



pesona
indonesia



Transformasi Destinasi wisata

MICE

Kabupaten Bone

Andi Hasbi



Event MICE yang diselenggarakan di Indonesia dapat memberikan banyak dampak berupa keuntungan tersendiri bagi kemajuan industri pariwisata Indonesia mengingat terdapat berbagai potensi bisnis yang mendapat keuntungan besar dari Industri MICE, mulai dari percetakan, hotel, perusahaan souvenir, biro perjalanan wisata, transportasi, professional conference organizer (PCO), usaha kecil dan menengah (UKM), gedung pertemuan, sarana dan prasarana infrastruktur, jaringan komunikasi dan berbagai tourist attractions.

Kabupaten Bone sebagai salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang berpotensi sebagai kota MICE karena selain udaranya yang dingin dan sejuk, Kabupaten Bone merupakan salah satu tempat wisata yang animo masyarakatnya tinggi untuk melakukan kegiatan wisata.

Oleh karena itu banyak orang yang melakukan kegiatan MICE ini di daerah Kabupaten Bone tempat wisata dan fasilitas-fasilitas lainnya yang mendukung memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar. Pemerintah Kabupaten Bone dapat berperan aktif dalam memajukan pariwisata dengan cara mempermudah perizinan pendirian hotel, restoran dan fasilitas MICE. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bangunan hotel di Kabupten Bone.



Diterbitkan oleh:
Politeknik Pariwisata Makassar
Jl. Gunung Rinjani, Metro Tanjung Bunga
Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90224



Transformasi Destinasi Wisata MICE Kabupaten Bone

Andi Hasbi

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 28 TAHUN 2014
TENTANG HAK CIPTA**

**PASAL 113
KETENTUAN PIDANA
SANKSI PELANGGARAN**

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).
3. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf a, huruf b, huruf e, dan/atau huruf g untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah).
4. Setiap Orang yang memenuhi unsur sebagaimana dimaksud pada ayat (3) yang dilakukan dalam bentuk pembajakan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 10 (sepuluh) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp4.000.000.000,00 (empat miliar rupiah).

Andi Hasbi

Transformasi Destinasi Wisata MICE Kabupaten Bone

Penerbit



Politeknik Pariwisata Makassar

Transformasi Destinasi Wisata MICE Kabupaten Bone

*Diterbitkan pertama kali dalam bahasa Indonesia
oleh Politeknik Pariwisata Makassar*

ISBN xxx-xxx-xxx-xx-x (cetak)
xxx-xxx-xxx-xx-x (e-book)

xiii + 115 hal; 15,5 x 23 cm
Cetakan Pertama, Januari 2023

copyright © Januari 2022 Politeknik Pariwisata Makassar

Penulis : Andi Hasbi
Penyunting : Muh. Zainuddin Badollahi
Desain Sampul : Hasrul
Layouter : Andi Fatimah Maoudy A. Bakty

Hak Cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini dengan bentuk dan cara apa pun tanpa izin tertulis dari penulis dan penerbit.

Diterbitkan oleh:



Politeknik Pariwisata Makassar

Jl. Gunung Rinjani, Metro Tanjung Bunga Kota Mandiri

Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90224

Telp/Fax +62411 838456

Email: info@poltekpar-makassar.ac.id

PRAKATA PENULIS

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Allah SWT atas berkah dan rahmat-Nya yang telah dilimpahkan-Nya, pada akhirnya kami dapat membuat buku hasil penelitian sesuai dengan jadwal yang ditetapkan. Buku ini mempunyai tujuan untuk memenuhi salah satu kewajiban/tugas dalam tri darma perguruan tinggi dilingkungan akademik Politeknik Pariwisata Makassar. Pada penyusunan buku ini banyak pelajaran dan hikmah baik dari substansi dalam proses buku ini berjudul *Transformasi Destinasi Wisata MICE Kabupaten Bone*.

Menyelidiki langkah-langkah yang dapat membantu mengubah Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi-Selatan menjadi Daerah Destinasi Wisata MICE dan untuk mempromosikan pariwisata budaya dan layanan terkait budaya lainnya. Perkembangan bisnis MICE sangat layak untuk dikembangkan di Kabupaten Bone karena kota ini memiliki berbagai keunggulan, juga dilihat dari fasilitas hotel, gedung pertemuan, sarana dan prasarana transportasi, jaringan telekomunikasi dan ketersediaan berbagai jenis pariwisata, termasuk kuliner dan kerajinan serta rasa aman tinggal di Kabupaten Bone. Strategi yang digunakan Kabupaten Bone dalam pengembangan MICE berbasis sejarah dengan melakukan branding Bone Mabessa, Bone Kota Bersejarah dan menyediakan fasilitas MICE yang didukung dengan wisata alternative bagi wisatawan.

Kami menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang turut serta mensukseskan penyusunan buku ini hingga terbit. Akhir kata, kritik dan saran sangat kami harapkan demi kesempurnaan naskah ini. Semoga bisa memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pariwisata di Indonesia.

Makassar, 01 Januari 2023

Penulis

KATA PENGANTAR

Buku yang berjudul *Transformasi Destinasi Wisata MICE Kabupaten Bone* ini, di samping memberikan deskripsi langkah-langkah yang dapat membantu mengubah Kabupaten Bone Provinsi Sulawesi-Selatan menjadi Daerah Destinasi Wisata MICE dan untuk mempromosikan pariwisata budaya dan layanan terkait budaya. Pendeknya, buku ini menawarkan sebuah deskripsi gabungan antara destinasi wisata MICE dan atraksi sejarah kepada pembacanya.

Buku ini merupakan produk dari laporan hasil penelitian, Kegiatan ini melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata Makassar. Produk seperti ini tidak hanya bermanfaat secara keilmuan, tetapi juga berkontribusi bagi pengembangan wisata, pelestarian budaya, serta peningkatan ekonomi bangsa. Inilah yang membuat kerja sama antara pemerintah daerah itu perlu untuk terus dipupuk dan ditingkatkan.

Pertama, laporan yang dikembangkan menjadi buku ilmiah. Buku yang kini hadir tidak hanya bermanfaat bagi para akademisi, tetapi juga bagi para pengambil kebijakan, masyarakat sipil, masyarakat luas, dan pihak-pihak lain yang memiliki kebutuhan data yang tersedia dalam buku ini. *Kedua*, promosi pariwisata sejarah dan budaya melalui konsep transformasi MICE dapat digunakan oleh dinas pariwisata daerah khususnya di Kabupaten Bone, *Ketiga*, pengembangan promosi wisata MICE yang disusun dengan memperhatikan aspek kekuatan, tantangan, dan potensi yang bisa dikembangkan para pihak di berbagai tempat.

Sebagai Direktur Politeknik Pariwisata Makassar, saya sangat senang ketika para peneliti dari lembaga kami memiliki komitmen dan tanggung jawab dalam menyelesaikan semua tugas dan termasuk mampu memberikan sumbangsih bagi kelembagaan lain. Harapan kami, buku ini dapat menjadi bagian dari produksi

pengetahuan sebagaimana tugas dan visi, serta menjadi bagian tidak terpisahkan dari sebuah dokumen pertimbangan dalam penyusunan kebijakan berupa hasil produk perancangan atau permodelan dilakukan Politeknik Pariwisata Makassar sebagai Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata di bawah naungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif ataupun lembaga-lembaga lain yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan daerah destinasi.

Makassar, 01 Januari 2023

Drs. Muhammad Arifin, M.Pd., CHE
Direktur Politeknik Pariwisata Makassar

KATA PENGANTAR

Buku *Transformasi Destinasi Wisata MICE Kabupaten Bone* merupakan hasil pengembangan dari laporan hasil penelitian, kegiatan ini melalui Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Politeknik Pariwisata Makassar dan tujuan utama penelitian diarahkan untuk memberikan rekomendasi yang tepat bagi Pemerintah dan Industri sehingga dapat mendukung program terkait pengembangan destinasi wisata MICE di Kabupaten Bone yang berkorelasi kuat terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Potensi dasar yang dimiliki oleh daerah Kabupaten Bone ini terdiri dari potensi dasar alami sebagai salah satu demografi tata ruang wilayah terluas di Provinsi Sulawesi Selatan berupa aktifitas sejarah dan budaya masyarakat Bugis yang kental akan adat istiadatnya.

Buku ini berusaha mendeskripsikan dan menganalisis secara mendalam permasalahan, karakter, dan tantangan pengembangan destinasi wisata MICE di Kabupaten Bone dan juga menggambarkan tentang upaya transformasi Ivent berbasis sejarah dan budaya. Implementasi produk dan rekomendasi yang disodorkan juga sangat penting bagi pemerintah khususnya dinas pariwisata Kabupaten Bone sebagai media promosi wisata daerah.

Kami mengapresiasi kerja keras penulis atas penulisan buku ini dan dua *output* lain yang tidak kalah penting.

Makassar, 01 Januari 2023

Drs. Darmayasa, M.Pd

Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
Politeknik Pariwisata Makassar

DAFTAR ISI

Prakata Penulis	vii
Kata Pengantar	viii
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xi
BAB I Pendahuluan.....	1
BAB II Mengenal Konsep MICE.....	12
A. Pengetian Mice.....	12
B. Pemanfaatan Bangunan Sejarah Sebagai Destinasi Wisata	19
C. Wisata Sejarah Di Kabupaten Bone	20
D. Pariwisata	25
BAB III Pengembangan Industri MICE Di Kabupaten Bone	29
A. Pengembangan Industri MICE di Kabupaten Bone	34
a) Atraksi	36
b) Akseibilitas	48
c) Amenitas	51
d) Ancillary Service	57
e) Infrastruktur	57
f) Kualitas Pelayanan dan SDM	64
BAB IV Strategi Pengembangan MICE berbasis Wisata Sejarah di Kabupaten Bone.....	66
A. Penguatan branding Kabupaten Bone sebagai MICE Budaya Bugis dan Heritage..	67
B. Pengembangan Paket Wisata yang d disesuaikan dengan jenis wisata	69
C. Even MICE berskala Lokal, Nasional dan Internasional	75

D. Promosi.....	75
E. Peningkatan SDM MICE	78
BAB V Kegiatan Wisata Sejarah Di Kabupaten Bone..	83
A. Analisis Strategi MICE di Kabupaten Bone..	87
B. Analisis SWOT	99
BAB VI Potensial MICE Di Kabupaten Bone	112
Daftar Pustaka.....	116
Identitas Penulis	119

BAB I

PENDAHULUAN



Pariwisata menjadi sektor industri yang tumbuh cepat di banyak negara, demikian pula bagi negara berkembang seperti Indonesia. Untuk mendapatkan pasar yang lebih luas, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menempatkan pariwisata sebagai visi terdepan, guna menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata bertaraf internasional, berdaya saing tinggi, dan berkelanjutan. Untuk meningkatkan capaian dan kinerja pariwisata, pemerintah mengelola “*Visit Indonesia Year*” dan salah satunya melalui pengelolaan pariwisata MICE. Kenaikan jumlah wisatawan yang mengunjungi Indonesia sehingga perlu dilakukan pembenahan sarana dan prasarana dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Perkembangan MICE (*Meeting, Incentive, Conference and Exhibition*) di Indonesia pada saat ini merupakan sesuatu hal yang sangat menjanjikan bagi industri pariwisata. Indonesia mempunyai potensi yang besar

dalam MICE seperti yang terdapat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 pasal 14 ayat 1 tentang kepariwisataan.

Pengembangan kualitas pariwisata Indonesia diharapkan semakin baik dari tahun ke tahun maka dunia pariwisata tak terlepas dari industri yang berperan penting dalam pelaksanaan dan perkembangan pariwisata. Indonesia adalah negara yang berpotensi dalam pengembangan industri pariwisata, selain alam dan budaya yang menjadi pusat perhatian dunia. Sumber Daya Manusia (SDM) yang mumpuni dalam bidang pariwisata, menjadikan nilai tambah dalam pengembangan industri di Indonesia. Kegiatan MICE selalu melibatkan banyak sektor dan banyak pihak sehingga menimbulkan pengaruh ekonomi ganda yang menguntungkan banyak pihak.

Industri MICE (*Meeting, Incentive travel, Convention, Exhibition*) sebagai destinasi baru pariwisata mulai diperkenalkan pada dekade tahun 80-an dan mengalami perkembangan pesat pada era 90-an didukung oleh kemajuan teknologi informasi dan kemajuan teknologi transportasi. Perkembangan MICE juga adanya kemudahan berkunjung ke negara lain maupun daerah lain. Persaingan di era modern membuat destinasi MICE menjadi sangat bervariasi sesuai karakter dari suatu daerah maupun negara. Seiring dengan banyaknya Organisasi maupun kelompok profesional juga berdampak pada peningkatan penyelenggaraan MICE. Kegiatan MICE merupakan pertemuan antar anggota maupun kelompok yang mewakili suatu organisasi maupun suatu negara. Peningkatan jumlah kunjungan pariwisata dunia, juga meningkat penyelenggaraan MICE menjadi trend dunia. Destinasi MICE merupakan perpaduan antara *leisure* dan *Business* dianggap tahan dari pengaruh krisis ekonomi dibandingkan pariwisata konvensional.

Industri jasa MICE (*Meetings, Incentives, Conventions, Exhibition*) diyakini memiliki peran sentral bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Di banyak negara maju, sektor ini telah menjadi pemacu bagi tumbuh-kembangnya sektor ekonomi lainnya. Berkembangnya industri MICE juga merupakan indikator kuat dari kemajuan perekonomian negara. Karena dengan terselenggaranya sebuah event internasional, dibutuhkan dukungan infrastruktur yang memadai serta SDM yang berkualitas. Sehingga perusahaan Internasional yang ingin membuka cabang kantor di Indonesia tidak perlu khawatir dengan kualitas dan kuantitas tenaga kerja yang ada.

Atas dasar itu, Direktorat MICE Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf /Baparekraf) menetapkan MICE sebagai andalan atau tulang punggung sektor pariwisata.

Seiring dengan pandemi Covid-19, konsep pariwisata massal (*mass tourism*) yang selama ini menjadi andalan untuk mengejar kuantitas wisatawan mulai berubah menjadi pariwisata berkualitas (*quality tourism*). Kualitas yang diharapkan wisatawan ke depan terkait dengan pelayanan, ketersediaan infrastruktur di daerah tujuan wisata, belanja, dan lama tinggal di daerah destinasi wisata. Perubahan itu juga mendukung tatanan normal baru yang lebih mengutamakan interaksi dengan alam dan mementingkan cara menjaga lingkungan pada setiap destinasi wisata. Pariwisata berkualitas memberikan manfaat, tidak hanya bagi ekonomi negara, tetapi juga kemajuan masyarakat di destinasi wisata secara utuh dan berkesinambungan. Selain memberikan dampak pada perekonomian nasional, penyelenggaraan *Meeting Incentive Convention Exhibition (MICE)* pun turut mendongkrak popularitas daerah yang didapuk menjadi tuan rumah even MICE berskala internasional.

Sebagaimana pariwisata secara umum, bisnis MICE kurang menjadi perhatian pemerintah. Lesunya bisnis MICE diakibatkan perubahan berbagai acara pertemuan, insentif, konvensi, dan pameran ke sistem virtual. Pembatasan kerumunan dan peraturan karantina mandiri membuat geliat bisnis MICE layu. Kita berharap melalui pelaksanaan protokol CHSE (*cleanliness, health, safety, environment sustainability*) peluang bisnis MICE di Indonesia kembali menggeliat. Apalagi, selain berkualitas, bisnis MICE ditunjang oleh lokasi yang unik dan menarik.

Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (2018) mengungkapkan ada 7 alasan mengembangkan segmen MICE bagi pariwisata. Pertama, wisatawan bisnis mewakili 15% dari wisatawan dunia. Kedua, dari segi ekonomi, wisatawan bisnis memiliki pengeluaran yang lebih besar daripada wisatawan liburan. Ketiga, mengurangi dampak wisatawan musiman. Wisatawan biasanya memanfaatkan musim liburan seperti bulan Juli sampai agustus dan akhir Desember sampai awal Januari. Dengan MICE maka keadaan ini bisa dibuat lebih baik. Keempat, alternatif kejenuhan. Kelima, pariwisata yang lebih berkualitas. Keenam, bisnis sekaligus berlibur. Ketujuh, promosi skala internasional-influencer

Seiring dengan perkembangan industri MICE, kebutuhan Sumber Daya Manusia yang kompeten di bidang tersebut semakin tinggi. Namun, hingga saat ini belum ada lembaga pendidikan formal yang menawarkan program studi yang terkait dengan kebutuhan tersebut, sehingga pemenuhan kebutuhan SDM diambil alih oleh bidang- bidang lain.

Usaha jasa ini merupakan usaha dengan kegiatan pokok memberikan jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (antara lain; negarawan, usahawan, cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama dan dapat diikuti

dengan kegiatan pameran. Sedangkan kegiatan Incentive (Perjalanan Insentif) adalah kegiatan perjalanan yang dikemas dalam satu paket konvensi dan pameran. Jasa MICE termasuk salah satu dari tujuh usaha jasa pariwisata, yaitu usaha jasa biro perjalanan wisata; usaha jasa agen perjalanan wisata; usaha jasa pramuwisata; usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran; usaha jasa impresariat; usaha jasa konsultan pariwisata; dan usaha jasa informasi pariwisata yang dicetak tebal, itulah usaha jasa MICE.

Industri MICE sejatinya mendukung perkembangan pariwisata suatu daerah dengan pengembangan promosi dan pemasaran terpadu yang berkelanjutan. Sehingga diharapkan hal tersebut bakal berdampak langsung pada *multiplayer effect*, baik dari sisi ekonomi, perdagangan, industry dan pencitraan di kancah nasional maupun internasional. *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE) memiliki peran sentral dalam mengembangkan objek yang diusungnya. Melalui destinasi MICE, beragam peluang untuk kebangkitan usaha kecil dan menengah akan dapat terus berkembang (Murdopo, 2017).

MICE sepatutnya ditargetkan menjadi wisata unggulan. MICE diproyeksikan akan berkembang pesat setelah pandemi berakhir. Dengan begitu, MICE memiliki potensi yang sangat besar untuk mendongkrak ekonomi, khususnya sektor parekraf. Potensi ini terlihat karena wisatawan MICE umumnya memiliki anggaran yang sangat tinggi dalam sekali kedatangan. Hal ini akan membuat perputaran ekonomi di ranah lokal maupun internasional terus hidup.

Pada dasarnya Indonesia memiliki banyak potensi pariwisata dan Sumber Daya Manusia yang bisa dikembangkan untuk dapat menyelenggarakan industri MICE yang modern bahkan Indonesia berpeluang untuk

menjadi “Surga MICE Dunia”, akan tetapi dalam pengembangan industri MICE di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala diantaranya: (1) Masih rendahnya awareness destinasi akan pentingnya MICE dan perlunya dilakukan promosi MICE; (2) Kurangnya database MICE yang online and komprehensif; (3) Masih terbatasnya kemudahan dan fasilitas pendukung kegiatan MICE khususnya aksesibilitas (penerbangan langsung), insentif bagi kegiatan MICE (barang pameran dan souvenir untuk peserta insentif tour masuk dalam kategori impor).

Pariwisata dan MICE sangat erat kaitannya selain dapat menaikkan angka wisatawan mancanegara dan MICE berkembang di dunia usaha Indonesia. Dunia usaha di Indonesia saat ini telah memperlihatkan kemajuan yang menggembirakan terbukti dengan semakin menjamurnya berbagai bentuk badan usaha dalam bidang barang maupun jasa baik skala kecil maupun besar. Di Indonesia bisnis event menjadi salah satu target pengembangan Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif. Event adalah pameran, pertunjukan, atau festival dengan syarat ada penyelenggara, peserta, dan pengunjung. (Kennedy,2009).

Penggunaan fasilitas pariwisata sebagai bagian besar dalam bisnis event seperti banyak event diselenggarakan di tempat-tempat wisata atau di hotel. Perkembangan event bisnis seperti MICE di Indonesia mulai berkembang. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah untuk meningkatkan wisatawan dan industri pariwisata adalah melalui *Meeting, Incentive, Convention and Exhibition* (MICE) (Millah, 2020). Kontribusi wisatawan dalam industri MICE hanya baru 3% dari total kunjungan wisatawan Internasional sehingga potensi pengembangannya masih sangat besar (Adminila, 2019). Pemerintah berusaha mendorong MICE, untuk menjadi alternatif mempromosikan pariwisata Indonesia secara cepat.

Banyak dampak positif dari wisata konvensi atau MICE bagi perekonomian seperti pendapatan, penyerapan tenaga kerja, pendapatan dari bisnis pariwisata, hingga pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal (Swarbrooke and Horner, 2001: 75). Tentunya dampak berganda atau *multiplier effect* dari *event* pariwisata bagi sektor-sektor yang lain, pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi Kabupaten Bone secara keseluruhan. Namun, fenomena pertumbuhan industri pariwisata yang tidak terkendali dan begitu cepat sering kali menimbulkan kekhawatiran akan dampak besar yang akan ditimbulkan. Selain dampak positif yang ditimbulkan, industri MICE disebutkan berpotensi memberi dampak negatif seperti mengancam kualitas sektor ekonomi, sosial, dan lingkungan tempat berlangsungnya kegiatan MICE itu sendiri (Presbury, 2005: 30). Tentunya hal ini dapat menimbulkan resiko keberlanjutan jangka panjang dari pembangunan industri pariwisata suatu negara.

Dampak yang ditimbulkan dari kegiatan MICE salah satunya adalah lingkungan dengan produksi sampah berlebih yang mengarah pada implikasi penggunaan energi dalam jumlah besar (Zamzuri *et.al.*, 2011: 1). Hal ini disebabkan penyelenggaraan kegiatan MICE akan selalu memanfaatkan sumber daya yang cenderung berlebih. Selain dampak lingkungan, kegiatan MICE dapat menciptakan dampak negatif sosial dan budaya, kemacetan lalu-lintas, dan komodifikasi budaya yang mengakibatkan ketidakpuasan wisatawan dan masyarakat sendiri (Presbury, 2005:31). Untuk itu dirasa perlu menggabungkan prinsip *sustainability* dalam penyelenggaraan *event* sebagai bagian dari industri pariwisata.

Pentingnya membidik pengunjung bisnis/MICE seperti dikemukakan oleh Taleb Rifai (Sekjen UNWTO): “*In addition to important business opportunities, the Meetings Industry provides immense*

benefits to the broader economy as it generates on average a higher spending level, reduces seasonality, contributes to the regeneration of destinations, spreads knowledge and enhances innovation and creativity” (UNWTO,2014). Selain pengunjung membelanjakan lebih besar, dapat menutupi pada *low season*, berkontribusi memperbarui destinasi, menyebarkan pengetahuan dan meningkatkan inovasi dan kreativitas. Sebagai bahan perbandingan, pengeluaran pengunjung bisnis/MICE di Thailand 3,5 kali pengunjung *leisure* (Khaul,2016)

Kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan bukan sekedar jalan-jalan biasa. Kebanyakan diantara mereka melakukan perjalanan wisata untuk mengenal dan mempelajari keunikan budaya dari daerah tujuan wisata. Bahkan banyak diantara wisatawan yang rela mengeluarkan dana lebih untuk sekedar menikmati pertunjukan budaya. Indonesia kaya akan situs warisan (*heritage*), karena memiliki potensi besar untuk pariwisata *heritage*.

Pemanfaatan bangunan bersejarah sebagai produk pariwisata merupakan salah satu jalan keluar bangunan-bangunan tersebut dapat terus bertahan dengan semakin banyaknya fasilitas modern di sekelilingnya. Pemanfaatan bangunan bersejarah sebagai daya tarik wisata juga memiliki tantangan yang berat, karena selain harus membawa dampak ekonomi bagi masyarakat juga memerlukan langkah-langkah pelestarian.

