhkan sebagai tujuan pariwisata dunia pada pertemuan *WTCF* di Beijing, China. Maka perlu diadakannya pengembangan program *MICE* Kota Bandung dari sumberdaya yang tersedia sehingga dapat menghasilkan beberapa program yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang datang ke Kota Bandung. Pengembangan program *MICE* di

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengemukakan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Kota Bandung menghasilkan pula media promosi *MICE TOURISM* berupa audio visual dan *booklet* untuk semakin menarik minat wisatawan untuk melakukan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.

B. Tujuan

Tujuan merupakan hasil yang dicapai dari sebuah kegiatan. Tujuan yang diharapkan dari laporan Tugas Akhir (TA) ini, diantaranya:

1. Mengidentifikasi dan menginventarisasi potensi sumberdaya kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
2. Mempelajari dan mengkaji persepsi dan kesiapan para pengelola destinasi dalam pengembangan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
3. Mempelajari dan mengkaji motivasi, persepsi dan kepuasan peserta dalam pengembangan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
4. Mempelajari dan mengkaji persepsi masyarakat dalam pengembangan kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
5. Merancang program kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
6. Merancang *output* berupa media visual dan audio-visual.



Manfaat

Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, penunjang dan pengelola. Manfaat yang diharapkan dari laporan Tugas Akhir (TA) ini, diantaranya:

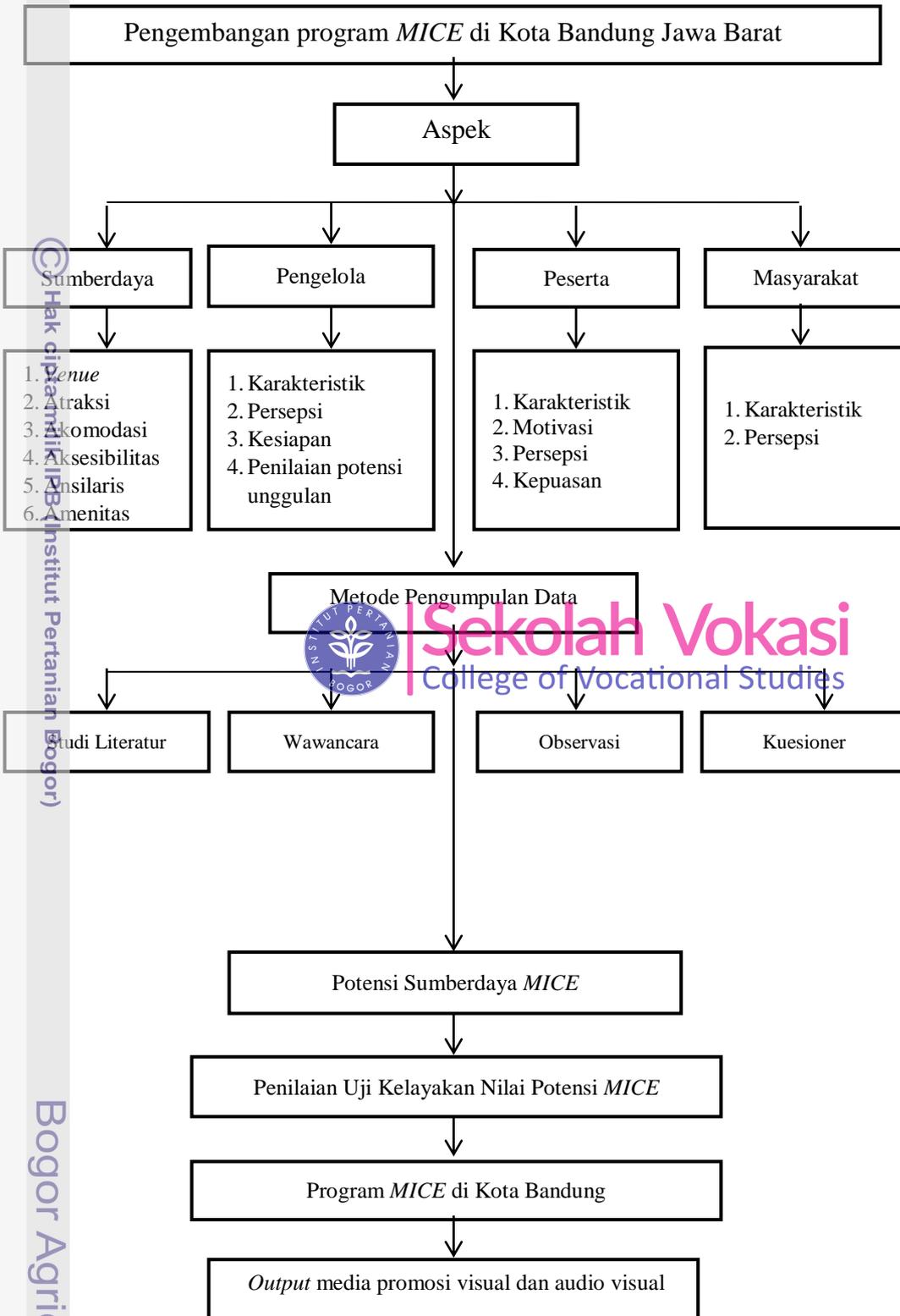
1. Memberikan data dan informasi kepada pembaca mengenai sumberdaya dan potensi kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
2. Memberikan data dan informasi mengenai kegiatan *MICE* di Kota Bandung.
3. Dapat dijadikan sebagai acuan perencanaan dan pengembangan terkait dengan kegiatan *MICE*.
4. Sebagai bahan promosi terkait dengan kegiatan *MICE*.

D. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir “Pengembangan Program *MICE* (*Meeting Incentive Convention Exhibition*) di Kota Bandung Provinsi Jawa Barat” didasarkan atas sumberdaya *MICE*. Sumberdaya *MICE* terdiri dari *venue*, atraksi, akomodasi, aksesibilitas, ansilaris dan amenitas. Variabel tersebut di inventarisir menggunakan metode observasi dan kuesioner. Sumberdaya *MICE* tersebut dapat dikembangkan menjadi suatu pengembangan program *MICE*. Pengembangan program *MICE* tersebut dapat dilakukan dengan bantuan kerjasama antara *stakeholders* terkait. Pengelola memiliki peranan penting dalam pembuatan program *MICE*. Data yang akan diambil berupa karakteristik, persepsi dan kesiapan. Peserta *MICE* dibutuhkan sebagai acuan sudut pandang konsumen atau

pengguna produk *MICE* dalam perancangan program *MICE*. Data yang akan diambil berupa karakteristik, motivasi, persepsi dan kepuasan. Masyarakat sekitar kawasan berperan sebagai faktor pendukung diadakannya kegiatan *MICE*. Data yang diambil berupa karakteristik dan persepsi mengenai kegiatan *MICE* di Kota Bandung.

Kegiatan inventarisasi menghasilkan sumberdaya potensial yang menjadi produk unggulan daerah. Sumberdaya unggulan tersebut dinilai menggunakan tujuh indikator penilaian (Avenzora, 2008) meliputi keunikan, kelangkaan, keindahan, *seasonality*, sensitivitas, aksesibilitas dan fungsi sosial. Berdasarkan penilaian tersebut menghasilkan sebuah konsep perencanaan penyelenggaraan program *MICE* di Kota Bandung. Konsep tersebut terdiri dari program pertemuan, perjalanan intensif, konvensi dan pameran. Konsep tersebut dirancang untuk menghasilkan sebuah *output* desain promosi berupa *booklet* dan video promosi. Pembuatan rancangan desain media promosi harus memperhatikan tiga aspek penting, yaitu jenis media, pendekatan yang dilakukan dan tema yang digunakan. Jenis media yang digunakan adalah *booklet* video promosi atau dokumenter yang ditunjukkan kepada semua kalangan dengan menggunakan gambar yang jelas, tulisan serta warna yang menarik pada setiap kawasan. Tema yang diajukan dalam video promosi atau video dokumenter ini adalah kegiatan *MICE* dan sumberdaya yang sesuai dengan kondisi yang ada pada bagian kerangka berfikir **Gambar 1**.



Gambar 1 Kerangka berfikir
Sumber: Modifikasi pribadi 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

© Hak dipertahankan IPB Institut Pertanian Bogor

Sekolah Vokasi

College of Vocational Studies