Beberapa objek wisata yang akan dikunjungi oleh para konsumen potensial MICE di kabupaten Bone, antara lain; Museum Lapawawoi Karaeng Sigeri, Bola Soba, Bola Subbie, Rumah Jabatan Bupati, Museum Arajang, Situs Manurunge ri Matajang, Goa Mampu

Pentingnya warisan budaya perlu dikembangkan sebagai objek wisata budaya agar memiliki manfaat ganda yang diharapkan mampu meningkatkan devisa negara. Karena keberadaan warisan budaya sudah diatur dalam UU Cagar Budaya No. 11 tahun 2010, maka upaya pengembangan objek wisata harus mengikuti aturan tersebut. Dalam konsep pengembangan warisan budaya terdapat prinsip pelestarian yang tidak dapat diabaikan antara lain karena sifat warisan budaya tidak dapat terbaharui (*non renewable*), tidak dapat dipindahkan (*non movable*), terbatas jumlahnya, dan rapuh (*fragile vulnerable*). Dengan demikian dalam mengembangkan diperlukan kehati-hatian, karena dikhawatirkan ada unsur mengubah atau memperbaharui (Sulistyanto, 2008).

Sebagai pintu gerbang kawasan timur Indonesia, Sulawesi Selatan (Sulsel) bisa dijadikan titik mula berwisata terutama bagi wisatawan MICE dan business. Kabupaten Bone dengan keberadaan Museum Lapawawoi Karaeng Sigeri, Bola Soba, Bola Subbie, Rumah Jabatan Bupati, Museum Arajang, Situs Manurunge ri Matajang, Goa Mampu, menjadi saksi sejarah kejayaan kerajaan Bone sejak abad-16. Wisata sejarah menjadi andalan, namun keelokan pegunungan Kabupaten Bone juga tak bisa diabaikan, tinggal dipromosikan dan diperhatikan sehingga bisa mendatangkan pendapatan yang besar bagi daerah kabupaten Bone sangat memungkinkan dikembangkan menjadi destinasi wisata sejarah berbasis MICE.

Perkembangan Era digital di zaman now saat ini bergerak seiring dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat. Kemajuan teknologi pada era globalisasi menyebabkan persaingan yang semakin kompleks sehingga banyak diselenggarakan forum-forum serta pertemuan baik skala nasional maupun internasional dan merupakan salah satu prospek industri MICE semakin menjanjikan. Industri pariwisata menuntut peran serta masyarakat terutama kalangan muda untuk

mengaplikasikan teknologi dan informasi dalam hal ini pemanfaatan *e-commerce* dalam mendukung kegiatan MICE di Kabupaten Bone. Kabupaten Bone sebagai salah satu dari 24 kota/kabupaten di Sulawesi Selatan yang dicanangkan sebagai kota MICE. Kabupaten Bone tentunya menggunakan strategi dalam merencanakan sebagai kota MICE yang terintegrasi dengan pariwisata. Sumberdaya Manusia MICE saat ini sangat dibutuhkan dalam mendukung wisata MICE di Kabupaten Bone. Perkembangan pariwisata di Kabupaten Bone terutama seperti sekarang ini dikarenakan adanya perkembangan yang cepat pada generasi muda terutama penggunaan internet maupun sosial media, sehingga diperlukan Sumber Daya Manusia yang mengerti mengenai pariwisata MICE. Dengan adanya SDM MICE maka pariwisata MICE yang telah dicanangkan akan berhasil dikemudian hari.

Teknologi informasi yang sedemikian cepat mampu mengintegrasikan antara kebutuhan akan wisata dengan pengguna wisata tersebut secara langsung. Dengan adanya dukungan teknologi dan informasi maka kedepannya pariwisata MICE di Kabupaten Bone akan menjadi salah satu industri yang dapat meningkatkan pendapatan daerah serta mengangkat citra pariwisata khususnya di Kabupaten Bone. SDM MICE yang handal nantinya dapat mendukung pariwisata MICE di Kabupaten Bone. Untuk itu Pembelajaran MICE (*Meeting, Incentive, Conference and Exhibition*).

Walaupun Kabupaten Bone tidak termasuk dalam sepuluh wilayah daerah wisata MICE, namun Kabupaten Bone memiliki potensi yang cukup kompetitif untuk masuk kedalam zona industri ini hal ini terbukti dengan sering dipilihnya Kabupaten Bone sebagai tempat penyelenggaraan event berskala nasional.

Kabupaten Bone dapat menjadi destinasi wisata unggulan MICE di Sulawesi Selatan. Kabupaten Bone sebagai kota dengan pertumbuhan sektor jasa dan perdagangan yang mendominasi perekonomiannya perlu mengembangkan potensi industri jasa MICE. Setiap tahun ada aktivitas industri MICE dan event wisata yang menjadi peluang bisnis yang menguntungkan. Berbagai pertemuan bisnis, seminar dan workshop baik pada level lokal, nasional sering dilakukan di Kabupaten Bone. Selain itu event wisata berskala nasional yang besar mempunyai daya tarik kuat.

Salah satu permasalahan mengapa Kabupaten Bone belum bisa menjadi Kota MICE ialah belum adanya kajian dan analisis potensi pengembangan pariwisata khususnya pariwisata mengenai MICE di Kabupaten Bone, Hal ini memicu peneliti untuk mengkaji potensi Kabupaten Bone sebagai Kota tujuan MICE.

Kabupaten Bone perlu melakukan sebuah pengkajian mengenai potensi secara mikro sebelum memasuki persaingan dalam industri MICE serta dibutuhkan komitmen dan dukungan berbagai stakeholder. Semua event yang berkaitan dengan MICE harus diintegrasikan dan dapat dipetakan serta dipublikasikan secara besar-besaran agar dikunjungi masyarakat lokal, regional, nasional dan internasional, serta berani menarik semua event berskala nasional dan internasional agar dilaksanakan di Kabupaten Bone.

BAB II

Mengenal Konsep MICE

A. Pengertian Mice

Yoeti (2000) berpendapat bahwa MICE adalah rangkaian kegiatan, yaitu pengusaha dan profesional yang berkumpul di suatu tempat yang dikondisikan oleh seperangkat masalah, diskusi, dan kepentingan bersama. Menurut CIC (2011), Konferensi adalah elemen ketiga dari tur MICE yang dapat didefinisikan sebagai pertemuan partisipatif yang dirancang terutama untuk tujuan diskusi, mencari dan berbagi informasi, pemecahan masalah dan konsultasi. Konferensi biasanya memiliki batas waktu dan memiliki tujuan tertentu. Konferensi serupa dengan rapat di mana acara konferensi melibatkan 10 orang atau lebih selama minimal empat jam per hari atau lebih dan kegiatan konferensi diadakan di luar perusahaan itu sendiri.

Pengertian Kepariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata,

Kepariwisata adalah “Berbagai jenis kegiatan pariwisata dan didukung oleh fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Menurut *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO), pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan dari suatu daerah tujuan di luar lingkungan sehari-hari. Menurut beberapa pengertian tersebut, pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang pada waktu tertentu dari suatu tempat ke tempat lain dengan melakukan perencanaan sebelumnya untuk tujuan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan mereka. Pariwisata juga dapat didefinisikan sebagai perjalanan dari satu tempat ke tempat lain untuk rekreasi dan kembali ke tempat itu.

a) Akronim MICE

MICE, Merupakan akronim bahasa Inggris yang berasal dari kata "*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*" (Indonesia: Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran), dalam industri pariwisata atau pameran, adalah suatu jenis kegiatan pariwisata yang merupakan suatu kelompok besar, biasanya direncanakan dengan matang, berangkat bersama untuk suatu tujuan tertentu.

b) Defenisi MICE

Pengertian *MICE* Menurut Pendit (1999:25), *MICE* diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan : usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa cendekiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Sedangkan menurut Kesrul (2004:3),

MICE sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk *meetings*, *incentive travels*, *conventions*, *congresses*, *conference* dan *exhibition*.

c) Bentuk MICE

Bentuk *MICE* anantara lain:

1) *Meeting*,

Meeting adalah istilah bahasa Inggris yang berarti rapat, pertemuan atau persidangan. *Meeting* merupakan suatu kegiatan yang termasuk di dalam *MICE*. Menurut Kesrul (2004:8), *Meeting* Suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebar luaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan. Menurut Kesrul (2004:3), "*Meeting* adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business*, biasanya melibatkan orang secara bersama-sama".

2) *Incentive*

Undang-undang No.9 tahun 1990 yang dikutip oleh Pendit (1999:27), Menjelaskan bahwa perjalanan insentif

merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Kesrul (2004:18), bahwa *incentive* merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau barang.

3) *Conference*,

Menurut (Pendit,1999:29), Istilah *conference* diterjemahkan dengan konferensi dalam bahasa Indonesia yang mengandung pengertian sama. Dalam prakteknya, arti *meeting* sama saja dengan *conference*, maka secara teknis akronim *mice* sesungguhnya adalah istilah yang memudahkan orang mengingatnya bahwa kegiatan- kegiatan yang dimaksud sebagai perencanaan, pelaksanaan dan penyelenggaraan sebuah *meeting, incentive, conference* dan *exhibition*. Pada hakekatnya merupakan sarana yang sekaligus adalah produk paket-paket wisata yang siap dipasarkan. Kegiatan-kegiatan ini dalam industri pariwisata dikelompokkan dalam satu kategori, yaitu *MICE*.

Menurut Kesrul, (2004 :7), *Conference* atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata karena, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat

umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.

4) *Exhibition*,

Exhibition berarti pameran, dalam kaitannya dengan industry pariwisata, pameran termasuk dalam bisnis wisata konvensi. Hal ini diatur dalam Surat Keputusan Menparpostel RI Nomor KM. 108/HM.703/MPPT-91, Bab I, Pasal 1c, yang dikutip oleh Pendit (1999:34) yang berbunyi; “Pameran merupakan suatu kegiatan untuk menyebar luaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata”.

Menurut Kesrul (2004:16), *exhibition* adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda.

d) Karakteristik MICE

Pijakan awal dari pengembangan sebuah industri adalah memahami karakteristik industri tersebut. Karakteristik yang dimaksud disini adalah kondisi terkini dari industry tersebut, terkait dengan jumlah perusahaan, kinerja masing-masing perusahaan, hubungan antar perusahaan dan jejaring bisnisnya, kondisi pasar dan persaingan antar perusahaan (Gan dan Frederick, 2011). Berdasarkan hal ini DiPietro et

al., (2008) menyarankan dalam perencanaan pengembangan industri jasa MICE perlu dikembangkan terlebih dulu sebuah kriteria seleksi.

Lee dan Fenich (2016) mengemukakan bahwa dalam industri MICE faktor-faktor yang terkait dengan karakteristik konsumen serta perilaku mereka akan memberikan gambaran tentang potensi ekonomi dari industri ini. Pearlman dan Mollere (2009) menunjukkan dalam studi mereka bahwa konsumen di dalam industri MICE melakukan evaluasi dari pilihan-pilihan mereka terhadap tujuan dan event yang menjadi inti dari MICE tersebut. Mc Cartney (2008) secara umum menjelaskan bahwa kejelasan dan integrasi konsep MICE memudahkan proses evaluasi industri MICE.

Wisatawan MICE memiliki karakteristik yang berbeda dengan wisatawan leisure yang dapat dilihat dari,

- 1) Jumlah peserta MICE umumnya cukup besar
- 2) Status tingkatan golongan dari peserta menengah ke atas (*businessman*).
- 3) Biaya yang digunakan pada umumnya besar baik biaya yang ditanggung peserta ataupun penyelenggara.
- 4) Menciptakan lapangan kerja baru dan menyerap tenaga kerja yang cukup besar.
- 5) Sebagai media promosi yang efektif.
- 6) Kesempatan dilakukan pada kondisi musim sepi (*low season*), mengingat pada musim ramai (*high season*) peserta dihadapkan pada bisnisnya sendiri.
- 7) Membuka dan menciptakan tujuan wisata menjadi pusat bisnis.

8) Peserta hampir dipastikan membawa sponsor

Pengembangan industri atau bisnis pariwisata MICE perlu memahami kembali persyaratan bisnis sebagaimana tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 14 ayat 1 tentang kepariwisataan, yaitu: daya tarik wisata, kawasan wisata, jasa transportasi, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyediaan akomodasi, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi, penyelenggaraan pertemuan, insentif informasi perjalanan, konferensi dan pameran, jasa pariwisata, jasa konsultasi pariwisata, jasa pramutamu, tirta pariwisata dan spa. Karena itu aspek hukum-hukum harus dipenuhi untuk mengembangkan pariwisata MICE di Indonesia. Untuk menambah atau memodifikasi pilihan lokasi pelaksanaan MICE di Indonesia serta untuk meningkatkan pendapatan dan pembangunan, pemerintah telah mengidentifikasi 10 kota besar dan 3 kota tujuan MICE potensial di Indonesia. 10 kota utama tersebut adalah Medan, Padang/Bukit Tinggi, Batam, Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Makassar, dan Manado. Tiga kota potensial itu adalah Palembang, Lombok, dan Balikpapan. Namun perkembangan Industri MICE tidak hanya di kota-kota tersebut tetapi seluruh kota di Indonesia. Peran pemerintah daerah sangat penting dalam pengembangan industri MICE. Dengan pesatnya perkembangan di bidang perhotelan saat ini, secara umum setiap ibu kota provinsi di Indonesia mampu menyelenggarakan kegiatan MICE dalam skala nasional bahkan internasional.

Fasilitas bandara besar yang dimiliki oleh Indonesia juga menjadi perhatian utama pemerintah untuk dikembangkan sebagai negara yang semakin modern dan bertaraf internasional demi kenyamanan penumpang domestik dan mancanegara. Berdasarkan informasi yang dilansir dari website PT. Angkasa Pura I dan II terdapat bahwa Indonesia memiliki fasilitas bandara kelas

internasional sebanyak 30 bandara yang tersebar diseluruh Indonesia. Tentunya dengan adanya bandara yang berkelas dapat mencerminkan bahwa Indonesia memang serius untuk menjadi negara penyedia layanan transportasi wisata terbaik di dunia.

Dampak adanya kegiatan MICE ini menurut Indrajaya (2015) merupakan rangkaian ekonomi yang dapat menjadi sangat berantai, menguntungkan, dan dapat dirasakan oleh banyak pihak, alasan inilah yang menjadikan tingkat pertumbuhan para pengusaha penyelenggara MICE bermunculan sehingga industri MICE dianggap sebagai industri masa kini yang banyak diminati oleh para pelaku bisnis, industri pariwisata menjadi bagian public relations untuk Indonesia melalui informasi-informasi yang disebarkan oleh wisatawan mancanegara itulah kondisi Indonesia yang sesungguhnya dapat disebar luaskan kepada dunia internasional sehingga hal ini akan menunjang komunikasi bisnis dan politik Indonesia yang sedang dibangun secara intensif oleh pemerintah di dunia Internasional.

B. Pemanfaatan Bangunan Sejarah Sebagai Destinasi Wisata

Para wisatawan, baik mancanegara maupun nusantara, umumnya sangat terkesan dengan keseluruhan dari pemandangan yang ada, barang-barang bersejarah yang ditemukan di kawasan wisata, pancaran aura yang terpancar dari lingkungan sekitar, kegiatan atau kebiasaan rutinitas yang masih dipraktekkan, keunikan dari suatu kawasan, atau pada fakta bahwa suatu kunjungan wisata memerlukan waktu yang lebih lama. Daftar dan peringkat ketertarikan wisatawan pada suatu monumen berbeda dengan kepentingan arkeologi dan hal tersebut sangat dipengaruhi oleh cara monumen tersebut dipresentasikan, termasuk di

dalamnya rekonstruksi, cara-cara interpretasi dan interaksi monumen tersebut dengan sejarahnya.

Hall dan Arthur dalam Zakaria & Suprihardjo (2014) membagi cultural heritage ke dalam beberapa tipe yaitu artefacts, buildings, site (*collection of building, artifact, and/or site of historical event*), townscape, dan lanscape. Menurut UU No. 5 tahun 1992 tentang benda cagar budaya menerangkan bahwa bangunan bersejarah atau kuno adalah benda buatan manusia, bergerak atau tidak bergerak yang merupakan kesatuan atau kelompok, atau bagian-bagian atau sia-sia, yang berumur sekurang-kurangnya 50 tahun, atau mewakili masa gaya yang khas dan mewakili masa gaya sekurang-kurangnya 50 tahun, serta dianggap mempunyai nilai penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan, dan kebudayaan; benda alam yang dianggap mempunyai nilai-nilai sangat penting bagi sejarah, ilmu pengetahuan dan kebudayaan.

Maryani & Logayah (2014) berpendapat adapun produk wisata budaya yang terdiri dari atraksi dan benda peninggalan. Seperti arkeologi, sejarah dan situs budaya, pola kebudayaan yang memiliki ciri khas, seni dan kerajinan tangan, kegiatan ekonomi yang menjadi daya tarik wisatawan, daerah perkotaan yang menarik, festival budaya serta museum dan fasilitas pendukung budaya lainnya.

C. Wisata Sejarah Di Kabupaten Bone

Bone merupakan sebuah kabupaten yang berada di Provinsi Sulawesi Selatan, kabupaten ini terletak di sebelah utara Kota Makassar yang memiliki potensi alam. Dengan potensi alam yang ada di Kabupaten Bone sehingga membawanya menjadi salah satu destinasi wisata baik internasional maupun domestik.

Pemandangan alam yang ada di Kabupaten Bone seperti pegunungan, pantai, dan lain-lain, menjadikan kabupaten Bone kaya akan objek wisata alam yang dapat memuaskan hasrat dan mata pengunjung sekaligus menjadi pengalaman wisata alam yang tak terlupakan. Di kabupaten bone memiliki beberapa tempat wisata yang paling indah dan direkomendasikan untuk di datangi.

Berikut destinasi wisata sejarah yang dapat didatangi di Kabupaten Bone

- 1) Museum Lapawawoi Karaeng Sigeri, Museum Lapawawoi merupakan bangunan tempat tinggal Raja Bone XXXII Andi Mappanyukki, bangunan ini berfungsi sebagai tempat pusat aktifitas pemerintahan dan perjuangan membela kemerdekaan Republik Indonesia yang beralokasi di Pusat Watampone.
- 2) Bola Soba, Saoraja Petta PonggawaE atau dikenal adalah rumah adat tempat tinggal Panglima Perang Kerajaan Bone “Andi Abdul Hamid Baso Pangilingi Petta PonggawaE dimasa pemerintahan Raja Bone XXXI Lapawawoi Karaeng Sigeri. Setelah Kerajaan Bone dibawah kekuasaan Belanda, rumah ini dijadikan sebagai penginapan para tamu (sahabat) dan kalangan penguasa ketika itu yang beralkasi di pusat Kota Watampone.
- 3) Bola Subbie, Bangunan ini merupakan rumah tempat tinggal To Marilaleng, yaitu Kepala adat Tujuh yang mempunyai tugas sebagai penyambung aspirasi keputusan adat tujuh kepada Mangkau (Raja), begitupula sebaliknya. Rumah ini diukir dengan corak ukiran khas bone, dalam masa-masa selanjutnya dikenal dengan sebutan Bola

Subbie yang menurut sejarahnya pernah dikunjungi pertama kali oleh Presiden Pertama RI untuk bersilaturahmi dengan rakyat Bone, yakni pada masa setelah terjadi penyerahan kedaulatan RI Tanggal 27 Desember 1949 yang beralokasi di Pusat Kota Watampone.

- 4) Rumah Jabatan Bupati, Pada abad XIX bangunan ini merupakan Istana Raja Bone setelah kemerdekaan RI tercapai, kemudian tempat ini dijadikan rumah jabatan Bupati sejak Bupati Bone pertama hingga Bupati Bone sekarang yang beralokasi dipusat Kota Wtampone.
- 5) Museum Arajang, Bangunannya terdapat dibagian kanan rumah jabatan rumah jabatan Bupati Bone merupakan tempat penyimpanan benda-benda pusaka Kerajaan Bone yang terdiri dari: (1). Payung Pulaweng, dimana pusaka ini terbuat dari emas sebagai tanda persaudaraan dari Raja Pariaman kepada raja Bone XV Latenri Tatta Arung Palakka, (2). Keris Lamakkawa, dimana pusaka ini merupakan pusaka kerajaan pada abad XVI ketika itu rajanya adalah Raja Bone XV Arung Palakka digunakan sebagai salah satu senjata dalam menghadapi setiap peperangan, (3). Pedang (Alameng) Latea Ri Duni Merupakan pusaka pada masa kerajaan Arung Palakka pada abad XVI yang sering digunakan dalam menghadapi perang dan (4). Salempang Kerajaan (Sempang Pulaweng) pusaka ini merupakan Salempang Emas yang memperlihatkan seuntai padi menunjukkan pertanda jiwa Sang Raja akan selalu bersatu dengan rakyatnya. Salempang pusaka ini dipakaikan dalam setiap pelantikan Raja-Raja

Bone. Keempat pusaka ini, merupakan syarat perlengkapan utama dalam setiap pelantikan Raja-raja di tanah Bone sebagaimana dijelaskan dalam Lontara “Na Iya Tanranna MangkauE Ri Bone, Iyana Ritu Tappiengngi Lamakkawa, Nappaduangi Latea Ri Duni, Nakketeningi Lasalaga, Mappangara Ri Lacaloko, Nappajungi Pajung PulawengE”, yang berarti adapaun yang menjadi tanda Mangkau (Raja) ialah yang memakai Lamakkawa dan Latea Ri Duni, bertongkat dengan tombak La Salaga, megambil sawah La Caloko erta dipayungi payung Emas. Beberapa penginggalan emas pusaka kerajaan Bone yang tersimpan di museum ArajangE adalah tombak dan “Petta MakkaccaE” (Potongan Rambut Arung Palakka)”.

- 6) Situs Manurunge ri Matajang, Bangunan ini menunjukkan tempat berwalnya bentuk pemimpin kerajan dengan kedudukan sebagai Mangkau (Raja) Pertama di tanah Bone pada abad XIII Tahun 1330. Penujukan dan penetapan sebagai Mangkau (Raja) bukan atas dasar keturunan tetapi melalui suatu peristiwa. Peristiwa pertama dimana kehidupan masyarakat dalam peristiwa tidak menentu baik arah dan tujuannya, sehingga diperlukan seorang yang mampu menata kembali kehidupan yang serba carut marut. Dalam keadaan demikian muncullah perisiwa kedua yakni kemunculan seseorang yang kehadirannya dianggap titisan dari langit (To Manurung) dan menampakkan ssok pribadi yang memiliki kepribadian yang tinggi, beribawa, mempunyai kecerdasan, keberanian dan jiwa kepemimpinan yang muMpuni (Matta SilompoE), sehingga atas kehendak,

keinginan dan keyakinan masyarakat ditunjukkan Ia sebagai Seorang Mangkau (Raja) melalui sebuah bentuk konteks perjanjian antara To Manurung dengan rakyat banyak yang mewakili oleh masing-masing kepala perwakilan (Matoa) (Hasbi & Badollahi, 2019:22-23).

- 7) Goa Mampu, Goa Mampu yang terletak Sekitar 35 KM sebelah utara kota Watampone Kab. Bone di desa cabbeng dengan jumlah penduduk 1384 jiwa dari 3 dusun. Di desa ini terdapat sebuah gua yang luas, bahkan gua ini adalah gua terluas di Sulawesi Selatan, Luasnya sekitar 2000 meter persegi yang terletak di desa Cabbeng Kecamatan Dua Boccoe, yang dapat ditempuh dengan perjalanan darat antara 60 - 90 menit dengan kondisi infrastruktur jalan yang cukup memadai. Goa Mampu berada di lereng Gunung Mampu dengan ketinggian 250 m dari permukaan laut. Bila di lihat dari jauh, Gunung mampu menyerupai sebuah kapal dengan kondisi terbalik. Di salah satu sisi puncak gunung Mampu terdapat lobang (Gua vertical) yang tembus dengan langit-langit gua Mampu. Legenda tentang goa mampu, juga tercatat dalam buku Lontara Bugis. Yang menceritakan mengenai kisah sebuah perkampungan yang mendapat kutukan dan seluruhnya telah berubah menjadi batu. Namun meski demikian, hingga kini belum ada pelurusan sejarah tentang legenda goa mampu ini, sehingga menimbulkan banyak versi yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Salah satu versi menyebutkan, jika pada zaman dahulu tempat tersebut merupakan

daerah “kerajaan mampu”. Kutukan berawal ketika putri raja sedang menenun seorang diri di teras rumah panggungnya. Namun, Karena rasa ngantuk, alat tenun atau yang disebut “walida” milik sang putri terjatuh ke tanah.

D. Pariwisata

Apabila ditinjau secara etimologi (Yoeti, 2002) istilah pariwisata sendiri berasal dari bahasa sansakerta yang memiliki persamaan makna dengan tour, yang berarti berputar – putar dari suatu tempat ke tempat lain. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa kata “pariwisata” terdiri dari dua suku kata yaitu “pari” dan “wisata”. “Pari” berarti banyak, berkali – kali, berputar – putar, lengkap dan “Wisata” berarti perjalanan, bepergian.

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah hingga Pemerintah Daerah (Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan).

Pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau libur dan tujuan lainnya (Meyers, 2009).

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (Undang-Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan).

Menurut undang-undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata pengertian daya tarik adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Berdasarkan pengertian tersebut, bahwa potensi daya tarik wisata diartikan sebagai segala sumber daya alam, budaya dan buatan manusia yang seluruhnya dapat berpotensi untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata (Pujaasawa & Ariana, 2015).

Potensi dan daya tarik wisata adalah salah satu yang menjadi faktor utama dalam pengembangan pariwisata. Pendit (2002) menerangkan bahwa potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat disebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi atraksi wisata yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya.

menurut pendapat Yoeti (2002) Daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti: atraksi alam (landscape, pemandangan laut, pantai, iklim dan fitur geografis lain dari tujuan), daya tarik budaya (sejarah dan cerita rakyat, agama, seni dan acara khusus, festival), atraksi sosial (cara hidup, populasi penduduk, bahasa, peluang untuk pertemuan sosial), dan daya tarik bangunan (bangunan, arsitektur bersejarah dan modern, monumen, taman, kebun, marina).

Pengertian daya tarik wisata menurut Undang-undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab I, pasal 5, juga mengemukakan pengertian dari daya tarik wisata yaitu daya tarik wisata” adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Sementara dalam Bab I,

pasal 10, disebutkan kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.


Sedangkan menurut Cooper terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah daya tarik wisata yaitu: (1) Pertama, atraksi (attractions), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukkan; (2) Kedua, aksesibilitas (accessibilities), seperti transportasi lokal dan adanya terminal; (3) Ketiga, amenitas atau fasilitas (amenities), seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan; (4) Keempat, ancillary services yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti organisasi manajemen pemasaran wisata (Cooper, 2005) Kemudian Yoeti (2002) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (attraction), mudah dicapai (accessibility), dan fasilitas (amenities).

Menurut Middleton (2001) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yaitu produk wisata dianggap sebagai campuran dari tiga komponen utama daya tarik, fasilitas ditempat tujuan dan aksesibilitas tujuan, yaitu: Pertama, atraksi: elemen-elemen didalam suatu atraksi wisata yang secara luas menentukan pilihan konsumen dan mempengaruhi motivasi calon-calon pembeli diantaranya: atraksi wisata alam (meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya), atraksi wisata buatan/binaan manusia (meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus

dan daerah yang bertema), atraksi wisata budaya, (meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni, teater musik, tari dan pertunjukkan lain, museum dan beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval), atraksi wisata sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial. Kedua, amenitas/fasilitas: terdapat unsur-unsur didalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi didalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi: akomodasi (hotel, desa wisata, apartement, villa, caravan, hostel, guest house), restoran, transportasi (taksi, bus, penyewaan sepeda dan alat ski diatraksi yang bersalju), aktivitas (sekolah ski, sekolah berlayar dan klub golf), fasilitas-fasilitas lain (pusatpusat bahasa dan kursus keterampilan), retail outlet (toko, agen perjalanan, souvenir, produsen camping), pelayanan-pelayanan lain (salon 14 kecantikan, pelayanan informasi, penyewaan perlengkapan dan kebijaksanaan pariwisata). Ketiga, aksesibilitas: elemen-elemen ini adalah yang mempengaruhi biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang akan menempuh suatu atraksi, seperti infrastruktur, Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, perlengkapan (ukuran, kecepatan, jangkauan dari sarana transportasi umum), faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan, peraturan pemerintah yang meliputi pengawasan terhadap pelaksanaan peraturan transportasi.

Bab III

Pengembangan Industri MICE Di Kabupaten Bone



Daerah Kabupaten Bone merupakan salah satu Kabupaten yang terdapat Di Propinsi Sulawesi Selatan, Secara geografis Kabupaten Bone merupakan sebuah daerah yang lokasinya berada pada pesisir bagian timur Provinsi Sulawesi-Selatan dengan ibukota kecamatan yaitu Watampone yang memiliki luas wilayah mencapai 4.559 km² atau 7,3 % total luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Kab. Bone berada pada posisi 4°13'-5°06' LS dan diantara 119°42'-120°40' BT yang garis

pantainya memanjang 138 km dengan bentangan dari selatan ke utara. Keadaan tanahnya yang subur, terutama di daerah-daerah yang terletak dibagian pesisiran umumnya adalah tanah datar, seperti daerah Barebbo, Tanete Riattang, Mare, Tonra, Salomekko, dan sebagian lagi daerahnya datar dan berawa-rawa.

Kabupaten Bone secara geografis berbatasan dengan Kabupaten Wajo disebelah utara dengan sungai Cenrana sebagai batasnya, disebelah timur terletak Teluk Bone, di sebelah selatan dengan sungai tangka dan tanah-tanah pemerintahan yang terdapat diantara Gunung Katanorang, Bowoloangi dan Bontonuli, batas ini adalah batas yang ditetapkan pada tahun 1860 setelah perang Bone selesai. Di sebelah barat dengan Tabete, Mario, Soppeng, sungai Walannae, dan Danau Tempe.

Wilayah Kabupaten Bone boleh dikatakan tidak memiliki gunung-gunung yang tinggi. Sungai yang paling penting adalah Sungai Walannae berhulu di Gunung Bawakaraeng, mengalir ke bagian tenggara Kabupaten Bone dan mengalir di dataran Bengo, dan daerah Soppeng. Beberapa bagian alirannya mengalir di daerah Lamuru, berlanjut ke daerah-daerah Mario riwawo dan Mario riawa dan akhirnya bersatu dengan Sungai Cenrana di sebelah Timur Danau Tempe Kabupaten Wajo. Jalur utama aliran sungai ini dari selatan ke utara Sungai Cenrana berhulu di Gunung Latimojong, di perbatasan Luwu dan Toraja.

Wilayah ini masuk dalam kategori daerah beriklim sedang. Kelembaban udara yang dimiliki berkisar antara 74%-86% dengan temperatur berkisar 24,7 C-28,7 C. Pada Bulan April-September, angin yang bertiup ke timur akan membawa hujan. Sebaliknya pada periode Oktober-Maret Angin Barat yang bertiup dan saat itulah akan datang musim kemarau di Kabupaten Bone.

Bagian timur Kabupaten Bone mempunyai karakteristik pesisir membuat Bone memiliki garis pantai yang memanjang 138 km dari arah selatan ke bagian utara. Bagian barat serta bagian selatan didominasi pegunungan serta perbukitan yang celahnya terdapat aliran sungai. Di tahun 2016 Kabupaten Bone tercatat dialiri oleh 194 buah sungai yang kemudian dimanfaatkan untuk kebutuhan pertanian. Sungai yang terpanjang di Kabupaten Bone yaitu Sungai Walanae yang memiliki hulu di Kec. Bontocani, mengalir melewati Kab. Soppeng sampai ke Danau Tempe di Kab. Wajo, kemudian alirannya lagi masuk ke Kabupaten Bone hingga muaranya terletak di Teluk Bone. Panjang sungai walanae bahkan mencapai 60 km dan itupun khusus hanya yang mengalir di wilayah Kabupaten Bone.

Secara Demografis Penduduk Kabupaten Bone pada tahun 2021 sebanyak 806.750 jiwa dengan banyak laki-laki 394.195 jiwa dan Wanita sebanyak 412.591 jiwa. Jumlah Kepala Keluarga sebanyak 245.338 KK. Rata-rata anggota keluarga sebesar 3,63 jiwa. Jumlah penduduk paling banyak terdapat pada tiga kecamatan, yakni Kecamatan Tanate Riattang 52.476 jiwa, disusul Kecamatan Tanete Riattang Barat 51.218 jiwa, kemudian Kecamatan Tanete Riattang Timur 46.702 jiwa. Kemudian jumlah populasi penduduk paling kecil terdapat di Kec. Ponre sebesar 15.229 jiwa dan Kecamatan Tonra sebesar 15.230 jiwa. Tellu Limpoe hanya sebesar 16.320 jiwa. Data rinci terkait hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut ini :

Tabel 1 Jumlah Penduduk Kabupaten Bone Tahun 2022

No.	Nama Kecamatan	Jumlah penduduk/jiwa
1.	Bontocani	17.909
2.	Kahu	40.805
3.	Kajuara	36.957

4.	Salomekko	16.732
5.	Tonra	15.230
6.	Patimpeng	18.289
7.	Libureng	32.077
8.	Mare	29.067
9.	Sibulue	35.533
10.	Cina	28.614
11.	Barebbo	30.021
12.	Ponre	15.229
13.	Lappariaja	27.242
14.	Lamuru	26.328
15.	Tellu Limpoe	16.230
16.	Bengo	27.061
17.	Ulaweng	27.061
18.	Palakka	25.792
19.	Awangpone	34.165
20.	Tellu Siattinge	46.122
21.	Amali	21.229
22.	Ajangale	28.549
23.	Dua Boccoe	33.329
24.	Cenrana	26.784
25.	Tanete Riattang Barat	51.218
26.	Tanete Riattang	52.476
27.	Tanete Riattang Timur	46.705
	Total	806.750

Sumber: BPS Kabupaten Bone dalam angka tahun 2022, hlm 52.

Masyarakat Kabupaten Bone mayoritas penduduknya memeluk Agama Islam dan merupakan islam yang taat yang ditandai dengan kehidupan masyarakatnya yang religious. Keadaan ini juga ditunjukkan dari banyaknya tempat ibadah dan Kantor Pendidikan Agama Islam. Meski demikian, gereja juga terdapat diwilayah kota Watampone. Kemudian ada juga

Wihara yang terdapat di Bagian Ibukota sehingga Kabupaten Bone dapat dikatakan harmonis karena dapat berbaur dengan Agama yang minoritas.

Secara garis besar mata pencaharian Kabupaten Bone meliputi kebun dan sawah maka pada umumnya matapencaharian sebagai petani, dan selebihnya menjadi seorang nelayan. Mata pencaharian lain yang diminati orang bugis bone adalah pedagang. Selain itu masyarakat bone mengisi birokrasi pemerintahan dan menekuni bidang pendidikan.

Kabupaten Bone memiliki potensi besar pada sector pertanian khususnya pertanian tanaman pangan. Panaman pangan terdiri dari padi dan palawijaya yaitu padi, kacangtanah, kedelai, ubi jalar, dan ubi kayu.

Dalam kalangan masyarakat bone, system kekerabatan yang dianut adalah *ADE' Asseajingeng*. System ini menyatakan peranannya dalam hal pencarian jodoh atau perkawinan untuk membentuk keluarga baru. Dalam penarikan garis keturunan mereka berpedoman kepada prinsip Bilateral, artinya hubungan seseorang dengan kerabat pihak ayah dan pihak kerabat ibu sama erat dan pentingnya. Penggolongan kerabat (*seajing*) dikalangan masyarakat bone dibedakan antara "*Rappe*" atau kerabat sedarah (*consagunity*) dan "*sumpung lolo*" atau pertalian kerabat karena perkawinan (*Affinity*). Kerabat itu di bedakan pula atas kerabat dekat (*seajing marappe*) dan kerabat jauh (*seajing mabela*).

Dari berbagai referensi bahwa sebelum mengenal agama Islam masyarakat bugis sudah mempunyai suatu kepercayaan dan menyebut Tuhan dengan sebutan *Dewata Seuwae* yang bermakna Tuhan kita satu. Bahasa yang digunakan untuk menyebut nama Tuhanitu menunjukkan bahwa orang bugis kususnya daerah bone memiliki kepercayaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa.

Menurut Mattulada religi orang bugis masa pra-Islam seperti tergambar dalam sure' La Galigo sejak awal telah memiliki suatu kepercayaan kepada suatu Dewa (Tuhan) yang Tunggal yang disebut dengan beberapa nama yakni; Patotoe (dia yang menentukan nasib), Dewata Seuwae (dia yang menentukan nasib), to-palonroe (sang pencipta) dll.

Kepercayaan orang bugis bone kepada *Dewata* dan *Patotoe* sampai sekarang ini masih ada saja bekas dalam bentuk tradisi dan upacara adat Kedua kepercayaan tersebut mempunyai konsep tentang alam semesta yang di yakini oleh masyarakat pendukungnya terdiri atas tiga dunia yaitu dunia atas (*boting langi*), dunia tengah (*lino atau ale kawa*) yang di diami manusia dan dunia bawah (*peretiwi*). Tiap-tiap dunia mempunyai penghuni masing-masing yang satu sama lain saling mempengaruhi dan pengaruh itu berakibat pula terhadap kelangsungan hidup manusia.

A. Pengembangan Industri MICE di Kabupaten Bone

MICE sendiri merupakan aktivitas pariwisata yang lebih bersentuhan dengan aktivitas bisnis. Pada tahun 2014, sesuai peringkat yang dikeluarkan oleh ICCA (*International Congress and Convention Association*) untuk zona Asia Pasifik, Indonesia menempati peringkat ke 12 dari 26. Ini menunjukkan bahwa sektor MICE sesungguhnya masih berpeluang besar untuk dikembangkan di Indonesia. Terlebih lagi saat ini kegiatan MICE dunia sebesar 60% nya dilakukan di kawasan Asia Pasifik.

Sektor MICE merupakan indikator kuat perkembangan ekonomi suatu bangsa, penyelenggaraan sebuah event internasional membutuhkan perangkat keras infrastruktur fisik, dan perangkat lunak SDM yang ahli dan mentalitas pelayanan kelas utama. Dukungan infrastruktur dengan kualitas yang bagus menjadi hal yang sangat

penting diantaranya akses udara, jalan atau rel kereta api, convention center dengan kualitas bagus, hotel antara bintang tiga hingga bintang lima, destinasi yang atraktif dan memiliki nilai tambah, pemasaran yang baik, dan professional conference organizer (PCO) lokal yang ahli di bidangnya.

Melalui destinasi MICE, beragam peluang untuk kebangkitan usaha kecil dan menengah akan dapat terus berkembang. Berbagai daerah telah menyediakan sarana dan prasarana dalam mendukung tumbuhnya industri MICE, selain itu berbagai cara untuk mempromosikan daerahnya sebagai daerah tujuan MICE juga terus dilakukan. Pengembangan promosi dan pemasaran terpadu berkelanjutan dapat menarik para konsumen MICE baik dari dalam maupun luar negeri. Sebagai industri yang memiliki karakter multiplayer 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.

Prospek MICE Indonesia di tahun mendatang akan semakin membaik. Trend meeting industry dunia tetap positif dengan kegiatan terbanyak dilakukan oleh bidang medis (ICCA, International Congress and Convention Association). Trend kegiatan MICE domestik juga menunjukkan perkembangan yang menggembirakan, tidak saja dilakukan oleh para pelaku bisnis, asosiasi dan dunia pendidikan, tapi juga dari pemerintah dan partai-partai politik, baik skala nasional dan internasional. Hal ini juga bisa dilihat semakin banyaknya permintaan dukungan dari berbagai pihak kepada Pemerintah, mulai dari kegiatan bidding, promosi, delegate boosting, site visit dan memperkaya program pada saat suatu event MICE diselenggarakan.

Berbagai langkah strategis dalam pembangunan MICE di Indonesia antara lain dengan Pendekatan Co-Marketing dengan para pelaku industri. Pendekatan Komunitas, yaitu mendukung penyelenggaraan kegiatan yang dilakukan oleh berbagai komunitas. Memanfaatkan prominent persons/public figures sebagai 'Ambassador' untuk mempromosikan MICE dan pariwisata Indonesia

a) Atraksi

Kabupaten Bone merupakan salah satu kerajaan terbesar di Provinsi Sulawesi Selatan. Kejayaan kerajaan Bone dapat dilihat dari banyaknya tinggalan sejarah yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Kabupaten Bone sendiri memiliki tempat wisata sejarah adapun daftar nama-nama dan tempat serta potensi pariwisata Kabupaten Bone yang memiliki nilai sejarah, mitos dan berbagai keunikan antarlain;

- 1) Museum Lapawawoi, Museum ini berada di kecamatan Tanete Riattang, dengan jumlah tenaga kerja 2 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 126 wisatawan nusantara dan 4 wisatawan mancanegara.
- 2) Bola Soba, Bola Soba berada di kecamatan Tanete Riattang, dengan jumlah tenaga kerja 3 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 203 wisatawan nusantara dan 5 wisatawan mancanegara. Namun pada hari Sabtu 20 Maret 2021, salah satu Ikon Bone ini habis dilalap si jago merah.
- 3) Bukit Manurunge, Bukit ini berada di kecamatan Tanete Riattang, ri Matajang dengan jumlah tenaga kerja 1 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 41 wisatawan nusantara.

- 4) Tanah Bangkalae, Tanag Bangkalae berada di kecamatan Tanete Riattang, dengan jumlah tenaga kerja 1 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 52 wisatawan nusantara dan 2 wisatawan mancanegara.
- 5) Kompleks Makam, Makam ini berada di kecamatan Tanete Riattang Kalokkoe dengan jumlah tenaga kerja 1 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 24 wisatawan nusantara.
- 6) Tempat Manurunge, Tempat ini beradadi kecamatan Tanete Riattang ri Toro Timur.
- 7) Bubung Tello, Bubung/sumur ini berada di kecamatan Tanete Riattang.
- 8) Masjid Tua, Mesjid ini berada di kecamatan Tanete Riattang.
- 9) Kompleks Makam Laebbata, Makam ini berada di kecamatan Tanete Riattang.
- 10) Makam La Ummasa, Makam ini berada di kecamatan Tanete Riattang Panre Bessi
- 11) Kuburan Petta Bettae, Kuburan ini berada di kecamatan Tanete Riattang Barat, dengan jumlah tenaga kerja 1 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret 2007 telah dikunjungi oleh 11 wisatawan nusantara
- 12) Sungai Jeppe'e, Sungai ini berada di kecamatan Tanete Riattang Barat..
- 13) Bubung Paranie, Bubung/sumur ini berada di desa Lemo Ape kecamatan Palakka.
- 14) Komp. Makam, Makam ini berada di desa Matuju kecamatan Ponggawae Awangpone
- 15) Bubung Assingireng, Bubung/sumur ini berada di desa Unra kecamatan Awangpone.
- 16) Makam Petta Makkarame, Makam berada di desa Manera kecamatan Salomekko.

- 17) Makam Lapatau Matanna Tikka, Makam ini berada di desa Nagauleng kecamatan. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 452 wisatawan nusantara.
- 18) Makam Lauleo Boto'e, Makam ini berada di desa Itterung kecamatan Tellu Siattinge.
- 19) Tugu Malamung patu, Tugu ini berada di desa Telle kecamatan Ajangale
- 20) Makam Raja-Raja Lamuru, Makam ini berada di desa Lalebata kecamatan Lamuru. Dengan jumlah tenaga kerja 1 orang. Pada tahun 2007 Januari-Maret telah dikunjungi oleh 257 wisatawan nusantara dan 4 wisatawan mancanegara
- 21) Makam Datu Salomekko, Musium ini berada di desa Balange kecamatan Salomekko

Untuk MICE di Kabupaten Bone masih perlu dioptimalkan karena masih banyak atraksi lain yang bisa ditawarkan kepada wisatawan MICE hanya belum mengetahui salah satu contoh atraksi wisata budaya. Sehingga perlu adanya kerjasama antara pemerintah Kabupaten Bone dengan pengelola tempat wisata di Kabupaten Bone dalam pengembangan objek wisata tersebut.

Kabupaten Bone sebagai Kota Budaya Bugis yang menjunjung tinggi adat istiadat serta keberagaman seni budaya menjadi ciri khas dari Kabupaten Bone. Pertunjukan seni dan budaya merupakan atraksi yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Bone. Kabupaten Bone memiliki kalender even budaya yang diselenggarakan dalam periode satu tahun. Even budaya memiliki daya panggil yang sangat besar untuk mendatangkan wisatawan berkunjung ke Kabupaten Bone.

Penyelenggaraan berbagai jenis katagori kegiatan wista MICE di Kabupaten Bone berupa *mega sport event; incentive, conference, exhibition (MICE); mega entertaintment; event* (live music event yang menjadi trend di dunia saat ini), festival dan lainnya.

Tabel 2 Data Penyelenggara MICE di Kabupaten Bone

No.	Bulan	Acara	Jml penyelenggara	Peserta
1.	Maret	Festival inovasi Daerah Kabupaten Bone	1	100
2.	April	Culture Festival Bone Mabessa	2	1.890
3.	April	Festival Katinting	2	165
4.	April	Matompang Arajang	1	300
5.	Oktober	Festival Tonra	2	632
6.	November	Festival Sempugi	3	5.962
7.	Juni	BISAFEST	2	310
8.	Juli	Festival Olahraga Inklusif	1	240

Sumber: hasil obeservasi dan wawancara dilapangan

Pada dasarnya semua kegiatan pariwisata akan sangat baik apabila didukung oleh masyarakat sekitar. Masyarakat dimana event itu diselenggarakan harus terlibat secara aktif. Artinya mereka tidak hanya kita libatkan tetapi lebih pada

tingkat pemenuhan kebutuhan mereka. Untuk itu penting bagi kita untuk membuat event yang mengakar pada kearifan lokal. Banyak contoh kegiatan kepariwisataan yang tidak berlanjut karena kurang mendapatkan dukungan masyarakat lokal. Suatu kegiatan yang sifatnya pesanan dari sang penguasa. Disinilah pentingnya dapat dilihat event event di Kabupaten Bone ini secara arif dan bijaksana.

Event yang tidak ada sangkut pautnya dengan tingkat kebutuhan masyarakat, atau sedikit multifier efeknya, tentu cepat atau lambat akan ditinggalkan oleh masyarakat. Intinya semua kegiatan haruslah mengakar pada apa yang kita punya, menginduk pada potensi kita. Dan, jangan membuat suatu kegiatan-event berdasarkan pada keinginan saja, tanpa melihat akar permasalahannya.

Meihat calendef of Event Tahun 2022 yang telah dilakukan oleh Dinas kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone yang dimaksud lebih memfokuskan pada daya tarik wisata alam pantai, yang terkait dengan pariwisata sejarah, seni dan budaya. Hal ini dikarenakan para wisatawan berkunjungnya ke obyek-obyek yang mengandung nilai kesejarahan, seni dan budaya.

Tabel 3 Mice Event Lokal Kabupate Bone

No.	Event	Deskripsi	Waktu
1.	Festival inovasi Daerah Kabupaten Bone	Produk-produk inovasi yang dapat dikembangkan dalam dunia kewirausahaan pada akhirnya akan bermuara pada peningkatan	Maret

		kesejahteraan masyarakat.	
2.	Culture Festival Bone Mabessa	Hari jadi Kabupaten Bone	April
3.	Festival Katinting	“Katinting” adalah jenis perahu nelayan yang menggunakan mesin sebagai tenaga penggerak. Untuk memperingati suatu perayaan besar biasanya masyarakat pesisir mengadakan lomba perahu katinting dengan menghias perahunya serta mengadu kelihaiannya dalam mengendarai kapal, dengan diiringi oleh bunyi-bunyian serta sorak sorai penonton.	april
4.	Matompang Arajang	Mattompang atau Mappedacing berarti menyucikan. Arajang bermakna benda atau sekumpulan benda pusaka nan sakral peninggalan kerajaan Bone. Upacara sakral ini	April

		<p>sejatinya rutin setiap tahun dilaksanakan. Upacara adat sakral tersebut merupakan menyucikan benda-benda pusaka kerajaan Bone yang disebut Mappedacing Arajang atau dalam istilah Pangadereng RILANGIRI dan secara khusus disebut MASSOSSORO ARAJANG (mattompang). Mattaompang Arajang atau Massossoro Arajang Pertama kali dilaksanakan, yaitu setiap sang raja telah menggunakan pusaka-pusaka tersebut, maka sang raja menyuruh para pembantunya untuk membersihkan atau menyucikannya kembali. Dari situlah dilakukan secara turun temurun hingga sekarang ini.</p>	
--	--	--	--

5.	Festival Tonra	Event tahunan sebagai media promosi wisata dikawasan wisata puncak kelorta	Oktober
6.	Festival Sempugi	Festival Sempugi (Serumpun Bugis). Festival yang menampilkan pagelaran seni budaya ini akan diikuti beberapa Kabupaten yang ada di Sulsel di antaranya Kabupaten Bulukumba, Maros, Soppeng, Wajo, Sidrap, dan Bone. pagelaran ini menjadi sarana ekspresi seniman dan budayawan dalam rangka pemajuan budaya Bugis sebagai bagian dari budaya Indonesia. Beberapa kegiatan yang akan dipentaskan di antaranya pementasan lagu Bugis, Makkacapi, orasi Bugis, pementasan tari Beppa-beppa, tari	November

		Mappareja-reja, tari Pajaga Welado, Barazanji Tradisional, Massure, dan pentasan lainnya.	
7.	BISAFEST	Festival ini berlangsung atas kerjasama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), DPR RI Komisi X dan Dinas Pariwisata Kabupaten Bone. tujuan dari Kegiatan ini yaitu meningkatkan pemberdayaan pelaku parekraf yang produktif untuk meningkatkan kualitas ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif dalam rangka mendukung dan menunjang pengembangan parekraf yang kreatif dan berkelanjutan. Diharapkan pula agar seni tari dan	Juni

		<p>musik tradisional Bone dapat dikemas menjadi daya tarik dan atraksi menarik, sehingga menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung dan mampu menyokong perkembangan pariwisata secara nasional.</p>	
8.	<p>Festival Olahraga Inklusif</p>	<p>Festival olahraga untuk penyandang Disabilitas. Tujuannya memperkenalkan pendidikan inklusif dimasyarakat Kecamatan Palakka dan Ulaweng, juga menumbuh kembangkan kepudilian terhadap para penyandang disabilitas. kegiatan ini merupakan upaya besar dalam memberikan kesempatan kepada anak-anak berkebutuhan khusus. Mereka tampil</p>	<p>Juli</p>

		menunjukkan bakatnya dan menjadikan bangga orangtuanya serta menunjukkan jika semuanya punya potensi, anak-anaknya bisa punya kemampuan	
--	--	---	--

Sumber: olahan data dari hasil obeservasi lapangan dan wawancara

Dinas Pariwisata Kabupaten Bone mengupayakan peningkatan kuantitas dan kualitas Pariwisata melalui sektor industri Konvensi. Hal ini diperlukan sebagai upaya pengembangan dan kreatifitas pada sebuah pelayanan jasa dan sarana prasaran fasilitas *Exhibition and Convention Venue* yang mampu memenuhi kebutuhan MICE tetap bertumpu pada standar konvensi internasional secara umum. Beberapa aspek penentu yang dimiliki Kabupaten Bone sebagai pilihan untuk penyelenggaraan MICE (*Meeting, Incentive, Conference dan Exhibition*).

Kecenderungan/tren yang berkembang sekarang adalah "venue yang terintegrasi" yakni dalam satu venue bisa melayani kebutuhan meeting dan konvensi sekaligus pameran. Permasalahan yang timbul jika Pusat wisata MICE dibangun atau direncanakan di daerah perkotaan/downtown dihadapkan pada persoalan ketersediaan lahan sangat terbatas, hubungan kedekatan antar bangunan fungsi yang sejenis, kebisingan lingkungan sekitar. Faktor eksternal yang tidak mendukung seperti halnya kebisingan, keterbatasan lahan, yang ada di Kabupaten Bone.

Potensi Kabupaten Bone yang dapat ditampilkan baik dari segi budaya, Seni, keindahan alam panorama dan tempat wisata situs bersejarah. Tentu dengan melihat sarana MICE Kabupaten Bone yang sudah ada selama ini kecenderungan berada pada CBD/daerah kawasan perkotaan/downtown. Sehingga Untuk mengantisipasi frekuensi lonjakan kegiatan event MICE yang tinggi dibutuhkan sebuah wadah yang mampu mengakomodasi kegiatan MICE melalui sebuah pengembangan rencana perancangan sebuah tempat baru yang mampu mewadahi aktivitas dan kegiatan pariwisata MICE.

Arah pembangunan kawasan tersebut ke depan adalah menciptakan keseimbangan pertumbuhan antar wilayah dengan penciptaan pusat pertumbuhan baru dan terpadu selain di kawasan Kabupaten Bone. Dalam rangka mencapai sasaran yang dikemukakan tersebut di atas, maka perlunya sebuah kebijaksanaan arah pembangunan pengembangan rencana perancangan sebuah tempat baru yang mampu mewadahi aktifitas dan kegiatan pariwisata MICE adalah Lokasi yang dibangun dipilih di tempat yang masih memiliki terdapat lahan kosong yang luas dan letaknya strategis dan kecenderungannya ada pada pinggiran kota (Resort). Merujuk Dokumen Rencana Tata Ruang Wilayah/RTRW Kabupaten Bone menyatakan bahwa Arah Strategi dan Program Pengelolaan Ruang kawasan Bisnis dan Wisata berada di wilayah Prambanan dengan tata guna lahan kawasan katagori Wisata Konservasi budaya dan lansekap wisata sejarah.

Kabupaten Bone sendiri telah memiliki kalender tahunan selama satu tahun (dapat dilihat pada lampiran) dengan berbagai jenis acara mulai dari konser musik, pagelaran seni sampai acara adat

yang masih kokoh dipegang teguh oleh Kabupaten Bone.

Keberadaan dari variasi destinasi wisata dan atraksi budaya menjadikan daya tarik bagi pengunjung untuk menikmati suasana selama singgah di Kabupaten Bone. Beberapa destinasi wisata dan atraksi budaya dimiliki oleh Kabupaten Bone.

Perbedaan Kabupaten Bone dengan kota lainnya juga sangat menentukan dalam kesiapan Kabupaten Bone menjadi kota MICE. Kabupaten Bone terkenal sebagai Kabupaten terbesar kedua di Sulawesi Selatan, memiliki infrastruktur yang cukup mendukung bagi industri MICE, serta tempat wisata kuliner dan tempat belanja yang beraneka ragam. Selain itu Kabupaten Bone juga memiliki bangunan-bangunan lama yang menjadi tempat wisata sejarah. Ini menjadikan Kabupaten Bone memiliki perbedaan dengan kota lainnya. Kebutuhan utama Kabupaten Bone untuk menjadi kota MICE adalah tersedianya venue MICE yang berukuran lebih besar dari yang tersedia sekarang, serta tersedianya SDM yang mencukupi

b) Akseibilitas

Untuk akseibilitas ketersediaan transportasi lokal, regional, dan internasional harus tersedia dengan mudah. Akses yang mudah, nyaman, aman dan ramah akan memberikan kepuasan bagi para wisatawan dan akan mendatangkan loyalitas sehingga pada saatnya akan datang ke Kabupaten Bone kembali

Akseibilitas yang mudah menuju Kabupaten bone Hanya berjarak 4 jam dari ibu kota Provinsi

Sulawesi Selatan. Dilihat dari keterjangkauan, Kabupaten Semarang memiliki aksesibilitas yang cukup baik. Hal ini didukung dari posisinya yang strategis dalam kawasan BOSOWA (Bone, Soppeng dan Wajo). Lokasinya yang strategis bisa dijangkau dari segala arah melalui jalan darat dari daerah sekitarnya, seperti Maros, Soppeng, Camba. Akses transportasi udara dapat dicapai dari Bandara Hasanuddin di Kota Makassar yang berjarak sekitar 176 Km dari Kabupaten Bone. Akses transportasi darat dapat dicapai dari terminal Malangkeri di daerah perbatasan kabupaten Goa dan Makassar dan terminal daya di Kota Makassar, serta kendaraan pribadi yang mudah jangkauannya, terutama dengan adanya jalan tol baru di daerah Camba Kabupaten Maros.

Aksesibilitas menuju Kabupaten Bone baik dari dalam negeri maupun luar negeri dapat menggunakan akses penerbangan melalui Bandara Sultan Hasanuddin Makassar. Frekuensi penerbangan ke Makassar bisa dikatakan sangat mudah karena berbagai jenis penerbangan baik dari dalam maupun luar negeri semuanya memiliki rute menuju Makassar. Sedangkan akses menggunakan bus antar kota dapat digunakan oleh wisatawan nasional menuju Kabupaten Bone. Untuk jadwal penerbangan dan bus antar kota sangat fleksibel guna memperlancar kegiatan MICE di Kabupaten Bone. Hambatan yang tidak dapat diakses hanya di Kabupaten Bone pasti akan menyebabkan kemacetan hingga mengganggu aktivitas MICE itu sendiri. Dapat dikatakan bahwa aksesibilitas menuju Kabupaten Bone sangat mudah dicapai dari dalam negeri maupun luar negeri sehingga Kabupaten Bone dapat dijadikan sebagai alternatif destinasi MICE di Sulawesi Selatan.

Kabupaten Bone pun menyediakan Resturant dan café untuk para masyarakat pada umumnya dan juga untuk para wisatawan yang datang. Tetapi masih belum ada restaurant yang khusus untuk menanganai dan dibuat sengaja untuk penikmat wisata sejarah karena peminatnya yang begitusedikit. Dan tidak banyak pula restaurant yang berdekatan dengan kawasan atau bangunan heritage tersebut. Dengan kondisi seperti ini, dari hasil wawancara dengan wisatawan dapat dibuatnya café atau restaurant yang bertemakan heritage dan ada disekitar bangunan heritage untuk memudahkan wisatawan menikmati makanan tersebut dan dengan adanya kegiatan wisata masyarakat pun akan merasakan dampak dari kegiatan tersebut dengan membuka café atau restoran disekitar gedung-gedung heritage.

Kabupaten Bone yang terkenal dengan wisata sejarah dengan situs-situs bangunan kuno yang masih dilestarikan serta berbagai wisata sejarah dan sentra industri songko recca, merupakan obyek wisata legendaris yang banyak diminati peserta MICE yang berasal dari daerah lain dan luar negeri, sebagai kota metropolitan, maka Kabupaten Bone haruslah memiliki sarana transportasi yang mendukung seluruh aktifitas masyarakat, termasuk dalam pelaksanaan event MICE. Adapun sarana transportasi umum dalam Kabupaten Bone adalah bus dan minibus.

Hal ini wajar karena pelaku MICE pada umumnya berasal dari level ekonomi menengah keatas yang tentunya mengutamakan kenyamanan jika harus menggunakan angkutan kota. Namun ini juga menandakan bahwa angkutan umum massal seperti bus belumlah nyaman digunakan oleh pelaku MICE maupun wisatawan. Ini tentunya harus

menjadi bahan kajian bagi pemerintah Kabupaten Bone dalam melengkapi fasilitas angkutan umum dalam kota.

c) Amenitas

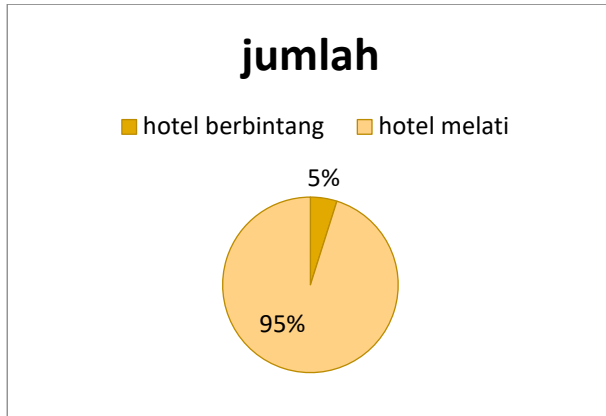
Fasilitas yang dimiliki Kabupaten Bone dapat dikatakan memiliki kriteria karakteristik destinasi MICE untuk mendorong kegiatan pertemuan dengan fasilitas lingkungan dan citra destinasi yang baik, selain itu Kabupaten Bone dapat dikatakan belum memiliki kriteria karakteristik destinasi MICE. Untuk mendukung kegiatan Insentif karena setidaknya ODTW (Objek Tujuan Wisata) yang dapat menjadi Sorotan tentang insentif perjalanan. Kabupaten Bone dapat dikatakan memiliki kriteria karakteristik destinasi MICE untuk mendukung kegiatan konferensi dengan fasilitas pertemuan yang dimiliki sudah mendukung menjadikan Kabupaten Bone sebagai penyelenggara konferensi dengan fasilitas pendukung seperti ketersediaan *money changer*, sistem informasi, fasilitas transportasi, dan lain-lain.

Sarana akomodasi di Provinsi Sulawesi Selatan tidak mengalami perkembangan yang begitu cepat. Jenis akomodasi yang ada berupa Hotel dan penginapan. Untuk sarana akomodasi (penginapan) yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan lebih jelasnya sebagaimana pada tabel dibawah ini. Sedangkan apabila dilihat daripada kelengkapan akomodasi yang bertaraf internasional sudah tersedia, dimana dapat memberikan gambaran bahwa suatu kawasan wisata sudah mengalami perkembangan. Dengan demikian, dalam pengembangan obyek-obyek wisata yang ada di Provinsi Sulawesi Selatan dapat berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan dan berdampak terhadap tingkat hunian kamar,

sehingga berdampak terhadap tingkat kebutuhan akan sarana hotel maupun penginapan. Lamanya menginap didasarkan pada tujuan kedatangan para tamu ke suatu daerah. Kedatangan tamu di Provinsi Sulawesi Selatan, masih sangat rendah dibandingkan dengan daerah-daerah lain dimana kegiatan kepariwisataan sudah berkembang dengan baik.

Asosiasi pariwisata di Sulsel kembali mendorong wisata MICE (*Meetings, incentives, conferencing, exhibitions*) bergerak. Wisata MICE diyakini bisa membangkitkan kembali pariwisata. Sebagai upaya, asosiasi pariwisata di Sulsel telah membentuk Makassar MICE Tourism Board (MMTB). Pendirian MMTB dibuat untuk menggerakkan industri wisata MICE pasca pandemi Covid-19. Dasar pendirian MMTB karena Sulsel merupakan salah satu dari 14 Kota tujuan MICE di Indonesia. Dimana market utamanya adalah Kabupaten Bone sebagai destinasi wisata MICE yang mana kurang lebih 70 persen domestik bahkan Internasional melihat sebagai potensi wisata MICE. Sebagai pintu gerbang kawasan timur Indonesia, Sulawesi Selatan (Sulsel) bisa dijadikan titik mula berwisata terutama bagi wisatawan MICE dan business.

Berdasarkan data PHRI Bone, saat ini terdapat 41 hotel, di mana 2 hotel berbintang dan 39 Hotel Melati. Maraknya bisnis hotel ini juga menjadi indikator pengembangan kepariwisataan di suatu kota, yakni tersedianya fasilitas akomodasi, termasuk hotel.



Adapun hotel berbintang di Kabupten Bone antarlain;

- 1) Hotel Novena beralamat di Jalan Jendral Ahmad Yani No. 25 Watampone, Tanete Riattang, Bone
- 2) Helios Hotel and Convention beralamat di Jalan Langsung No 88, Watampone, Tanete Riattang Barat, Bone
- 3) Grand Nur Boutique Hotel Watampone berlamat di Jalan Langsung No 88, Watampone, Tanete Riattang Barat, Bone
- 4) Hotel Wisata jalan Jend.Sudirman No. 14 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang, Kelurahan Manurunge Kabupaten Bone, memiliki kamar 33 dan tempat tidur 62 adapun fasilitas yang disediakan antarlain Kamar ber AC, Kamar ber TV, Freezer/Mini Bar, Air Mandi, Panas dan Dingin, Tempat Penitipan Barang, Kolam Renang, Meeting room, Restoran, Wifi, Saluran Komunikasi Internal dan Eksternal, Binatu.

- 5) Hotel Arta, jalan Jenderal Ahmad Yani No. 36 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Barat Kelurahan Macanang Kabupaten Bone. Memiliki kamar sebanyak 21 dengan 34 tempat tidur dan dilengkapi dengan fasilitas Kamar ber AC, Kamar ber TV, Freezer/Mini Bar, Air Mandi Panas dan Dingin, Meeting room, Wifi, Karaoke.
- 6) Hotel Sarlim, Jalan Dr. Wahididn Sudiro Husodo No.17 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Barat Kelurahan Macanang Kabupaten Bone. Terdiri dari 41 kamar dan 59 tempat tidur. Disertai dengan fasilitas seperti Kamar ber AC, Kamar ber TV, Air Mandi Panas dan Dingin, Meeting room, Wifi.
- 7) Hotel Mario Pulawa, Jalan Kawerang No. 16 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Kelurahan Manurunge Kabupaten Bone. Terdapat 10 kamar dan 15 tempat tidur dilengkapi dengan Kamar ber AC, Kamar ber TV, Air Mandi Panas dan Dingin.
- 8) Hotel Tirta Kencana, Jalan Kajaolaliddong No. 63 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Barat Kelurahan Jeppee Kabupaten Bone. Terdiri dari 21 kamar dan 37 tempat tidur dengan fasilitas Kamar ber AC, Kamar ber TV, Freezer/Mini Bar, Air Mandi Panas dan Dingin, Tempat Penitipan Barang, Meeting room
- 9) Hotel Cempaka, Jalan Jenderal Sudirman No. 60 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Kelurahan Manurunge Kabupaten Bone. Fasilitas yang ditawarkan Kamar ber AC, Kamar ber TV, Meeting room, Wifi. Terdapat 29 kamar dan 58 tempat tidur.

- 10) Wisma Rennuta, Jalan Latenritatta No. 52 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Kelurahan Manurunge Kabupaten Bone. 14 kamar 39 tempat tidur adapun fasilitas yang ditawarkan Kamar ber AC, Kamar ber TV, Meeting room
- 11) Hotel Fadhil beralamat di Jalan Mesjid No. 1 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Kelurahan Bukaka Kabupaten Bone. Terdapat 10 kamar dengan 20 tempat tidur dan dilengkapi dengan fasilitas Kamar ber AC, Kamar ber TV, Meeting room, Wifi
- 12) Pondok Ratu Diba beralamat di Jalan Lapatau No. 12 Watampone, Kecamatan Tanete Riattang Kelurahan Manurunge Kabupaten Bone. Memiliki 9 kamar dan 19 tempat tidur, fasilitas yang ditawarkan antarlain Kamar ber AC, Kamar ber TV, Tempat Penitipan Barang, Meeting room.

Selain fasilitas Hotel, di Kabupaten Bone Juga terdapat gedung yang sangat cocok untuk digunakan sebagai tempat Conction seperti gedung pemuda, gedung serba guna marauleng dan gedung PKK Kabupaten Bone.

Kabupaten Bone telah memiliki fasilitas MICE berupa hotel bintang 4+ (empat+), bintang 3 (tiga) & bintang 2 sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Selain hotel, Kabupaten Bone juga memiliki mall yang bisa dijadikan sebagai tempat kegiatan pameran. Salah satu contoh kegiatan pameran yang diadakan di Bone Trade Center adalah pameran UKM kerjasama antara Bone Trade Center dengan Pemerintah Kabupaten Bone dengan tujuan untuk meningkatkan UKM dan mendukung

kegiatan MICE di Kabupaten Bone. Sedangkan untuk restoran atau kafe banyak terdapat di Kabupaten Bone dan fasilitas penunjang lainnya seperti money charge, rumah sakit, bank, ATM, dll. Kondisi Kabupaten Bone sendiri kini lebih tertata rapi dan bersih, menambah daya tarik wisatawan MICE, dan citra Kabupaten Bone sendiri kini layak menjadi kota MICE karena memiliki berbagai aspek untuk menyelenggarakan kegiatan MICE.

Tidaklah mengherankan apabila okupansi hotel di Kabupaten Bone senantiasa tinggi. Bahkan Kabupaten Bone kini masih menghadapi kendala kekurangan jumlah kamar. Untuk memenuhi kebutuhan kamar tersebut, pemerintah kota akan membuka peluang sebesar-besarnya terhadap calon investor, baik dalam negeri maupun luar negeri, yang ingin menanamkan modalnya di sektor perhotelan.

Ketersediaan fasilitas penunjang MICE yang ada di Kabupaten Bone terdiri dari Rumah sakit, Kantor Polisi, terminal, pelabuhan, shopping mall, money changer, bank dan tourist information center serta ballroom.

Wisata heritage ini tergolong kedalam wisata minat khusus, dimana wisatawan yang berminat dengan wisata ini adalah wisatawan yang menyukai sejarah, budaya dan menyukai arsitektur bangunan pada jaman dulu dan juga wisatawan yang memiliki kepentingan seperti untuk menambah nilai edukasi pada saat wisata ini berlangsung. Dalam komponen amenities ini terdapat fasilitas-fasilitas pendukung untuk kegiatan wisata heritage di Kabupaten Bone. Terdapat fasilitas akomodasi seperti hotel, motel dan penginapan lain. Adapun fasilitas restoran atau tempat makan dan minum.

d) Ancillary Service

Potensi wisata heritage yang ada di Kabupaten Bone. sekarang ini telah berjalan dengan adanya bantuan dari pemerintah secara resmi. Pengelola wisata heritage di Kabupaten Bone dipegang oleh komunitas heritage yang dibina oleh Dispar Kabupaten Bone. Dengan adanya bangunan, nilai budaya yang dimiliki oleh Kabupaten Bone dapat dimanfaatkan sebagai wisata heritage.

Pemerintah sudah membuat kajian pemetaan mengenai gedung mana saja yang dapat dikunjungi untuk kepentingan wisata heritage, tetapi belum adanya realisasi aksi dari pemerintah untuk mewujudkan perencanaan yang telah dibuat. Belum ada pihak lain selain pemerintah dan komunitas yang mengelola, belum adanya dukungan dari Pokdarwis atau kompepar di Kabupaten Bone.

Dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Bone. diperlukan juga *ancillary* atau terkait keberadaan organisasi dan kelembagaan pengelola destinasi wisata, saat ini guide lokal dan agen wisata masih dalam jumlah terbatas. Hal tersebut juga belum

didukung dengan penguasaan bahasa asing menjadi salah satu kekurangan terkait pengembangan wisata. Organisasi kemasyarakatan yang berfokus pada aktivitas pariwisata juga belum terbentuk. Pengelolaan pariwisata di Kabupaten Bone. secara umum dikelola oleh Pemerintah Daerah, dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Bone.

e) Infrastruktur

Kebijakan yang mendorong investasi di bidang MICE yaitu UU no 5 tahun 1992 pasal 19:1.

Pariwisata sebagai prioritas strategi pengembangan nasional-daerah, menuntut kebersamaan stakeholder untuk membentuk gabungan industri kepariwisataan. Kebijakan pendorong investasi di bidang MICE sudah ada seperti Perda No. 3 Tahun 2005 dan Perda No 2 tahun 2010 namun belum terlaksana dengan lancar. Menggerakkan pengembangan transportasi terintegrasi yang mempermudah akses ke kawasan MICE di destinasi yang ditetapkan. Pengembangan transportasi terintegrasi yang mendukung industri MICE belum tertata dengan baik, belum terpelihara dengan baik, belum ada peta transportasi yang lengkap dan belum disosialisasikan kepada setiap pelaku industri MICE. Selama ini masing-masing penyelenggara membuat peta sendiri. Belum ada koordinasi yang baik.

Perbaikan infrastruktur dinilai mampu menciptakan akses yang mudah bagi para wisatawan domestik dan mancanegara sebagai sarana mendukung mobilitas mereka, serta untuk memenuhi kebutuhan domestik. Menurut penulis, perwujudan perbaikan infrastruktur ini merupakan hal yang penting, karena merupakan aspek pertama yang sangat berpengaruh terhadap kemajuan kepariwisataan di Kota Batam. Bentuk perbaikan infrastruktur yang dilakukan adalah dengan membenahi pelabuhan laut, pelabuhan kargo dan Bandar udara yang ada, peningkatan jumlah hotel yang tersedia serta kemudahan akses bagi wisatawan.

Infrastruktur di Kabupaten Bone dibangun secara besar-besaran saat persiapan event *Mattompang Arajang* pada bulan April. Dibangunnya infrastruktur pendukung pariwisata seperti jalan utama yang hampir mengelilingi

Kabupaten Bone, pagar yang membentuk kesan rapi pada permukiman penduduk yang dilalui jalur utama, toilet umum, dan sarana prasarana lainnya yang dibangun secara masiv untuk mendukung event tersebut. Munculnya hotel dan penginapan, rumah makan, dan didukungnya rumah penduduk menjadi homestay oleh Pemerintah Daerah juga menjadi titik bangkitnya pariwisata di Kabupaten Bone.

Terkait hal tersebut pemerintah yang dalam hal ini Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Kabupaten Bone telah melakukan penataan serta menetapkan 7 Destinasi Wisata Unggulan Kabupaten Bone yang dapat menjadi alternatif berwisata (destinasi pendukung) disamping wisata MICE, yaitu:

- 1) Tanjung Palette, Potensi wisata yang berada di pesisir pantai Bone adalah wisata Tanjung Palette, kurang lebih 12km sebelah timur kota Watampone. Pantai Tanjung Palette memiliki panorama alam yang indah dan juga didukung dengan fasilitas yang memadai seperti kolam renang, kolam mancing, kafe, gazebo, ruang pertemuan serta penginapan yang dapat memanjakan pengunjung yang datang. Ciri khas yang dimiliki pantai Tanjung Palette yaitu pantai dengan karang terjal dan panorama bukit karang yang cantik dan disertai dengan deburan ombak yang keras yang memberikan suguhan berbeda dari pantai lain. Di balik keindahan yang diberikan kawasan Tanjung Palette menyimpan sejarah yang unik. Tanjung Palette adalah salah satu

destinasi wisata yang berada di tengah-tengah masyarakat kabupaten Bone.

- 2) Hutan Pinus Bulu Tanah terletak di Dusun Bulu Tanah, Desa Mattampawalie, Kecamatan Lappariaja, Kabupaten Bone. Jika bertolak dari pusat Kota Watampone, kamu dapat menempuh jarak sekitar 70 kilometer. Hamparan hutan pinus yang membentang di lahan berbukit sekitar 25 hektar selalu membuat betah siapa saja yang berkunjung.
- 3) Pantai Tageo
- 4) Gua Mampu salah satu tempat wisata yang bersejarah. Goa Mampu terletak di desa Cabbeng, Kecamatan Dua Boccoe Kabupaten Bone. Berjarak 35 km dari Watampone ibukota Kabupaten Bone. Kawasan ini mudah dijangkau melalui jalanan beraspal. Gua mampu terletak di lereng-lereng gunung yang dipenuhi dengan pohon-pohon besar. Goa Mampu mempunyai luas sekitar 2000 meter persegi. Jika kita ingin masuk di dalam gua kita harus mempersiapkan alat penerangan seperti senter, obor dll. Gua mampu mempunyai tujuh tingkatan. Kejadian yang terjadi pada Goa Mampu diperkirakan sekitar 1013 sebelum masehi, sebelum islam masuk di Kabupaten Bone.

Goa Mampu mempunyai cerita legenda yang dipercayai masyarakat sekitar gua dan Kabupaten Bone. Pada zaman dahulu ada sebuah kerajaan, dimana didalam kerajaan tersebut

terdapat tujuh desa,tetapi kerajaan ini ditimpah musibah yaitu dikutuk menjadi batu,yang disebabkan putri raja sendiri,sehinggah didalam gua Mampu terdapat batu yang mirip dengan manusia dan binatang. Kerajaan ini disebut kerajaan mampu.

- 5) Masjid Tua Almujahidin Watampone, dikenal juga dengan nama Masigi Laungnge (Bugis) atau Masjid Tua. Diyakini oleh banyak kalangan di Bone bahwa masjid inilah yang pertama dibangun di Bone.¹¹ Tidak ditemukan catatan yang jelas mengenai tanggal dan tahun berdirinya. Namun demikian, dalam catatan Asnawi Sulaiman, disebutkan bahwa Masjid Al-Mujahidin didirikan oleh Kadhi Kerajaan Bone yang pertama, Fakih Amrullah, sesat setelah menjadi Kadhi di Kerajaan Bone di lingkungan istana Kerajaan Bone. Dapat dipastikan bahwa keberadaan Masjid al-Mujahidin, sejak didirikan oleh Kadhi Bone Pertama, Fakih Amrullah bin Saiyyid Muhsin bin Sayyid Ba'alwi Abdullah adalah agar dapat berfungsi sebagai tempat ibadah. Ibadah yang dimaksud di sisi adalah ibadah-ibadah mahdha, misalnya, shalat, dzikir, berdoa, l'tikaf dan lainnya. Pelaksanaan Ibadah tersebut terutama diperuntukkan kepada Raja dan bangsawan istana kerajaan Bone lainnya.

Eksistensi Masjid Al-Mujahidin sebagai masjid Kerajaan Bone, terus menjadi basis pendidikan Islam berupa pengajian Al-Qur'an dan kitab kuning

(mangaji tudang) yang diselenggarakan oleh Kadi Bone dan para pembantunya. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya bahwa beberapa orang Raja Bone yang didampingi Kadi Bone menjadi penganut sekaligus penyebar ajaran tarekat Khalwatiyah Yusufiyah. Bahkan ada yang dapat disebut ulama, karena menguasai bahasa Arab dan ilmu tarekat, serta menulis kitab, yakni La Tenritappu Sultan Ahmad Shaleh Syamsuddin (1775-1812) yang didampingi oleh Arab Harun, Kadi Bone ke-8.

- 6) Tanah Bangkalae, Situs Tanah Bangkalae yang 2 kilogram tanahnya dikirim ke Ibu Kota Negara (IKN) Nusantara dikenal sebagai tempat sakral dan merupakan titik nol Bone, Sulawesi Selatan (Sulsel). Bahkan dikenal sebagai tempat pelantikan raja-raja Bone setelah periode Arung Palakka. "Tanah Bangkalae biasa disebut tanah ri tappa dewata (tanah diberkati oleh Tuhan Yang Maha Esa). Tanah dari tiga kerajaan besar. Tempat itu sangat disakralkan dan merupakan posisi tanah atau titik nol Bone. Situs Tanah Bangkalae ini dibangun pada 6 April 1696 atau bersamaan dengan Hari Jadi Bone (HJB), sehingga situs itu sudah ada sejak 326 tahun lalu. Di lokasi inilah setiap Raja Bone (Mangkau) secara turun temurun dilantik oleh Dewan Adat atau Ade Pitue. Mulai dari raja Bone ke-16 Lapatau Matanna Tikka dilantik di tempat ini pada 6 April 1696 hingga Raja Bone ke-33 La

Pabbenteng Petta Lawa dilantik di situs Tanah Bangkalae.

- 7) Cempalagi Lokasinya sekira 24 Kilometer (km) dari pusat kota Watampone. Wisata alam ini sangat unik, sebab terdapat jejak Raja Bone ke-15 Arung Palakka bernama La Tenri Tatta To Unru To Risompae Petta Malampe E Gemme'na..

Saat ini di Kabupaten Bone untuk event pameran lebih banyak dilakukan di Mall, serta untuk *Meeting* dan *Congress* dilakukan di hotel. Selain di mall dan hotel, *event* MICE khususnya pameran dan konvensi juga kerap dilakukan di *Convention Centre* walaupun tidak sebanyak di Mall maupun Hotel. Sebetulnya banyak organizer yang ingin mengadakan pameran dalam skala besar di Kabupaten Bone, namun sampai saat ini terkendala dengan ketiadaan ruang pameran yang sesuai dengan keinginan mereka. Faktor tersedianya *venue* sesuai dengan permintaan pelaku bisnis MICE tentunya menjadi faktor kunci, karena dari aspek-aspek lainnya mereka menilai Kabupaten Bone sudah memenuhi kriteria menjadi kota MICE.

Menurut penuturan kepala bidang pengembangan dan perencanaan Pariwisata Kabupaten Bone, destinasi di Kabupaten Bone sudah mulai dikenal international, infrastuktur pun sudah cukup menjamin, namun meningkatkan kunjungan destinasi, Kabupaten Bone perlu untuk memperbaiki pencitraannya baik itu wisata kuliner, wisata belanja, maupun even-even yang diadakan. Kabupaten Bone merupakan destinasi Mandiri. Dimana pengembangannya tidak ditopang sepenuhnya oleh APBN dan APBD. Pada destinasi Kabupaten Bone yang bermain saat ini bukan lagi

topangan anggaran pemerintah, tetap ipelaku industri. Untuk citra yang buruk hanya terdapat pada kenyamanan di destinasi dalam tindak criminal.

f) **Kualitas Pelayanan dan SDM**

Penetapan suatu destinasi sebagai destinasi MICE tentunya memiliki kriteria tertentu. Karenanya diperlukan ketersediaan sumberdaya yang efektif dan juga fleksibel agar kriteria tersebut dapat terpenuhi. Misalnya kesiapan infrastruktur, ketersediaan SDM yang kompeten dan sebagainya. Bisnis MICE yang dinamis juga menuntut sumberdaya yang fleksibel untuk memenuhi permintaan terbaru

Sejak 2012, atas fasilitasi dari Kemenparekraf, pihaknya melakukan uji kompetensi untuk pegiat MICE di beberapa daerah. Keberadaan sertifikasi ini juga menjadi jawaban atas Peraturan Pemerintah (PP) No 52/2012. Di dalam aturan ini disebutkan, baik hotel, *professional conference organiser* (PCO), event organiser (EO) hingga penyelenggara pameran harus mempekerjakan setidaknya satu karyawan yang telah bersertifikat MICE.

Merancang strategi yang komprehensif untuk pengembangan dan peningkatan kapasitas SDM yang mempunyai kompetensi MICE. Dukungan dari universitas, sekolah kejuruan ataupun sanggar seni diperlukan dalam peningkatan kualitas SDM MICE. Membutuhkan lebih banyak lembaga sertifikasi MICE. Perlu dikoordinasi dan diawasi dengan lebih baik. Peningkatan peran universitas, sekolah ataupun sanggar seni sehingga dapat menciptakan SDM MICE yang unggul, kurikulum berbasis kebutuhan riil industri MICE. Sosialisasi sertifikasi MICE terhadap semua pelaku industri MICE.

Memperbanyak lembaga sertifikasi SDM MICE. Pengkoordinasian standart pendidikan pelaku industri MICE. Pengawasan pelaksanaan strategi pengembangan dan peningkatan SDM MICE. Menciptakan kondisi, program dan tindakan yang menjamin terlaksananya strategi pengembangan SDM MICE. Kondisi, program dan tindakan yang menjamin terlaksananya strategi pengembangan SDM MICE belum dikelola dengan baik.

Kemampuan Kabupaten Bone mengidentifikasi ketersediaan sumberdaya dan daya dukungnya akan menciptakan keunggulan, baik dari sisi efisiensi, kualitas, inovasi, daya tanggapnya terhadap para wisatawan serta memberikan tingkat kepuasan bagi pendatang baru yang berinvestasi di Kabupaten Bone. Perbedaan dengan kota-kota yang lain dengan penciptaan biaya yang rendah memungkinkan Kabupaten Bone menciptakan nilai (*value creation*) bagi para wisatawan maupun investor yang akhirnya mendapatkan keuntungan maksimal (*higher profit*). Jadi perbedaan kompetensi bukan terletak pada faktor tangiblenamun terletak pada faktor intangibleyang mampu membedakan dengan kota pariwisata yang lain.

Kabupaten Bone menciptakan nilai (*value creation*) bagi para wisatawan maupun investor yang akhirnya mendapatkan keuntungan maksimal (*higher profit*). Jadi perbedaan kompetensi bukan terletak pada faktor tangiblenamun terletak pada faktor intangibleyang mampu membedakan dengan kota pariwisata yang lain.

Bab IV

Strategi pengembangan MICE berbasis Wisata Sejarah di Kabupaten Bone



Strategi pengembangan Kabupaten Bone menuju Kota MICE (*Meeting, Incentive, Conference maupun Exhibition*) terkait erat dengan sektor perdagangan dan jasa khususnya industry pariwisata. Menurut William Henn “*Strategy is the concentration of resources on selected opportunities for competitive advantage*”. Kabupaten Bone perlu berkonsentrasi memilih peluang terhadap sumberdaya yang dimiliki untuk keunggulan bersaing sebagai kota MICE. Mengacu James Brian Quinn’s strategi focus: “ *A strategy is the pattern or plan that integrates an organizations’s major goals, policies, and action sequences into a cohesive whole*”. Kabupaten Bone menggunakan strategi berdasarkan perencanaan atau pola MICE yang

terintegrasi pada tujuan, kebijaksanaan dan kegiatan berurutan kedalam satu kesatuan yang utuh. Meskipun masih terkendala menjadi daerah destinasi pariwisata penyelenggaraan MICE Kabupaten Bone memiliki potensi yang patut dikembangkan. MICE merupakan alternatif bisnis yang menjanjikan, Kota MICE menekankan pada jasa wisata dengan aksesibilitas, fasilitas, dan rekreasi.

Penyelenggara kegiatan MICE di Kabupaten Bone, memanfaatkan digitalisasi produk pariwisata dengan tujuan dan minat yang berbeda-beda. Saat ini proses pengorganisasian dan penawaran menggunakan media online. Semua data dan dokumen diproses secara intensif melalui fasilitas digital. Selain penawaran, bagi PCO menggunakan media sosial sebagai bentuk pencitraan dan 'branding' perusahaan. Penggunaan web yang dominan disiapkan dengan tujuan untuk membagikan profil perusahaan kepada masyarakat umum. PCO mengakui dengan digitalisasi saat ini telah memudahkan setiap administrasi, terutama untuk komunikasi dengan pelanggan, untuk mengirim pesan atraksi wisata yang dapat ditawarkan untuk mendukung acara tersebut; mengirim pesan peralatan pendukung MICE secara online, dan mengirim pesan ke klien untuk infrastruktur tujuan yang ditawarkan. Penggunaan media digital untuk PCO diharapkan dapat mendukung perusahaan untuk mencapai dan memenangkan 'kesepakatan'. Faktor-faktor yang dapat menyebabkan tidak dilakukan penawaran di antaranya adalah citra atau reputasi perusahaan, program penawaran yang sesuai dengan permintaan, jaringan (hubungan) dan kemampuan menyampaikan produk dengan baik.

a) Penguatan branding Kabupaten Bone sebagai Kota MICE Budaya Bugis dan Kota Heritage

Dalam hal ini Sumber Daya Manusia dan Dukungan stakeholder Lokal Kabupaten Bone belum memenuhi kriteria karakteristik destinasi MICE

karena Kabupaten Bone belum memiliki tenaga ahli yang bersertifikat namun bukan berarti penyedia jasa tidak kompeten dalam menyelenggarakan kegiatan. Namun, layanan MICE di Kabupaten Bone belum spesifik sesuai dengan bidangnya. Pemerintah daerah, asosiasi, stakeholders pariwisata seperti hotel, venue, bandara mendukung penuh pengembangan potensi MICE di Kabupaten Bone memiliki andil dalam membantu dan mendukung terselenggaranya kegiatan MICE. Adapun lokasi yang dapat dijadikan sebagai kegiatan MICE di Kabupaten Bone

- 1) Lapangan Merdeka Watampone yang dibangun tahun 2016 merupakan salah satu pilihan warga Bone bersantai bersama keluarga dan handai tolan. Terletak di Jantung Kota Watampone, bersebelahan dengan Taman Arung Palakka. Lapangan Merdeka Watampone selain menjadi sarana lapangan upacara juga menjadi tempat pelaksanaan berbagai event baik bertaraf lokal maupun nasional.
- 2) Stadion Lapatau Matanna Tikka terletak di pinggiran kota Watampone, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan. Nama Stadion ini merupakan nama dari Raja Bone Ke-16 Lapatau Matanna Tikka (1696-1741). Stadion Lapatau Matanna Tikka berkapasitas 15.000 ribu orang. Stadion ini dipergunakan untuk menggelar pertandingan sepak bola. Stadion Lapatau Matanna Tikka pernah menjadi tempat penyelenggaraan pertandingan PSM Makassar, saat melawan Persija Jepara dan Persela Lamongan pada Januari 2010. Stadion ini juga pernah menyelenggarakan 3 pertandingan Babak Delapan Besar Divisi

Utama Liga Indonesia 2009–2010, yakni 3 pertandingan penyisihan Grup A, bersama dengan Stadion Andi Mattalatta di Makassar. Stadion Lapatau Matanna Tikka juga dilengkapi sarana kolam renang, dan sarana olahraga lainnya, bahkan sebagian OPD Pemkab Bone berkantor di Stadion ini, dan lokasinya juga bersebelahan dengan gedung DPRD Kabupaten Bone

b) Pengembangan Paket wisata yang disesuaikan dengan jenis wisata

Paket wisata merupakan produk dan layanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan penyedia jasa dimana harga paket tersebut mencakup berbagai komponen perjalanan di dalamnya. Komponen-komponen tersebut antara lain: daya tarik wisata, konektivitas/transportasi, makanan dan minuman, akomodasi dan aktivitas. Produk wisata berkelanjutan yang direncanakan adalah paket wisata berbasis budaya yang memasukkan komponen produk wisata secara keseluruhan, dengan memanfaatkan sumberdaya atau potensi lokal. Dengan demikian diharapkan kegiatan pariwisata yang dilakukan akan memberikan dampak positif bagi masyarakat

Dapat diketahui di Kabupaten Bone terdapat 21 potensi wisata sejarah yang dapat disusun untuk dijadikan paket wisata sejarah. Potensi-potensi wisata sejarah. Setiap destinasi memiliki potensi yang didalamnya terdapat aktivitas yang dapat menarik wisatawan dan memberikan suatu pengalaman yang berkesan

Paket wisata ini bisa dikemas dalam sebuah kegiatan jelajah pusaka (*heritage trail*). *Heritage trail*

biasanya disusun sebagai sebuah jejaring destinasi wisata yang disusun secara sistematis dan terencana, meliputi daya tarik pusaka budaya dan alam sehingga wisatawan bisa mendapatkan pengalaman secara utuh. Heritage trail bisa dikemas dengan mengangkat tema khusus, misalnya tentang sejarah suatu daerah, bangunan tradisional, kuliner, dan seterusnya.

Seluruh potensi tersebut kemudian disusun dalam tiga buah paket wisata budaya yaitu, History and Spirit of Bone Tour, Haritage tourism Bone, Wonderful Art Bone. Ketiga paket tersebut juga dibuat dalam bentuk tabel, grafik dan harga paket.

Tabel. 4 Contoh Paket Wisata Sejarah Di Kabupaten Bone

No.	Nama	Rute	Harga
1.	History and Spirit of Bone Tour	Bukit Manurunge, Tanah Bangkalae, Tempat Manurunge	Rp. 500.000
2.	Haritage tourism Bone	Museum Lapawawoi, Kompleks Makam, Kompleks Makam Laebbata, Makam La Ummasa, Kuburan Petta Bettae, Komp. Makam Awangpone, Makam Petta Makkarame, Makam Lapatau Matanna Tikka, Makam Lauleo Boto'e, Makam Raja-Raja Lamuru, Makam Datu Salomekko,	Rp. 800.000

		Bubung Assingireng, Bubung Paranie Bubung Tello,	
3.	Wonderful Art Bone	Bola Soba, Masjid Tua, Mesjid ini berada di kecamatan Tanete Riattang, Tugu Malamung patu	Rp.500.000

Pada tabel 4.3 tersebut dijelaskan perjalanan yang dilakukan wisatawan mulai dari kegiatan awal yang dimulai di hotel hingga kembali ke hotel disertai durasi dan waktu. Paket wisata ini mengambil beberapa tempat yang memiliki sejarah menarik dan wisatawan dapat melihat semangat masyarakat Kabupaten Bone dalam melakukan kegiatan kebudayaan.

Dalam bentuk grafik tersebut dijelaskan bentuk jalur yang akan ditempuh oleh wisatawan selama perjalanan. Selain itu, grafik juga dilengkapi dengan durasi waktu yang dihabiskan di masing-masing daya tarik yang tertera di paket wisata, dan juga waktu dan jarak tempuh antar daya tarik wisata dalam masing-masing paket.

Dalam harga paket tersebut dijelaskan harga dari masing-masing paket wisata yang telah disesuaikan dengan jenis kendaraan, jumlah wisatawan, dan biaya perjalanan dengan dasar *Confidential Agent Tarif*

Dengan strategi pengembangan produk tersebut, akan menjadikan produk wisata yang ditawarkan menjadi pilihan utama pembeli karena

memberikan lebih banyak keuntungan. Tujuan lain dari penerapan strategi tersebut dalam pengembangan wisata sejarah di Kabupaten Bone yaitu agar produk yang disusun mempunyai kesempatan untuk meningkatkan pangsa pasar wisata sejarah di Kabupaten Bone dengan menarik pelanggan yang lebih luas dari berbagai kalangan.

Melihat segmen yang dibidik adalah dari semua kalangan, maka diharapkan dengan diterapkannya strategi produk ini dapat meningkatkan penjualan paket wisata sejarah di Kabupaten Bone yang selama ini belum banyak diminati. Hal ini karena biro-biro perjalanan wisata yang selama ini menjual paket wisata sejarah di Kabupaten Bone memasang harga yang mahal dengan fasilitas minim.

Penetapan harga paket wisata sejarah di Kabupaten Bone selalu berorientasi pada segmen pasar yang akan dibidik. Dalam hal ini segmen pasar yang akan dibidik adalah dari semua kalangan. Oleh sebab itu, harga paket wisata yang disusun sangat *variatif* sehingga pembeli dapat memilih paket yang diinginkannya. Harga paket yang di tawarkan ada yang tergolong mahal, sedang dan murah sesuai dengan fasilitas yang diberikan selama melakukan perjalanan wisata.

Dengan strategi penerapan harga paket yang ditawarkan ini, diharapkan mampu menarik perhatian calon pembeli untuk memilih produk ini. Hal ini karena produk yang ditawarkan ini memberikan keuntungan yang lebih dibandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh biro perjalanan yang lain yang tidak memberlakukan tarif khusus.

Pemilihan tempat-tempat tersebut dalam memasarkan dan menawarkan produk paket wisata sejarah di Kabupaten Bone yang sudah disusun merupakan pilihan yang tepat. Hal ini karena tempat-tempat tersebut merupakan tempat yang strategis sebagai perantara untuk mendapatkan konsumen baru. Di Kabupaten Bone sendiri masih banyak yang belum tahu tentang wisata sejarah di Kabupaten Bone. Dengan alasan tersebut, pemilihan tempat pemasaran produk di biro-biro perjalanan Kabupaten Bone dirasa efektif untuk menjaring wisatawan berkunjung ke Kabupaten Bone.

Kerjasama yang dilakukan pihak penyusun paket dengan biro-biro perjalanan wisata di Kabupaten Bone merupakan strategi untuk mendapatkan informasi yang lebih akurat mengenai situasi dan kondisi sebelum melakukan kunjungan ke Kabupaten Bone. Adanya informasi tersebut untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan seperti batalnya penyeberangan karena cuaca buruk atau mungkin adanya perubahan jadwal keberangkatan kapal.

Sementara itu kerjasama yang dilakukan pihak penyusun paket dengan pihak pengelola hotel di Kabupaten Bone merupakan strategi untuk mendapatkan harga penginapan yang lebih murah selama membawa wisatawan menginap di Kabupaten Bone. Dengan kerjasama yang sudah dijalin ini diharapkan dapat memperlancar proses pemasaran produk paket wisata sejarah di Kabupaten Bone sehingga dapat memberikan keuntungan masing-masing pihak.

Dalam rangka menyusun paket wisata terkait sejarah dan warisan budaya di Kabupaten Bone, dibuatlah sebuah forum FGD yang dikemas menjadi

kegiatan bimbingan teknik yang dihadiri antara lain pihak Dinas Pariwisata, pegiat sejarah dan budaya, serta pelaku wisata yang tergabung dalam HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia), ASITA (*Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies*) dan PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia) hingga Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata). Dalam pertemuan itu disusunlah *itinerary* untuk paket wisata sejarah di Kabupaten Bone. Dalam penyusunan *itinerary* tersebut perlu memperhatikan potensi wisata yang dimiliki oleh Kabupaten Bone, misalnya tempat-tempat atau kawasan bersejarah serta destinasi wisata lainnya. Tak menutup kemungkinan untuk memadukannya juga dengan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bone.

Paket wisata sejarah dan budaya yang mengangkat potensi lokal dan memberdayakan sumber daya lokal akan memberikan kontribusi ekonomi secara langsung dan sekaligus dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pengeluaran wisatawan di lima sektor pariwisata yakni akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, belanja dan transportasi mengarah pada keuntungan masyarakat secara langsung. Dengan demikian, pariwisata bisa memberikan kontribusi kepada masyarakat lokal secara positif dan secara langsung bermanfaat bagi kesejahteraan ekonomi. Tak hanya dari sisi ekonomi, namun dari sisi sejarah dan budaya, kegiatan pariwisata juga bisa turut menjaga keberlanjutan nilai-nilai sejarah dan budaya setempat.

c) Even MICE berskala lokal, Nasional dan Internasional

Terdapat keberagaman event yang diadakan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Bone maupun event yang diselenggarakan di Kabupaten Bone. Selain itu, dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas event pariwisata, pemerintah Kabupaten Bone memberikan penghargaan dalam sebuah acara Anugerah Insan Pariwisata kepada pelaku wisata berprestasi yang ada di Kabupaten Bone. Kegiatan yang rutin digelar setiap 2 tahun sekali ini, tidak hanya memberikan penghargaan kepada kategori-kategori yang diunggulkan, tapi juga memberikan beberapa penghargaan khusus bagi pelaku wisata di Kabupaten Bone. Kegiatan ini merupakan suatu bentuk perhatian pemerintah kepada insan pariwisata Kabupaten Bone. Selain bertujuan untuk memberikan penghargaan kepada para pelaku wisata Kabupaten Bone, kegiatan ini juga bertujuan untuk meningkatkan gairah pariwisata di Kabupaten Bone agar pihak-pihak kepariwisataan di Kabupaten Bone semakin berprestasi kedepannya.

d) Promosi

Kabupaten Bone dapat menjaring wisatawan asing secara efektif bila memiliki *Tourist Information Centre* (TIC): tempat wisatawan mencari informasi obyek wisata dan layanan perjalanannya. Tempat ini bisa dihubungkan dengan berbagai web, e-mail, bahkan melalui majalah, bulletin, termasuk harian, dan media televisi dan media lainnya, termasuk hotel-hotel di Kabupaten Bone dan kota kota besar lainnya.

Bentuk-bentuk promosi yang selama ini sudah dilakukan oleh pihak-pihak tadi memang dirasa cukup efektif. Hanya saja jangkauannya belum begitu luas, sehingga hanya sampai pada golongan-golongan tertentu saja. Padahal untuk mempromosikan produk paket wisata sejarah di Kabupaten Bone diperlukan sosialisasi yang lebih luas ke berbagai kalangan masyarakat khususnya yang ada di luar daerah.

Melihat bentuk promosi yang sudah dilakukan tadi, pihak penyusun paket mencoba memperbaiki dan memberikan langkah baru dalam mempromosikan produk paket wisata sejarah di Kabupaten Bone agar lebih mengena dan sampai pada calon pembeli produk.

Media promosi yang nantinya digunakan adalah dengan menggunakan brosur yang berisi tentang paket wisata sejarah di Kabupaten Bone. Di dalam brosur tersebut ditampilkan detail gambar obyek dengan argumentasi yang menarik, *itinerary*, harga paket dan fasilitas wisata yang diberikan. Selain lewat brosur, media promosi lain yang digunakan adalah melalui presentasi di lembaga-lembaga dan instansi-instansi yang akan mengadakan *tour*. Dengan melakukan presentasi kepada calon pembeli/wisatawan, akan memberikan informasi yang lebih tentang paket wisata sejarah di Kabupaten Bone sehingga menambah keyakinan mereka untuk membeli paket wisatanya.

Dalam rangka pengembangan pariwisata Kabupaten Bone, maka usaha-usaha pengembangan dan penawaran produk wisata tidak boleh hanya berhenti pada produk yang telah laku saja (dalam hal ini adalah aset benda cagar budaya dan

bangunan bersejarah) melainkan harus tetap dilakukan eksplorasi terhadap potensi-potensi pariwisata lainnya. Sehingga dalam konteks ini seharusnya Pusat kota dan Kabupaten Bone dapat lebih dieksplorasi dikembangkan terutama untuk menjawab permintaan minat wisatawan keliling kota (*city tour*). Hal ini akan menjadi tepat jika pengembangannya didukung oleh pengembangan beberapa sentra kebudayaan sebagai tempat persinggahan.

Di samping itu, dalam kerangka pemasaran, program promosi untuk bisnis MICE juga masih relatif terbatas atau parsial. Masing-masing hotel masih membuat program pemasaran untuk wisata MICE dan mempromosikan fasilitas MICE sendiri-sendiri. Promosi restoran, transportasi, obyek dan atraksi wisata yang terkait dengan bisnis MICE cenderung tidak diikutsertakan menjadi satu informasi. Fakta seperti itu sebenarnya juga menunjukkan semakin ketatnya persaingan yang terjadi di antara pelaku usaha wisata MICE, baik tingkat lokal, nasional, regional maupun internasional.

Padahal, kalau ditangani dengan baik, program pemasaran terpadu yang melibatkan berbagai pihak yang terkait dengan wisata konvensi dapat menyediakan informasi dan menyajikannya dalam bentuk promosi yang utuh dan dapat meraih pasar secara bersama-sama. Sinergi ini sangat penting jika para pelaku bisnis MICE ingin dapat bersaing kuat dalam pariwisata MICE di tingkat internasional.

Media promosi yang dilakukan adalah melalui surat kabar, internet, televisi radio dan lainnya berupa pameran baliho dan pariwisata

budaya Turis domestik khususnya mengetahui mengenai Kabupaten Bone adalah dominan dari surat kabar, sementara turis asing dominan mendapat informasi melalui internet.

e) Peningkatan SDM MICE

Dari sisi pemerintah, dukungan terhadap sektor pariwisata telah menunjukkan perhatian yang besar, yang dibuktikan dengan berbagai penghargaan yang diperoleh. Tahun ini, Kementerian Pariwisata menawarkan program digital berupa ITX (*Indonesia Travel Exchange*). penawaran ini menawarkan fasilitas yang lebih rendah dalam biaya administrasi partisipasi pelanggan dibandingkan dengan booking.com, agoda.com, tiket.com, expedia. ITX dalam pemasaran destinasi sekarang terus mencari pemasok terencana yang tersedia dari 5.100 hotel, 8 maskapai penerbangan lokal, 5 taman hiburan, dan berbagai industri komersial dan restoran/restoran, termasuk waktu yang dihabiskan dari layanan homestay. Ini, industri MICE tidak langsung ke depannya akan lebih mudah diuntungkan bagi para pebisnis online di dunia digital tanpa batas.

- 1) Pelatihan bagi pelaku profesional khusus bidang MICE
- 2) Standarisasi bagi pelaku usaha pendukung MICE termasuk Event Organizer, Pemandu Wisata, hotel, Destinasi, Event wisata, Usaha Kuliner, Biro Wisata,
- 3) Kerjasama dengan lembaga pendidikan bagi penyediaan SDM pendukung MICE

Kerjasama antara perusahaan yang bergerak di bidang MICE sangatlah

diperlukan sehingga secara keseluruhan aktivitas MICE tadi mencapai target yang diinginkan serta mampu memuaskan pelanggan yang melakukan aktivitas MICE di destinasi tersebut

Untuk menciptakan kota MICE yang representatif, hal kritis adalah ketersediaan hotel baik dari kelas melati sampai hotel berbintang dalam jumlah dan fasilitas yang memadai. Juga tersedia ruang meeting, ruang incentive, ruang konvensi, ruang exhibition. Kemampuan Kabupaten Bone menyediakan itu semua menjadi faktor keberhasilan kunci dan kritis untuk kesiapan penyelenggaraan event nasional maupun international.

Sumber daya manusia yang dimiliki oleh Indonesia dibidang pariwisata sangat memadai dan tersebar di beberapa subsektor pariwisata. Untuk event internasional seperti MICE tentunya Indonesia telah memiliki banyak usaha pariwisata yang telah tergabung kedalam organisasi masing - masing. Organisasi wisata yang akan berkaitan langsung dengan penyelenggaraan event internasional seperti MICE diantaranya adalah Association of Indonesian Tour and Travel Agency (ASITA), Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Asosiasi Perusahaan Penyelenggara Pameran dan Konvensi Indonesia (ASPERAPI).

Indonesia saat ini telah memiliki organisasi yang berfokus pada bidang penyelenggaraan event MICE yaitu ASPERAPI (Asosiasi Perusahaan Penyelenggara Pameran dan Konvensi Indonesia) atau Indonesain Exhibition and Convention Organizer (IECA). Saat ini Asperapi telah memiliki

banyak anggota atau member perusahaan penyelenggara pameran dan konvensi yang tersebar di seluruh Indonesia, berdasarkan data yang dihimpun dari official website Asperapi di www.ieca.or.id jumlah perusahaan yang terdata sebanyak 626 perusahaan event organizer dengan reputasi baik yang tersebar di seluruh Indonesia, dengan banyaknya perusahaan profesional dibidang penyelenggaraan event MICE tersebut, Indonesia tidak perlu khawatir untuk menentukan perusahaan mana yang akan ditunjuk nantinya.

Sebagai kota yang digadang-gadang menjadi kota besar, Kabupaten Bone memiliki mengisi potensinya sebagai tujuan wisata MICE. Keuntungan ini disertai dengan peran pemerintah dalam mempromosikan promosi MICE kepada masyarakat internal dan eksternal, lokal dan asing. Jadi ini adalah kesempatan mendorong pertumbuhan di sektor lain, baik ekonomi, sosial, maupun politik dalam kehidupan masyarakat. Untuk itu, Pemerintah Kabupaten Bone menentukan strategi promosi dalam beberapa kegiatan.

Pertama, menggunakan iklan di media. Iklan adalah salah satu bentuknya Promosi yang paling dikenal sebagai media promosi antara lain iklan media cetak, media elektronik, maupun media luar ruang. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone mempromosikan program wisata MICE dengan menggunakan media sebagai alat promosi yang tujuannya untuk memahami potensi MICE untuk masyarakat umum melalui iklan.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone menggunakan iklan sebagai pengenalan informasi kepada masyarakat. Promosi dilakukan melalui iklan penting untuk promosi program pariwisata MICE, baik di media cetakan seperti koran, brosur dan buku panduan

perjalanan. Sedangkan media elektronik seperti RRI (Radio Republik Indonesia) dan Celebes TV, dan media luar lainnya seperti pembuatan brosur, spanduk dan brosur. Promosi melalui surat kabar merupakan hasil liputan kegiatan dan hasil wawancara tentang MICE, namun belum ada cetakan khusus tentang program pariwisata MICE. Promosi melalui buku panduan perjalanan dan brosur berisi tentang potensi wisata Kota Pekanbaru dan sekitarnya, dan berbagai kegiatan tahunan diadakan untuk meningkatkan kunjungan wisata ke Kabupaten Bone. Buku panduan perjalanan dan brosur disediakan di acara, kunjungan, dan pajangan di perhotelan, biro perjalanan, dan souvenir/snack bar kuliner.

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone sampai saat ini belum dimanfaatkan jasa periklanan khusus, dan promosi yang dilakukan secara sementara. Promosi iklan melalui media cetak hanya dilakukan jika acara akan diadakan dan tidak ada lampu khusus untuk MICE. Promosi di media elektronik melalui berita tentang MICE, kegiatan tahunan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata seperti Bone Expo dan kegiatan olahraga lainnya yang berhubungan dengan pariwisata. Promosi juga dilakukan oleh pihak eksternal khusus yang terlibat MICE adalah perhotelan, agen perjalanan dan toko makanan ringan. Iklan dimuat oleh pihak perhotelan yang bertujuan untuk meningkatkan kunjungan hotel juga berdampak terhadap peningkatan kegiatan wisata MICE yang dilakukan di Kabupaten Bone. Sama Seperti halnya perhotelan, agen perjalanan mempromosikan transportasi perjalanan bisnis atau wisata ke Kota Pekanbaru.

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone memiliki ketentuan anggaran hingga promosi yang dilakukan melalui media cetak, media elektronik, dan

media luar ruang belum bisa memaksimalkan jangkauannya apa yang ingin Anda capai belum sepenuhnya terwujud.

Untuk promosi program Wisata MICE, *personal selling* merupakan upaya yang sesuai karena melakukan penyampaian pesan secara langsung. Promosi yang dilakukan melalui *personal selling* memang lebih praktis dan cepat, karena melibatkan semua pihak yang berperan di dalamnya. Selain itu, mereka melakukan kerjasama dengan pihak-pihak eksternal sekaligus pembinaan dan pelatihan bagi pengusaha.

Program wisata MICE merupakan inovasi baru untuk meningkatkan jumlah wisatawan yang datang, sehingga dapat berpengaruh pada PAD Kabupaten Bone. Program wisata MICE menjangkau wisatawan di bidang perjalanan bisnis yang melibatkan pihak eksternal yakni perhotelan, biro perjalanan, dan gerai jajanan/kuliner. Dengan demikian, semakin berkembangnya wisata MICE di Kabupaten Bone akan meningkatkan perekonomian dan infrastruktur Kabupaten Bone.

Bab V

Kegiatan Wisata Sejarah Di Kabupaten Bone

Kabupaten Bone memiliki potensi wisata sejarah yang mumpuni untuk diadakannya heritage tourism di Kabupaten Bone . Salah satunya banyak gedung-gedung yang memiliki nilai sejarah yang sangat tinggi dan juga keberadaan dari gedung tersebut masih tersisa dari gedung tersebut wisatawan dapat mengetahui bagaimana sejarah, nilai budaya serta kehidupan masyarakat Kabupaten Bone pada saat tersebut. Arsitektur Kolonial yang ada di Kabupaten Bone merupakan gaya ‘arsitektur transisi’, arsitektur transisi ini biasanya berlangsung sangat singkat, sehingga sering terlupakan dalam sejarah arsitektur bangunan.

Dari hasil wawancara dengan ketua komunitas Heritage, terdapat lebih dari 21 potensi bangunan heritage di Kabupaten Bone. Dari data yang didapat di Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan olahraga tahun 2017 terdapat lebih dari potensi bangunan heritage yang tercatat dalam kajian yang telah dilakukan oleh dinas tersebut. Bukan hanya saja gedung-gedung heritage di Kabupaten Bone yang menjadi potensi wisata Heritage Kabupaten Bone melainkan adanya kebudayaan asli di Kabupaten Bone yang sampai saat ini masih dapat dilihat dan dirasakan. Berikut merupakan potensi cagar budaya yang ada di Kabupaten Bone yang dapat menjadi salah satu potensi wisata yang dapat dikembangkan sebagai *Heritage Tourism* di Kabupaten Bone.

Kabupaten Bone, sebagai kota terbesar ke tiga di Sulawesi Selatan memiliki peluang besar dalam pengembangan industri MICE. Selain itu, Kabupaten Bone memiliki jumlah penduduk yang besar dan beragam suku etnis dan agama. Kabupaten Bone telah memiliki sarana pendukung industri MICE seperti hotel berbintang lima, ball room, hall (Helios Hotel and Convention, hotel wisata, hotel Arta dan lainnya). Pembukaan jalan tol daerah Camba Kabupaten Maros sampai ke Kabupaten Bone serta pembangunan tempat penyelenggaraan pameran seperti festival budaya.

Selain itu, dari segi SDM telah ada pendidikan tinggi vokasi program studi MICE Politeknik Negeri Makassar menambah dukungan industri MICE dapat berkembang di Kabupaten Bone. Dari segi event spesial yang diselenggarakan di Kabupaten Bone, agenda tahunan yang rutin diadakan di Kabupaten Bone yaitu festival Tonra yang dihadiri lebih dari 2000 peserta selain itu terdapat juga festival sempugi yang pelaksanaannya sangat berdampak bagi perkembangan industri MICE di Kabupaten Bone. Kabupaten terus berbenah dan mengembangkan potensi yang ada baik di sektor budaya, sejarah, pendidikan dan bisnis. Kabupaten Bone memiliki objek wisata peninggalan sejarah (*heritage tourism*) yang banyak dan wisata kuliner sehingga Kabupaten Bone juga dapat dikatakan berpotensi untuk mendatangkan wisatawan bisnis lebih banyak

lagi. Penyelenggaraan festival budaya dari Kabupaten Bone telah banyak diadakan sejak lama.

Tabel 5 Daftar Destinasi Wisata Sejarah Di Kabupaten Bone

No.	Nama DTW	Daya Tarik Wisata	Pengelola	Keterangan
1.	Kawasan Tanjung Palette	Kawasan pantai dan wisata sejarah	Pemkab/swasta	Akses baik, sarana masih kurang
2.	Gua Janci Cempalagi	Persembunyan Arung Palakka	Pemkab	Sementara pengembangan
3.	Makam Raja Lapatau Matanna Tikka	Budaya dan sejarah	Pemkab	Akses baik dan sarana baik
4.	Makam Raja-Raja Lamuru dan Masjid Tua	Budaya dan sejarah	Pemkab	Akses dan sarana baik
5.	Makam Petta Bettae	Budaya dan sejarah	Pemkab	Akses dan sarana kurang baik
6.	Museum / Saoraja La Pawawoi	Arsitek dan benda-benda pusaka	Pemkab	Akses dan sarana baik
7.	Rumah Adat Bola Soba	Rumah panglima perang Petta Ponggawae	Pemkab	Akses dan sarana baik

8.	Situs Manurunge	Makam Raja Bone I	Pemkab	Akses dan sarana baik
9.	Situs Tana Bangkala'E	Tempat pelantikan raja-raja Bone	Pemkab	Akses dan sarana baik
10.	Masjid Tua Watampone	Masjid tertua	Pemkab	Akses dan sarana baik
11.	Gua Langi Bonto Cani	Gua, Lukisan Prasejarah	Pemkab	Akses dan sarana kurang baik
12.	Gua Jepang	Gua bekas tentara Jepang	Pemkab	Akses dan sarana kurang baik

1) Tonra festival

Selain pengembangan seni dan budaya, Tonra Festival juga dimaksudkan untuk memperkenalkan objek wisata puncak Kelorta. Ada puluhan penyaji pertunjukan dari luar maupun dalam daerah, salah satunya dari Sulawesi barat, selain pentas seni juga ada lomba tradisional melibatkan komunitas seni dari kota daeng. seperti, makassar art, UKM seni Unhas, sanggar dari sinjai, komunitas seni dari sidrap serta sanggar saoraja arts dari Bone.

2) Festival Sempugi

Festival Sempugi (Serumpun Bugis) Tahun 2018 akan dilaksanakan di Sao Renni Watampone, Kabupaten Bone, pada Sabtu, 10 November 2018. Festival yang menampilkan pagelaran seni budaya ini akan diikuti beberapa Kabupaten yang ada di Sulsel di antaranya Kabupaten Bulukumba, Maros,

Soppeng, Wajo, Sidrap, dan Bone sebagai tuan rumah. pagelaran ini menjadi sarana ekspresi seniman dan budayawan dalam rangka pemajuan budaya Bugis sebagai bagian dari budaya Indonesia. Beberapa kegiatan yang akan dipentaskan di antaranya pementasan lagu Bugis, Makkacapi, orasi Bugis, pementasan tari Beppa-beppa, tari Mappareja-reja, tari Pajaga Welado, Barazanji Tradisional, Massure, dan pentasan lainnya.

Situs seakan telah menjadi kekuatan lain dari keluhuran kebudayaan masyarakat Sulawesi Selatan yang dapat ditemui di banyak tempat di Kabupaten Bone.

- 1) Makam Raja-raja Bone berlokasi di Kecamatan Tanete Riattang Kabupaten Bone
- 2) Makam raja-raja Naga Ulang berlokasi di Kecamatan Barebbo Kabupaten Bone
- 3) Makam Laummasa berlokasi di Kecamatan Tanete Riattang Barat Kabupaten Bone
- 4) Makam Petta Bettae berada di Kecamatan Tanete Riattang Barat Kabupaten Bone
- 5) Makam Raja-raja KalokkoE di Kecamatan Ranete Riattang Kabupaten Bone

Perkembangan dan potensi Kabupaten Bone dan sekitarnya yang sudah semakin marak, terindikasi dari Jumlah wisatawan lokal dan mancanegara yang mengunjungi Kabupaten Bone sampai dengan bulan Juni tahun 2021 mencapai 15.915.

Wisatawan ke Kabupaten Bone ternyata tidak hanya untuk melihat pesona/keindahan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Bone saja tetapi dengan semakin kondusifnya destinasi Kabupaten Bone menjadikan Wisata MICE yang semakin berkembang pada beberapa tahun terakhir ini juga menjadi salah satu wisata andalan

Kabupaten Bone dalam memberikan kontribusi/pemasukan bagi PAD.

A. Analisis Strategi MICE di Kabupaten Bone

ICCA (ICCA, 2020) mengatakan kalau dari rencana penyelenggaraan 13. 252 event pada tahun 2020 cuma tercapai sebanyak 4. 843 serta kerugian diperkirakan menggapai 3, 95 milyar dollar. Perihal ini pasti saja sangat merugikan tidak saja untuk penyelenggara serta calon delegasi, namun pula pihak- pihak terkait yang lain. Akibat dari pandemi ini jumlah total event dunia yang ditunda sebesar 44%, event dibatalkan sebanyak 14%, event yang dilaksanakan secara virtual 30%, event yang dilaksanakan secara virtual serta pertemuan langsung (hybrid) sebanyak 2% serta yang senantiasa dilaksanakan cocok dengan rencana awal (tidak terdampak) sebanyak 9% (Yuniati, 2021:135).

Keadaan ini setelah itu sudah mengganti total taksonomi aktivitas MICE yang semula dikonsepsikan sebagai aktivitas pengumpulan beberapa orang dalam sesuatu tempat, jadi tidak dapat dicoba secara penuh sebab terdapatnya ketentuan protokol kesehatan yang harus dipatuhi sepanjang masa pandemi. Opsi yang setelah itu dapat dicoba merupakan dibatalkan, ditunda, ataupun senantiasa dilaksanakan dengan sejumlah persyaratan. Buat event yang senantiasa dilaksanakan setelah itu mempunyai opsi selaku event yang akan dilaksanakan dengan tatap muka penuh ataupun kehadiran langsung delegasi (original event), event yang dilaksanakan dengan tata cara gabungan sebagian tatap muka serta tiba langsung sebaliknya sebagian yang lain menggunakan tatap muka secara virtual (hybrid event), serta event yang sepenuhnya dilaksanakan dengan tatap muka secara virtual (virtual event). Kondisi ini terjalin di seluruh wujud dan konsep event di bermacam negeri selaku reaksi terhadap peristiwa pandemic covid- 19.

Penundaan serta pembatalan event- event strategis internasional setelah itu sudah jadi kabar sepanjang tahun 2020 misalnya beberapa pertemuan yang digagas PBB di segala dunia semacam *UN Climate Change, High Tingkat Political Forum on Sustainable Development, UN Conference of The Least Development Countries(LDCs), World Bank serta IMF Serial Meeting, UN Economic Social Council, UN General Assembly(UNGA)* merupakan beberapa pertemuan berarti kelas dunia yang setelah itu dirubah menjadi virtual meeting. (IISD, 2020; www.oxfordbusinessgroup.com, 2020).

Di Indonesia, kerugian yang disebabkan oleh Covid pada aktivitas pameran dinyatakan oleh Asosiasi Pameran Indonesia (ASPERAPI) menggapai 44, 3 Triliun rupiah (Sasongko,2020). Sebagian kegiatan yang dilaksanakan kesimpulannya dibatalkan serta sebagian yang lain dilaksanakan secara virtual. Belum teridentifikasi jumlah kerugian dari jenis- jenis event MICE lain tidak hanya pameran yang terjalin di Indonesia.

Indonesia Event Industry Council (IVENDO) Sulawesi Selatan, mengadakan acara Certification Meeting, Incentive, Convention, Exhibition (MICE) untuk meningkatkan kompetensi pelaku industri kreatif dan pariwisata di Sulawesi Selatan. Hal itu dilakukan selama program kerja percepatan 30 hari yang berlangsung sejak 30 Maret 2021 silam. IVENDO DPD Sulsel ingin membuktikan bahwa mendorong kompetensi anggota melalui berbagai program pengembangan sumber daya manusia salah satunya melalui sertifikasi profesi ini akan menjadi prioritas.

Penguatan target MICE Kabupaten Bone dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata melalui sebuah acara dalam sebuah pertunjukan, pertemuan dan pameran. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone adalah instansi pemerintah yang menyediakan informasi

pariwisata yang relevan dengan agenda pemerintah untuk mempromosikan industri pariwisata dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Bone. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata mempunyai tugas pokok, yaitu;

- 1) Melaksanakan kebijakan dan ketentuan nasional dan provinsi juga pelaksanaan kebijakan pemerintah kota dalam pembinaan dan pengembangan budaya dan pariwisata;
- 2) Melaksanakan pembinaan dan pelaksanaan tugas di bidang budaya dan pariwisata;
- 3) Merumuskan kebijakan teknis di bidang kebudayaan dan pariwisata; dan
- 4) Melaksanakan tugas lain yang diberikan oleh pemimpin sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Mencermati tugas tersebut, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata memainkan peran penting dalam pengembangan dan penguatan sektor pariwisata Kabupaten Bone. Faktanya industri pariwisata adalah industri itu mengutamakan pelayanan. Oleh karena itu, sangat penting untuk dikembangkan sektor pariwisata karena selain mampu beradaptasi dengan lingkungan, pariwisata itu juga menjanjikan manfaat besar. Dalam konteks ini, pembangunan sektor pariwisata dapat melakukan kegiatan promosi, yaitu upaya untuk menginformasikan produk atau layanan untuk memiliki audiens internal dan informasi eksternal yang perlu dipahami. Dengan disana promosi, komunikator meningkatkan jumlah pengetahuan dan informasi yang lebih berkembang (Simbara, 2013:16).

Pengembangan dan penguatan tujuan MICE di Kabupaten Bone membutuhkan dukungan semua pihak, baik pemerintah, pengusaha, organisasi, dan masyarakat. Untuk itu, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bone harus melakukan strategi promosi dan aktif di dalamnya menginformasikan segala bentuk pengembangan

pariwisata kepada internal masyarakat dan eksternal terkait dan kompeten. Kegiatan promosi ke perusahaan swasta, publik eksternal dan internal telah dilakukan meskipun kendala yang disebabkan oleh faktor anggaran, serta kendala lainnya, seperti terjadinya kabut asap yang sering melanda Kabupaten Bone (Zulkarnain, 2015).

Meski begitu, Kabupaten Bone memiliki potensi sebagai daerah tujuan pariwisata pelaksanaan MICE layak untuk dikembangkan. MICE merupakan bisnis alternatif yang menjanjikan, karena MICE menyediakan layanan perjalanan dengan aksesibilitas, fasilitas, dan rekreasi. Kurangnya wisata sumber daya alam yang tidak dimiliki oleh Kabupaten Bone dapat menjadi yang teratas dengan tur MICE ini melalui kegiatan promosi.

Getz (1991: 45), dalam bukunya “*Festivals, Special Event and Tourism*”, memberikan gambaran industri MICE dilihat dari sisi *Supply*. Getz menyatakan ada 7 (tujuh) elemen dalam sebuah destinasi MICE. Ada pun ketujuh elemen tersebut adalah (1) infrastruktur (*infrastructure*), (2) akomodasi (*accomodation*), (3) transportasi (*transportation*), (4) atraksi (*attraction*), (5) katering (*catering*), (6) pedagang pengecer (*retail*), (7) sarana rekreasi atau hiburan (*recreation or entertainment*).

Kabupaten Bone sebagai destinasi MICE belum mempunyai sebuah Bone Trade Center, hal ini disebabkan oleh karakteristik dari wisatawan yang datang ke Kabupaten Bone dan kebutuhan yang diperlukan oleh pelaku industri pariwisata berbeda dengan daerah tujuan wisata lainnya Kabupaten Bone. Selama ini, kegiatan pelaksanaan MICE didominasi oleh kegiatan wisata Intensif, exhibition dan Meeting. Jumlah wisatawan mancanegara dan domestik yang melakukan kegiatan wisata ke Kabupaten Bone.

Tabel 6. jumlah wisatawan yang melakukan destinasi MICE di Kabupaten Bone

Tahun	Wisatawan/orang			Total	Jumlah wisatawan
	M mancanegara	Domestic	Lokal		Mice
2016	500	31.200	91.800	123.500	30.875
2017	460	31.200	96.140	127.800	44.730
2018	476	32.000	98.230	130.706	32.627
2019	400	15.000	50.476	65.876	19.350
2020	0	0	7.680	7.680	1.910
2021	0	0	8.974	8.974	2.198

Sumber: Data BPS Dalam angka tahun 2019, Hlm 234 dan Analisis Data Lapangan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah wisatawan yang datang ke Kabupten Bone cukup tinggi, namun karena adanya pandemi covid 19 yang dimulai pada tahun awal tahun 2019 hingga pertengahan tahun 2022 mengakibatkan adanya larangan untuk melakukan kegiatan wisata, menyebabkan banyak tempat wisata yang colaps. Mice dan event kemudian dilakukan secara digital yang jelas saja memberikan dampak buruk bagi industry pariwisata.

Kegiatan Insentif, mayoritas dilakukan oleh perusahaan swasta atau korporasi (*corporate*), dan selanjutnya kegiatan exhibition dilakukan oleh privat dengan dominan pengusung yaitu *painting* dan terdapat beberapa exhibition tentang Fotografi di mana pelukis yang akan melakukan ekshibisi akan bekerja sama dengan pemilik galeri, museum, hotel dan restoran agar mereka dapat memajang hasil karyanya dalam bentuk ekshibisi. Kegiatan Wisata MICE yang bertumpu pada Insentif dan exhibition terhadap kegiatan budaya yaitu atraksi wisata budaya dan pameran tentang lukisan menyebabkan destinasi Kabupaten Bone.

Untuk kegiatan *meeting* (pertemuan) lebih didominasi oleh pertemuan yang diadakan oleh korporasi

atau perusahaan-perusahaan yang melakukan kegiatan Destinasi MICE yang dikombinasikan dengan kegiatan insentif selama mereka tinggal di Kabupaten Bone.

Seperti yang telah di jelaskan pada uraian diatas bahwa dalam penyelenggaraan kegiatan MICE, Kabupaten Bone memiliki peranan yang sangat penting dalam menyiapkan *supplier* atau penyedia tempat/lokasi. Adanya pergeseran pengertian perhotelan di tahun 1956 yang telah di jelaskan dalam tinjauan pustaka yang menjelaskan bahwa hotel hanya merupakan akomodasi yang dikomersilkan dan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan pelayanan kamar tidur untuk orang yang mampu membayar dengan sejumlah uang. Dalam era globalisasi yang tengah marak dengan dunia bisnis pengertiann hotel bukan lagi hanya sebagai penyedia kamar, makanan, minuman tetapi hotel juga harus memilliki ruangan yang memiliki ruang untuk pertemuan.

Dengan didekarasikan Kabupaten Bone sebagai Kota MICE tumbuhnya banyak hotel di kota Kabupaten Bone dalam kurun waktu 3 tahun terhitung dari tahun 2009 sangat pesat, Saat ini jumlah hotel berbintang mulai dari hotel bintang 1 hingga bintang 5 yang terdaftar sebagai anggota BPC PHRI Sulsel sudah mencapai 30 hotel dengan kapasitas kamar hotel mencapai angka 2.273 kamar hotel.

Hotel yang tidak hanya menjual fasilitas kamar hotel tetapi juga menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang kegiatan MICE, kini sudah menjadi trend pasar perhotelan di Indonesia, hal ini terbukti dengan banyaknya hotel yang menyediakan fasilitas MICE, bahkan untuk hotel-hotel yang sudah berdiri lama dan belum memiliki fasilitas kegiatan MICE rela untuk merombak sebagian ruangan kamarnya untuk menampung penyelenggara kegiatan MICE. Hal ini juga terjadi di beberapa hotel di Kabupaten Bone.

Seiring dengan pertumbuhan dunia industri MICE di Indonesia, dan semakin tingginya rasa keingintahuan setiap peserta kegiatan MICE terhadap daerah-daerah lain di luar kota mereka tinggal, menjadi alasan setiap daerah untuk dapat mengelola potensi yang di miliki menjadi suatu yang menarik, sehingga dapat dilihat oleh penyelenggara kegiatan untuk melakukan kegiatannya di daerah tersebut. Kondisi seperti ini segera di tangkap oleh pelaku kegiatan wisata untuk memperbaiki kota dalam rangka merebut pangsa pasar kegiatan MICE.

Karena hotel belum memiliki PCO (*Personal Conference Organization*) atau EO (*Event Organizer*), maka setiap penyelenggara yang menyelenggarakan kegiatan MICE di Kabupaten Bone membawa EO/PCO sendiri, sehingga fungsi hotel hanya sebagai penyedia fasilitas. Namun jika penyelenggara belum memiliki EO/PCO pihak hotel akan memberikan rekomendasi EO/PCO dalam hal ini hotel hanya bersifat membantu dan menyediakan fasilitas. Dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan akan dibantu oleh seorang sales hotel yang berfungsi sebagai penanggung jawab, membantu dan mengatur serta mendelegasikan keinginan penyelenggara kepada orang operator/EO/PCO kelancaran kegiatan yang dilakukan.

Banyaknya kegiatan MICE yang dilakukan di hotel ini tentunya membawa dampak yang baik bagi tingkat hunian hotel, dari tahun 2019 hingga tahun 2021 peningkatan tingkat hunian meningkat. Peningkatan yang terjadi merupakan dampak dari berkembangnya industri MICE di Kabupaten Bone, karena kebanyakan tamu yang menginap di hotel merupakan peserta kegiatan MICE.

Pengembangan kegiatan bisnis MICE menjadi salah satu prioritas program pengembangan pariwisata karena kegiatan yang digelar di kota akan berdampak positif

terhadap sektor pariwisata. 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.

Dari penjelasan di atas, dapat diketahui bahwa salah satu fasilitas sangat penting dalam suatu penyelenggaraan konvensi adalah ruang pertemuan (hall) dan hotel. Pertumbuhan hotel dan jumlah kamar berikut fasilitas-fasilitasnya secara langsung akan berpengaruh terhadap penyediaan fasilitas pendukung untuk usaha wisata MICE. Di antara hotel yang sangat terkenal untuk penyelenggaraan bisnis MICE antara lain:

Selain itu, ada juga fasilitas yang sangat mendukung berkembangnya bisnis MICE, yaitu tersedianya sarana telekomunikasi secara memadai. Kabupaten Bone banyak memiliki tempat yang melayani jasa telekomunikasi yang dapat digunakan untuk tujuan lokal, interlokal, dan interlokal. Berkembangnya Warnet (Warung Internet), jaringan telpon kabel yang dipadu dengan *speedy* dari Telkom, jaringan komunikasi *wireless* untuk koneksi Internet, dan pesatnya perkembangan inovatif berbagai merek komputer dan HP dengan kualitas jauh lebih tinggi memperbesar peluang berkembangnya pariwisata, termasuk bisnis MICE. Semua fasilitas telekomunikasi tersebut sangat membantu pengguna jasa.

Beragamnya fasilitas penyelenggara-raan pariwisata di Kabupaten Bone menjadi daya tarik luar biasa dalam penyelenggaraan acara pertemuan, insentif, konvensi dan pameran untuk memeriahkan obyek-obyek wisata yang ada. Pengembangan yang disengaja atas bisnis MICE ini tentu akan memicu perkembangan acara itu di masa yang akan datang. Karena itu, dapat dikatakan bahwa usaha

wisata MICE memiliki dampak berlipatganda (*multiplier effect*) yang sangat kaitannya dengan mata-rantai usaha kepariwisataan lainnya, mulai dari usaha yang besar seperti hotel berbintang, usaha transportasi, akomodasi sampai usaha terkecil dan informal seperti usaha pembuatan dan penjualan cenderamata.

Pada tingkat yang lebih riil, di antara pihak yang mendapat keuntungan dari perkembangan bisnis ini adalah: pengusaha transportasi, baik tingkat lokal, interlokal, nasional maupun internasional; akomodasi, baik hotel berbintang maupun tak-berbintang; restoran; hiburan; shopping; cenderamata. Akhirnya, pemerintah juga dapat menetapkan pajak dengan lebih banyak obyek dan subyek pajak terkait dengan berbagai acara bisnis MICE yang diadakan di berbagai gedung pertemuan besar.

Uraian mengenai keterkaitan antar-sektor usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan bisnis MICE tersebut memperlihatkan keunggulan bisnis MICE dibandingkan atraksi atau usaha pariwisata lainnya. Penyelenggaraan suatu acara bisnis MICE akan memberikan efek berlipat ganda (*multiplier effect*) yang lebih luas dan lebih besar terhadap sektor-sektor pendukung pariwisata yang lain.

Sektor MICE adalah indikator kuat dari perkembangan ekonomi suatu negara, penyelenggaraan acara internasional membutuhkan perangkat keras infrastruktur fisik, dan perangkat lunak sumber daya manusia yang ahli dan mentalitas layanan kelas satu. Dukungan infrastruktur yang berkualitas sangat penting termasuk akses udara, jalan atau kereta api, pusat konvensi berkualitas baik, hotel bintang tiga hingga lima, destinasi yang menarik dan bernilai tambah, pemasaran yang baik, dan konferensi profesional, penyelenggara lokal (PCO) yang ahli di bidangnya. bidangnya.

Dalam mengembangkan industri pariwisata di Indonesia, sangat penting untuk mengembangkan promosi dan pemasaran terpadu yang berkesinambungan. Sehingga diharapkan dapat menimbulkan multiplier effect, baik dari segi ekonomi, perdagangan, industri, dan citra di kancah nasional maupun internasional. Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition (MICE) memiliki peran sentral dalam mengembangkan objek yang diusulkan. Melalui tujuan MICE, berbagai peluang kebangkitan usaha kecil dan menengah akan terus tumbuh. Berbagai daerah telah menyediakan sarana dan prasarana untuk mendukung pertumbuhan industri MICE, selain itu berbagai cara untuk mempromosikan daerah sebagai daerah tujuan MICE juga terus dilakukan. Pengembangan promosi dan pemasaran terpadu yang berkelanjutan dapat menarik konsumen MICE baik dari dalam maupun luar negeri. Sebagai industri yang memiliki multiplier effect, MICE tentunya dapat meningkatkan taraf ekonomi masyarakat, karena dalam event apapun, semua pemangku kepentingan akan terlibat. Selain itu, tingkat pengangguran juga dapat tertekan di industri MICE.

Kota-kota besar di Indonesia sebagai pusat industri MICE skala nasional dan internasional dapat mendukung promosi dan penjualan produk-produk Indonesia. Menyelenggarakan berbagai kegiatan yang baik adalah acara olahraga besar; pertemuan, insentif, konferensi, pameran (MICE); mega entertainment event (acara live music yang sedang trend di dunia saat ini), festival dan lain-lain akan mendorong tumbuhnya industri berikut yang menjadi juara dalam hal devisa, peningkatan citra, investasi, pengembangan usaha kecil, dan banyak lagi.

Diantaranya industri pertemuan/konser, industri olahraga, industri pameran, industri musik (musik/konser), dan lain-lain. Dengan kata lain, peluang pengembangan ekonomi akan terbuka di masa depan, yang berasal dari aspek ukuran, pengelolaan dan pemeliharaan berbagai

tempat dari waktu ke waktu. Dan banyak negara berjuang mati-matian sekarang untuk mengambil posisi di setiap industri. Ekonomi kreatif bisa menjadi sangat penting untuk mengatasi krisis keuangan global. Sementara pertumbuhan ekonomi sentral tampak dalam kondisi baik, ekonomi kreatif berbasis budaya dan pariwisata tetap mampu tumbuh positif.

Prospek MICE Indonesia di tahun mendatang akan semakin baik. Tren industri pertemuan dunia tetap positif dengan banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh bidang medis (*ICCA, International Congress and Convention Association*). Tren kegiatan MICE di dalam negeri juga menunjukkan perkembangan yang menarik, tidak hanya oleh pelaku usaha, asosiasi dan dunia pendidikan, tetapi juga dari pemerintah dan partai politik, serta dalam skala nasional dan internasional.

Hal ini juga terlihat dari banyaknya permintaan dukungan dari berbagai pihak kepada Pemerintah, mulai dari kegiatan bidding, promosi, delegasi boosting, site visit dan program pada saat event MICE diadakan. Pemasaran dengan pelaku industri. Pendekatan Komunitas, adalah mendorong terselenggaranya kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh berbagai komunitas. Memanfaatkan tokoh/tokoh masyarakat sebagai 'Duta Besar' untuk promosi MICE dan pariwisata Indonesia.

Namun dalam perkembangannya industri MICE di Indonesia masih menghadapi beberapa kendala antara lain:

- 1) Masih rendahnya kesadaran destinasi akan pentingnya dan perlunya mempromosikan MICE;
- 2) Kurangnya database MICE yang online dan lengkap;

- 3) Masih terbatasnya sarana dan fasilitas penunjang kegiatan MICE terutama aksesibilitas (penerbangan langsung), insentif kegiatan MICE (pameran dan cinderamata bagi peserta insentif wisata kategori penting).

Pandemi telah mengubah lanskap penyelenggaraan event di seluruh dunia. Virtual event menjadi pilihan yang sangat populer di dunia, banyak pihak juga telah melaksanakan event secara hybrid dengan menggabungkan antara virtual event dan kedatangan langsung para delegasi ke lokasi acara dengan protokol kesehatan, dan hanya sedikit event dengan kedatangan langsung partisipan pun hanya diberlakukan pada event-event berskala kecil.

Hal yang dianggap sulit oleh para pelaku MICE adalah bagaimana mencari titik kesesimbangan antara ekonomi dengan isu kesehatan terkait dengan penyelenggaraan event di masa pandemic (Posch, 2020). Tentu para pelaku usaha MICE tetap menginginkan usahanya berjalan walaupun dengan sejumlah keterbatasan, tetapi di sisi lain juga harus memikirkan bagaimana melaksanakan sebuah event dengan tetap menjamin kesehatan para partisipan.

Menurut Posch (2020) salah satu format yang menjanjikan adalah konsep hybrid yang selain pada nilai-nilai yang bisa didapatkan oleh peserta juga menjanjikan ROI (*Return on Investment*) yang lebih besar dalam jangka panjang.

B. Analisis SWOT

Kegiatan MICE (*Meeting, Incentive, Conference and Exhibition*) untuk industri pariwisata Namun belakangan ini, pengembangan pariwisata tidak hanya terfokus pada pelestarian budaya lokal dan bangunan bersejarah. Tetapi mereka masih harus bekerja dengan industri pariwisata juga. Kegiatan *MICE Or Better* dikenal dengan

partisipasinya dalam pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran untuk perkembangan bisnis yang berkembang pesat di Indonesia saat ini.

Kabupaten Bone adalah bagian dari industri pariwisata saat ini, MICE sangat bagus, para anggota bisnis pariwisata Kabupaten Bone berkualitas tinggi dan memiliki tingkat kontribusi yang tinggi terhadap perekonomian, terutama negara berkembang seperti Indonesia. Dan MICE ini juga harus didiskusikan dengan pemerintah dan pelaku industri pariwisata, Dengan menyediakan berbagai fasilitas untuk kegiatan MICE (*Meetings, Incentives, Conference and Exhibitions*) untuk industri pariwisata baru, mengupayakan pengembangan pariwisata fokus pada kepedulian lokal. budaya dan bangunan bersejarah.

Tetapi mereka masih harus bekerja dengan industri pariwisata juga. Kegiatan MICE dikenal dengan partisipasinya dalam pertemuan, insentif, konferensi, dan pameran untuk perkembangan bisnis yang berkembang pesat di Indonesia saat ini. Kabupaten Bone adalah bagian dari industri pariwisata saat ini, MICE sangat bagus, para anggota bisnis pariwisata Kabupaten Bone berkualitas tinggi dan memiliki tingkat kontribusi yang tinggi terhadap perekonomian, terutama negara berkembang seperti Indonesia. dan MICE ini juga harus didiskusikan dengan pemerintah dan pelaku industri pariwisata, dengan menggunakan fasilitas yang lengkap.

Peluang wisata MICE terbuka untuk semua daerah di Indonesia, karena setiap daerah memiliki potensi wisata yang unik. kunjungan wisata MICE di Indonesia terutama pada daerah Bali, Jakarta dan Bandung. Namun peluang daerah lain bisa diraih jika daerah yang bersangkutan memiliki semangat untuk menekuni wisata MICE. Wisatawan MICE diatur pada musim sepi kunjungan (*low session*), sehingga hotel tetap eksis dan karyawan tidak khawatir dengan pendapatan mereka. “Kami mendesak

pemerintah daerah untuk menyediakan fasilitas yang memadai untuk kunjungan MICE. Wisatawan yang datang tidak bisa melakukan pertemuan atau konferensi, tetapi semua orang akan datang mengunjungi wisatawan.

Analisis SWOT adalah alat analisis yang digunakan untuk merumuskan suatu strategi atas identifikasi berbagai faktor berdasarkan pengetahuan dan pemahaman peneliti. Analisis ini digunakan untuk memaksimalkan kekuatan (Strength) dan peluang (Opportunity) dan secara bersama meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threat) (Utama, R. B. I. G dan Mahadewi, 2012). Berdasarkan hasil Pencatatan dokumen, wawancara dan dianalisis menggunakan teknik analisis SWOT ditemukan bahwa Kabupaten Bone sebagai kota MICE sejarah memiliki faktor eksternal (Peluang dan Tantangan) dan faktor internal (Kekuatan dan Kelamahan).

Berdasarkan setiap strategi dapat dijabarkan dan diturunkan berbagai macam program pengembangan yang mendukung pengembangan Kabupaten Bone sebagai kota MICE sejarah. Matriks analisis SWOT Kabupaten Bone sebagai kota MICE sejarah dapat dilihat pada Tabel dibawah ini

	Peluang (O)	Ancaman (T)
	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kabupaten Bone memiliki banyak destinasi wisata berbasis sejarah 2) Kabupaten Bone salah satu dari 3 Kota/Kabupaten yang wilayahnya sangat luas di Sulawesi Selatan 3) Daya dukung infrastruktur Mice seperti hotel dan transportasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Persaingan penyelenggaraan MICE kedepan lebih pada antar destinasi. 2) Benturan kepentingan antara pelestarian budaya dengan bisnis. 3) Pengenaan pajak untuk penyelenggaraan event cukup

	telah cukup memadai di Kabupaten Bone	tinggi. 4) Event yang terus berulang setiap tahunnya
Kekuatan (S) 1) banyak perencanaan kegiatan yang dikaitkan dengan pariwisata 2) adanya dukungan dari pemerintah 3) promosi dan edvertasing melalui digital 4) banyaknya tempat wisata sejarah 5) jumlah hotel yang memadai	SO 1. melakukan kegiatan MICE yang terintegrasi dengan event tahunan berbasis wisata sejarah 2. melakukan promosi Event MICE berbasis sejarah secara berkala setiap tahunnya 3. membenahan destinasi wisata sejarah agar layak menjadi destinasi wisata MICE	ST 1. membuat perencanaan event yang selaras dengan upaya pelestarian destinasi wisata sejarah 2. membuat kalender Event tahunan bertema MICE agar event tidak terus berulang 3. meminimalisir pajak yang harus dibayarkan oleh pengelola jasa MICE dikabupaten Bone
Kelemahan (W) 1) Terbatasnya kualitas dan kuantitas SDM pariwisata 2) Terbatasnya event Mice di Kabupaten Bone 3) Sarana akomodasi yang kurang memadai	WO 1. Memberikan pelatihan kepada pelaku usaha pariwisata untuk mendapatkan sertifikat kompetensi 2. Membuat event MICE berbasis wisata sejarah setidaknya 5 kali dalam setahun 3. Memudahkan perijinan pendirian fasilitas MICE di	WT 1. Perlu melakukan kerjasama dengan EO dan PCO serta biro perjalanan dalam membuat paket wisata MICE di Kabupaten Bone 2. Perlunya kolaborasi antara stakeholder pariwisata di Kabupaten Bone dengan sejarawan dan

	Kabupaten Bone	budayawan dalam melestarikan situs sejarah dan budaya di Kabupaten Bone guna menjaga keorisinalitas dari destinasi wisata 3. Membuka kelas pelatihan untuk mendapatkan lisensi kompetensi.
--	----------------	---

1) Strategi S-O

- 1) Peningkatan variasi aktivitas serta objek wisata untuk memberikan pilihan yang lebih banyak dalam melakukan aktivitas wisata.
- 2) Peningkatan aksesibilitas, baik yang menghubungkan antar wilayah di Kabupaten Bone atau dengan wilayah lain di luar Kabupaten Bone. Dalam hal ini, perbaikan dan peningkatan sistem transportasi menjadi sebuah prioritas pengembangan.
- 3) Peningkatan kualitas dari prasarana dan sarana wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan.
- 4) Pengembangan sistem informasi kepariwisataan, untuk kepentingan wisatawan, investasi, dan perencanaan terkait yang terpadu : lintas sektor dan antar wilayah.

- 5) Kebijakan dan program kegiatan pengembangan produk yang mendukung kegiatan pariwisata yang sesuai dengan preferensi pasar.
- 6) Pengembangan wisata budaya dalam kemasan produk yang menarik (event, festival)
- 7) Penetapan strategi pemasaran yang superior dalam meningkatkan awarness terhadap Kabupaten Bone.

Kabupaten Bone yang secara administrasi terdiri atas dari 23 kecamatan, didalam otonomi daerah ini memiliki kebijakan pembangunan secara mandiri termasuk didalamnya pengembangan kepariwisataan. Sampai dengan saat ini, belum meratanya kegiatan pemasaran pada kabupaten/kota menyebabkan belum terjadinya pemasaran terintegrasi secara optimal bagi keseluruhan wilayah Kabupaten Bone. Sebagai sebuah wilayah yang akan dikembangkan dengan skala internasional, sudah sebaiknya seluruh unsur pemerintahan tersebut secara Bersama-sama menetapkan strategi pemasaran pariwisata di Kabupaten Bone. Dari hasil pencermatan, pemasaran pariwisata yang telah dilakukan, meliputi:

Pembuatan brosur, flyer dan buku informasi kepariwisataan yang belum secara optimal memberikan informasi komprehensif terhadap kepariwisataan Kabupaten Bone.

- 1) Pengembangan situs yang secara umum belum mampu mengetengahkan informasi yang komprehensif terkait dengan kepariwisataan Kabupaten Bone .

- 2) Pengembangan event-event budaya sebagai bentuk promosi pariwisata yang belum secara signifikan mampu menarik kunjungan wisatawan kepada seluruh wilayah Kabupaten Bone.

Masih belum optimalnya aktivitas pemasaran, memberikan indikasi bahwa pengembangan dan pengelolaan kepariwisataan di Kabupaten Bone harus belum optimalnya pengembangan dan pengelolaan pariwisata di Kabupaten Bone.

Posisi pariwisata Kabupaten Bone yaitu kegiatan pengembangan pariwisata Provinsi Kabupaten Bone harus dilanjutkan dengan tambahan investasi dalam upaya perbaikan-perbaikan di berbagai aspek. Manifestasi dari strategi dasar tersebut dapat dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Penciptaan dan pemeliharaan sumber-sumber kompetitif yang terdapat pada aspek nilai beda/daya tarik dan komitmen stakeholders.
- 2) Pendanaan dan Investasi di bidang pariwisata.
- 3) Perencanaan pengembangan pariwisata yang berimbang antara manfaat (benefit) dan korbanan (cost) yang dihasilkan.

Berdasarkan strategi dasar tersebut, maka untuk menyelaraskan antara strategi pengembangan produk dan pasar dalam pengembangan pariwisata, terdapat beberapa arahan atau langkah stratejik yang dapat dilakukan oleh pengembang kepariwisataan Kabupaten Bone . Langkah stratejik tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Penetrasi Pasar (Market Penetration), Langkah strategik ini ditujukan untuk mendayagunakan atau mengoptimumkan kapasitas produk dan pasar yang ada saat ini. Saat ini, Kabupaten Bone hanya dikenal sebagai dengan wisata alam dan budaya namun memiliki potensi yang sangat besar terhadap wisata bahari dan MICE. Maka langkah penetrasi pasar yang dilakukan adalah dengan menggiatkan kegiatan pariwisata pada pasar existing, namun lebih menargetkan kepada wisata bahari, sejarah serta MICE.
- 2) Pengembangan Produk (Product Development) Langkah ini ditujukan untuk mengembangkan produk-produk baru bagi pasar yang ada saat ini. Misalnya, dengan mengembangkan kegiatan wisata leisure and experience, berupa pembangunan wisata bahari, geowisata, eco heritage, maupun eco beach atau kegiatan wisata lain di Kabupaten Bone.
- 3) Pengembangan Pasar (Market Development) Langkah ini ditujukan untuk mengembangkan pasar wisatawan baru agar berkunjung ke Kabupaten Bone dan menikmati produk wisata yang telah berkembang saat ini maupun yang akan dikembangkan. Pasar tersebut dapat berasal dari pasar wisata nasional maupun pasar Internasional.
- 4) Diversifikasi (Diversification) Langkah ini ditujukan untuk menciptakan produk dan pasar yang baru di Kabupaten Bone. Utamanya ditujukan bagi pasar Internasional maupun niche market (eco, sejarah dan budaya, MICE).

2) Strategi S-T

Adapun strategi S-T sebagai berikut

1. Membuat perencanaan event yang selaras dengan upaya pelestarian destinasi wisata sejarah

situs bersejarah di Kabupaten Bone dikelola oleh Balai cagar Budaya dan Dinas Pariwisata bekerjasama dengan masyarakat sehingga situ tetap terjaga dapat dijadikan sebagai lokasi MICE. Wisatawan dapat menikmati kejayaan kerajaan Bone pada masa lalu melalui jejak sejarah dan kegiatan MICE yang bertema sejarah dan Budaya.

2. Membuat kalender Event tahunan bertema MICE agar event tidak terus berulang. Dinas pariwisata Kabupaten Bone dalam hal ini harus membuat kalender tahunan khusus event sejarah dan budaya. Hal ini dimaksudkan agar mudah untuk menarik minat wisatawan ke kabupaten Bone.
3. Meminimalisir pajak yang harus dibayarkan oleh pengelola jasa MICE di kabupaten Bone dimasa pandemic dalam 2 tahun terakhir ini sangat berdampak pada industry MICE , sehingga tidak jarang hotel atau EO mengalami kebangkrutan. Hal yang harus dilakukan oleh pemerintah adaah dengan mengurangi pajak yang menjadi beban bagi industry MICE sehingga industri ini dapat bangkit kembali.

3) Strategi W-O

1. Pelatihan tenaga Kerja

Tenaga kerja yang memiliki kemampuan sesuai dengan bidang pekerjaannya merupakan asset besar dalam pengembangan sektor pariwisata di Provinsi Sulawesi Selatan. Namun kondisi saat ini, SDM yang bergerak di bidang pariwisata pada sektor publik maupun sektor privat (usaha pariwisata) masih terbatas, baik dari sisi kuantitas maupun kualitas.

Pariwisata selalu menjadi perbincangan yang hangat dan sering di jadikan musabab muncul dan berkembangnya prikalu sosial dan dampak negatif di kalangan masyarakat yang pada akhirnya tidak mengerankan kalau sebagai masyarakat tidak menyutujui anaknya untuk bersekolah dan membangun karier di bidang jasa pariwisata, ditambah lagi Bahasa Inggris juga menjadi penyebab terhambatnya perkembangan pertumbuhan sumber daya manusia khususnya bidang pariwisata di Sulawesi Selatan.

Usaha peningkatan SDM pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai cara. Dapat dimulai melalui peningkatan pada institusi pendidikan pariwisata dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan. Hal ini dapat diwujudkan dengan meningkatkan kualitas maupun kuantitas institusi pendidikan secara proporsional. Setidaknya untuk setiap kabupaten kota memiliki sebuah sekolah menengah kejuruan bidang kepariwisataan dan sebuah perguruan tinggi kepariwisataan untuk wilayah Provinsi Sulawesi Selatan.

Kemudian, pemerintah dapat memberikan kemudahan beasiswa pendidikan bagi tenaga pengajar dibidang kepariwisataan, menjalin kerjasama pendidikan dengan instiusi pendidikan pariwisata yang baik untuk melakukan kajian dan penelitian kepariwisataan serta mempererat hubungan kerja di bidang pendidikan,

memotivasi siswa yang berminat terhadap pendidikan pariwisata dengan bantuan beasiswa pendidikan.

Untuk meningkatkan kualitas SDM pelaku industri kepariwisataan dapat dilakukan dengan memberikan pelatihan bagi pelaku industri pariwisata secara berkala mulai dari pelatihan operasional hingga pelatihan manajerial. Memberlakukan sertifikasi keahlian di bidang kepariwisataan untuk tenaga kerja kepariwisataan, memberdayakan organisasi profesi di bidang kepariwisataan melalui kerjasama, pelatihan dan diskusi-diskusi serta memantau standarisasi pelayanan kepariwisataan kepada setiap industri kepariwisataan secara periodik. Selain membangun SDM pariwisata bagi masyarakat dan pelaku industri pariwisata, dalam sistem birokrasi juga layak dilakukan peningkatan terhadap SDM aparatur penyelenggara kepariwisataan tersebut.

Hal ini dapat dilakukan dengan memperkaya wawasan bagi pengambil kebijakan pariwisata daerah dengan pelatihan serta melakukan studi perbandingan dengan daerah tujuan wisata lainnya. Untuk memperkuat payung hukum di bidang kepariwisataan, pemerintah dapat membuat perda kepariwisataan yang memihak bagi kepentingan masyarakat dan dunia usaha. Pembangunan sumber daya manusia pariwisata Sulawesi Selatan tidaklah kewajiban pemerintah semata. Peran serta dan dukungan masyarakat sangat dibutuhkan.

Kepedulian masyarakat terhadap penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan harus dikembangkan. Semua dapat memulainya melalui pendalaman pengetahuan kepariwisataan, mengembangkan sapa pesona, mengembangkan sikap yang sadar wisata, memelihara kelestarian lingkungan hidup dan memanfaatkan peluang-peluang usaha dibidang kepariwisataan. Tanpa dukungan dan peran aktif masyarakat, pembangunan sumber daya

mausia pariwisata dan penyelenggaraan kegiatan kepariwisataan akan sulit dilaksanakan.

4) Strategi W-T

1. Untuk jumlah akomodasi yang ada diperlukan mengoptimalkan kualitas secara fisik bangunan dan pelayanan, sehingga tercapai standar pelayanan yang baik, dengan demikian diperlukan masukan-masukan dari pemerintah kepada para pengelola akomodasi sebagai rekomendasi peningkatan standar pelayanan hotel, sanitasi dan kepuasan konsumen. Diperlukan adanya perbaikan akses jalan, banyaknya fasilitas makan dan minum namun belum mencapai standar dalam hal sanitasi dan kesehatan, dengan demikian diperlukan pula pembuatan standar dan persyaratan fasilitas makan dan minum oleh pemerintah sehingga kondisinya lambat laun dapat menyesuaikan dengan standar tersebut.
2. Pengembangan model promosi Kabupaten Bone sebagai kota wisata. Perkembangan pariwisata di Kabupaten Bone membuat pemangku kepentingan pariwisata Kabupaten Bone harus kreatif dalam mengembangkan alat promosi yang efektif. Salah satu cara kreatif adalah dengan pengembangan model promosi yang menarik perhatian pada Tagline. Tagline yang menarik dapat mempengaruhi kunjungan wisatawan. Tagline yang ditawarkan peneliti adalah “Love Bone Mabessa”. Bentuk Love adalah representative dari Tagline Wonderful Indonesia dengan harapan semua yang berada di Kabupaten Bone dapat menjadi potensi kecintaan wisatawan.

3. Pengelompokan dan penguatan karakter acara Kabupaten Bone. Acara merupakan komponen penting dalam pariwisata Kabupaten Bone. Untuk itu perlu diadakan inventarisasi dan memperkuat karakter acara Kabupaten Bone sehingga dapat merepresentasikan Kabupaten Bone dan pada akhirnya dapat menarik angka kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Kabupaten Bone.

Bab VI

Potensial MICE

Di Kabupaten Bone

Perkembangan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) merupakan industri yang banyak digunakan oleh berbagai macam organisasi, perusahaan dan sekelompok orang untuk mendukung kemajuan program-programnya. Berkembangnya industri MICE atau wisata konvensi ini sebagai industri baru yang bisa menguntungkan bagi banyak pihak, karena industri MICE ini merupakan industri yang kompleks dan melibatkan banyak pihak yang memberikan kontribusi tinggi secara ekonomi terlebih bagi negara berkembang.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bisnis MICE sangat layak untuk dikembangkan di Kabupaten Bone karena kota ini memiliki berbagai keunggulan, juga dilihat dari fasilitas hotel, gedung pertemuan, sarana dan prasarana transportasi, jaringan

telekomunikasi dan ketersediaan berbagai jenis pariwisata. termasuk kuliner dan kerajinan. Rasa aman tinggal di Kabupaten Bone cenderung membuat banyak wisatawan tinggal lebih lama, yang pada gilirannya akan memberikan efek yang lebih baik dari bisnis pariwisata MICE. Dengan predikat sebagai kota wisata, kota Kabupaten Bone memiliki potensi besar untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi kawasan tujuan wisata MICE dengan fasilitas yang lebih banyak dan berkualitas. Untuk itu, sinergi antara pelaku usaha MICE dalam kegiatan promosi dan pemasaran serta kemitraan antara pemerintah dan swasta dalam pengembangan dan penyelenggaraan event MICE, terutama untuk tingkat nasional, regional dan internasional untuk meningkatkan daya saing dan keuntungan bersama.

Melalui industri MICE, berbagai peluang untuk kebangkitan usaha kecil dan menengah akan dapat terus berkembang. Berbagai daerah telah menyediakan sarana dan prasarana dalam mendukung pertumbuhan industri MICE, selain berbagai cara untuk mempromosikan daerahnya sebagai daerah tujuan MICE juga terus melakukannya. Pengembangan promosi dan pemasaran terpadu terus menarik Konsumen MICE baik di dalam maupun di luar negara. Ini adalah industri yang memiliki karakter *multiplayer effect*, MICE pasti bisa meningkatkan ekonomi masyarakat sekitar, karena dalam acara, semua pemangku kepentingan akan terlibat. Sebagai tambahan, tingkat pengangguran juga akan ditekan melalui industri MICE.

Selain infrastruktur dan daya tarik wisata, Indonesia juga memiliki banyak sumber daya manusia yang berkualitas dan berkompeten dalam menyelenggarakan *international event* seperti MICE hal tersebut terbukti dengan banyaknya organisasi atau asosiasi jasa pelayanan dan pengelolaan pariwisata yang tersebar di seluruh Indonesia seperti ASITA, Asperapi,

PHRI, APJI, HPI, PUTRI, Gahawistri, ASPINDO, HPP, AKPI, MPI, dan HHRMA yang siap untuk menyediakan dan mengelola bisnis MICE di Indonesia.

Event MICE yang diselenggarakan di Indonesia dapat memberikan banyak dampak berupa keuntungan tersendiri bagi kemajuan industri pariwisata Indonesia mengingat terdapat berbagai potensi bisnis yang mendapat keuntungan besar dari Industri MICE, mulai dari percetakan, hotel, perusahaan souvenir, biro perjalanan wisata, transportasi, professional conference organizer (PCO), usaha kecil dan menengah (UKM), gedung pertemuan, sarana dan prasarana infrastruktur, jaringan komunikasi dan berbagai tourist attractions.

Kabupaten Bone sebagai salah satu kabupaten di Sulawesi Selatan yang berpotensi sebagai kota MICE karena selain udaranya yang dingin dan sejuk, Kabupaten Bone merupakan salah satu tempat wisata yang animo masyarakatnya tinggi untuk melakukan kegiatan wisata. Oleh karena itu banyak orang yang melakukan kegiatan MICE ini di daerah Kabupaten Bone. tempat wisata dan fasilitas-fasilitas lainnya yang mendukung memberikan dampak positif bagi masyarakat sekitar.

Pemerintah Kabupaten Bone dapat berperan aktif dalam memajukan pariwisata dengan cara mempermudah perizinan pendirian hotel, restoran dan fasilitas MICE. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya bangunan hotel di Kabupten Bone.

Perlunya peningkatan jumlah SDM yang memiliki sertifikasi sesuai dengan standar MICE internasional, peningkatan kerjasama dengan stakeholder pariwisata dalam pengembangan wisata MICE di Kabupaten Bone. Aksesibilitas Kabupaten Bone perlu dibuka seluas-luasnya baik dari dalam maupun luar negeri. Ini akan meningkatkan nilai jual Kabupaten Bone di mata industri MICE yang sangat mengutamakan kemudahan akses dalam

pemilihan tempat penyelenggaraan event MICE, perlunya penelitian yang lebih luas terkait dengan penyelenggaraan event di masa pandemi, masih sangat sedikit rujukan yang bisa di dapatkan terkait dengan peluang dan tantangan pelaksanaan event yang sejalan dengan adanya pandemic covid-19 khususnya di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Andini, Nyoman Dini, 2014, *Pengelolaan Wisata Konvensi*, Singaraja, Graha Ilmu.
- Clarkson. H. Oglesby, 1999, *Teknik Jalan Raya*, Jakarta: Gramedia
- DiPietro, R.B, Breiter.D, Rompf P dan Godlewska .M (2008), *Journal of Convention and Event Tourism*, Vol 9 (4). Pp 258-276.
- Cooper, et. al. 2005. *Tourism Principle and Practice*, 3rd ed. Prentice Hall, Newyork
- Gan.L.L dan Frederick J.R (2011), *Medical Tourism in Singapore: A Structure-Conduct-Performance Analysis*, *Journal of Asia-Pacific Business*, 12: pp.141-170
- Hasbi, Andi dan Badollahi, Zainuddin. 2019. *Analisis Partisipasi Masyarakat dan Pemerintah Dalam Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Bone di Sulawesi Selatan*. *Jurnal Pusaka* Vol 1 No.2 hlm 15-27 ISSN 2656-1301 (Online) 2656-1336
- ICCA.2017. *ICCA Statistics Report: Country and City Rankings 2016*.
- Indrajaya, T. (2015). *Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten*. *Jurnal Ilmiah Widya*, 4(3), 80-87 <http://e-journal.jurwidyakop3.com/index.php/jurnal-ilmiah/article/view/232>
- Kementerian Pariwisata RI.2017. “Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran”. Jakarta: Kemenpar.
- Kementerian Pariwisata RI.2017. “Peraturan Menteri Pariwisata RI Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan,

- Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran”. Jakarta: Kemenpar.
- Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. (2018). Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 338 tentang Persetujuan Penyelenggaraan Pameran Dagang, Konvensidan Seminar Dagang. http://jdih.kemendag.go.id/backendx/image/rancangan_peraturan/13011250_R-
- Lee.S.H dan Fenich ,G.G (2016), Perceived fairness of room blocks in the Meetings, Incentives, Convention, and Exhibition industry, *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 17(2), pp. 159-171.
- McCartney.G (2008), The CAT (Casino Tourism) and the MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions): Key Development Considerations for the Convention and Exhibition Industry in Macao, *Journal of Convention & Event Tourism*, Vol. 9(4), pp. 293-308.
- Meyers, K. (2009). Pengertian pariwisata. Jakarta: Unesco office.
- Middleton, Victor T. C. (2001). *Marketing in Travel and Tourism 3rd Edition*. MPG Books Ltd, Bodmin
- Murdopo, M. 2011. *Potensi Industri Mice Indonesia*. Jakarta: Kementerian Perdagangan Republik Indonesia
- Pendit S. Nyoman. (1999). *Wisata Konvensi, Potensi Gede Bisnis Besar*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka
- Pendit. Nyoman S. 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramitha
- Prasetyo, AS, Fatimah, T, Padawangi, R, 2017, Perkembangan Kota Lama Tangerang dan Potensinya sebagai Destinasi Wisata Pusaka, *Vitruvian: Jurnal Arsitektur, Bangunan, dan Lingkungan* 7 (1), 2017, pp 17-30
- Pujaasawa, I., & Ariana, I. N. (2015). *Pedoman Identifikasi Potensi Daya Tarik Wisata*. Bali: Pustaka Larasan.

- Simbara, Agus, 2013. *Strategi Promosi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Tanjung Pinang Kepulauan Riau dalam Mempromosikan Objek Wisata Pulau Penyengat*, FISIP UR: Pekanbaru.
- Undang-Undang No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan Oka A. Yoeti. 2000. Manajemen Wisata Konvensi. Jakarta. Pertja
- Undang-undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- UNWTO.2014. "Global Report on the Meeting Industry 2014". Madrid: UNWTO
- World Tourism Organization. 2006. Measuring The Economic Importance of The Meeting Industry: Developing a Tourism Satellite Account Extension. Madrid: UNWTO
- Yoeti, Oka, Drs. MBA. 2000. Manajemen Wisata Konvensi. Jakarta: PT. Pertja
- Yoeti. 2002. Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata. Penerbit PT. Pradnya Paramita, Jakarta.

IDENTITAS PENULIS



Andi Hasbi, Lahir di Tempe Kab. Wajo pada tanggal 22 September 1972 Menyelesaikan pendidikan pada Diploma Tiga Manajemen Makanan dan Minuman pada Jurusan Hospitaliti Akademi Pariwisata Makassar serta melanjutkan pada kejenjang Strata satu, Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Negara

STIA LAN RI Makassar jurusan Manajemen Sumber Daya Manusia pada tahun 2008, kemudian melanjutkan pendidikan pada program Pascasarjana Universitas Muslim Indonesia Jurusan Doktoral Ilmu Manajemen konsentrasi Manajemen Sumber Daya manusia yang diselesaikan pada tahun 2016.

Pada tahun 2019 memperoleh gelar profesi Certified Hospitality Educator (CHE) dari American Hotel & Lodging Educational Institute (AHLEI). Selain pendidikan formal, juga pernah mengikuti berbagai pelatihan seperti pelatihan Penyuluh Standar Kompetensi Kerja nasional Indonesia (SKKNI) tahun 2006, Pelatihan di bidang MICE, Pelatihan pengajaran Food and Beverage Service untuk Professional, Train of trainers (TOT) tenaga Pengajar Lembaga Pendidikan Vokasi serta Pelatihan bidang Hospitality & Tourism, Ovedasso Vienne Austria tahun 2001.

Saat ini aktif dalam berbagai asosiasi profesi, seperti Pengurus Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sulsel, Anggota Forum Manajemen Indonesia (FMI) Sulsel, Forum Doktoral Ilmu Manajemen Universitas Muslim Indonesia serta Asessor Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Aktif dan terlibat dalam beberapa penelitian terapan kepariwisataan, baik secara perorangan maupun kelompok.