Bintara

Bina Wisata Nusantara

POTENSI WISATA KONVENSI ATAU MICE DI KOTA MAKASSAR SULAWESI SELATAN

THE POTENTIALS OF CONVENTION OR MICE TOURISM IN MAKASSAR CITY SOUTH SULAWESI

Muh. Arfin M. Salim¹

Abstract

This research describes the potentials of the convention or MICE tourism in Makassar City South Sulawesi including the supporting facilities. Makassar City has good potentials on MICE industry. As a metropolitan city, Makassar can play the role to be one of the Convention or MICE tourism destination in Indonesia. Because Makassar has completed facilities for the convention activities such as convention center, stars hotels, international airport and others. Those potentials can not be exploited well without supported by government and other stakeholders. The convention or MICE tourism potential has to be managed comprehensively, professionally and optimally.

Key words: potentials, Destination, MICE and industry

¹Muh. Arifin M. Salim : Dosen Akademi Pariwisata Makassar, Sulsel. Email : arifin70@yahoo.com

PENDAHULUAN

Berbicara mengenai kepariwisataan berarti meliputi berbagai kegiatan yang berhubungan dengan wisata, pengusahaan, objek dan daya tarik wisata, serta usaha lainnya yang terkait. Pembangunan kepariwisataan pada hakikatnya merupakan upaya untuk mengembangkan dan memanfaatkan objek dan daya tarik wisata, yang terwujud antara lain dalam bentuk kekayaan alam yang indah, keragaman flora dan fauna, kemajemukan tradisi dan seni budaya, serta peninggalan sejarah dan purbakala. Pengembangan objek dan daya tarik wisata tersebut apabila dipadukan dengan pengembangan usaha jasa dan sarana pariwisata, seperti biro perjalanan, jasa konvensi, penyediaan akomodasi dan penyediaan transportasi wisata, akan berfungsi di samping meningkatkan daya tarik bagi berkembangnya jumlah wisatawan juga mendukung pengembangan objek dan daya tarik wisata baru. Hasil yang optimal akan diperoleh apabila upaya pengembangan tersebut didukung oleh pembangunan prasarana yang memadai.

Kepariwisata nasional mempunyai ciri khusus yang memerlukan pendekatan yang sesuai dalam pengembangannya. Ciri tersebut antara lain adalah berlingkup global; secara ekonomi mempunyai pengaruh efek ganda yang luas dan besar; secara sosial budaya mengandung kemampuan membentuk, mengembangkan, dan meningkatkan nilai budaya manusia dan masyarakat Indonesia; juga berdimensi politik, pertahanan dan keamanan;

melibatkan seluruh lapisan masyarakat, menampilkan kepribadian berdasarkan jiwa, semangat serta nilai-nilai luhur bangsa Indonesia; memiliki kemampuan untuk mendorong pelestarian lingkungan hidup; dan dalam pengembangannya sangat terkait dan dipengaruhi oleh faktor di luar kepariwisataan sendiri sehingga memerlukan koordinasi berbagai sektor.

Dalam UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 ayat 4 menyatakan Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha. Selanjutnya dalam pasal 1 ayat 4 dikatakan bahwa Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

Berdasarkan pengertian tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan kepariwisataan meliputi kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata yang bersifat multidimensi dan multidisiplin dalam rangka memenuhi kebutuhan setiap orang, kelompok, dan Negara. Dengan memperhatikan ciri tersebut, perencanaan dan pelaksanaan pembangunan kepariwisataan nasional dilakukan secara terpadu antara berbagai komponen yang menentukan dan menunjang keberhasilannya, seperti objek dan daya tarik wisata, akomodasi, transportasi, telekomunikasi, listrik, air

bersih, dan industri cenderamata, serta melibatkan koperasi, swasta, dan masyarakat luas. Selain itu, sumber daya manusia yang merupakan pelaku utama dalam pembangunan kepariwisataan sangat penting untuk ditingkatkan kuantitas dan kualitasnya.

Di tengah keterpurukan industri pariwisata sekarang ini, munculnya berbagai gagasan baru untuk menggalakkan kegiatan wisata mutlak diperlukan. Salah satu gagasan baru yang kini mulai ramai diperbincangkan adalah wisata MICE, yaitu *Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions*, atau yang lazim disebut wisata konvensi. Selanjutnya Wisata konvensi atau MICE merupakan salah satu bentuk usaha pariwisata sebagaimana dijelaskan dalam UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pasal 14 ayat 1 huruf.

Menurut pengamatan para pakar ekonomi pariwisata, potensi sumbangan devisa dari jenis wisata Konvensi tidak kalah besarnya dibanding jenis-jenis wisata yang lain. Lama tinggal dan tingkat belanja wisatawan jenis ini cenderung lebih tinggi dibanding wisatawan jenis lainnya. Itulah sebabnya, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata berambisi mengembangkan Indonesia sebagai destinasi utama wisata konvensi di kawasan Asia Tenggara, sekalipun untuk itu harus bersaing dengan Thailand, Malaysia, dan Singapura. Dalam konteks inilah, Makassar sesungguhnya memiliki potensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata MICE di Indonesia. Makassar telah memiliki fasilitas konvensi yang cukup memadai dan

pendukung lainnya seperti hotel, restoran dan usaha pariwisata lainnya.

Berdasarkan kenyataan tersebut di atas, dalam penelitian ini akan membahas tentang potensi wisata MICE atau wisata konvensi di Makassar, Sulawesi Selatan. Adapun rumusan masalah dalam penelitian adalah:

1. Bagaimana penyelenggaraan wisata MICE atau wisata konvensi di Kota Makassar Sulawesi Selatan?
2. Bagaimana kesiapan Kota Makassar untuk menjadi tujuan wisata MICE atau wisata konvensi dan pameran?

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. mengetahui penyelenggaraan Wisata MICE atau wisata konvensi di Kota Makassar Sulawesi Selatan
2. mengetahui kesiapan Kota Makassar untuk menjadi salah satu Kota tujuan wisata MICE atau wisata konvensi atau pameran

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat mempengaruhi perkembangan perekonomian Indonesia karena merupakan salah satu sumber pendapatan negara dalam era globalisasi sekarang ini. Sektor ini pun semakin berkembang sejalan dengan perkembangan dan kemajuan ilmu dan teknologi. Berbagai bentuk wisata pun ditawarkan seperti wisata alam, wisata minat khusus, wisata religi, wisata bahari, wisata konvensi atau MICE dan masih banyak lagi bentuk-bentuk wisata lainnya. Prospek industri MICE dewasa ini menjadi semakin penting seiring dengan kemajuan teknologi dan pengetahuan serta persaingan bisnis

semakin kuat dengan tingkat konflik antar negara atau kelompok semakin meningkat pula, menuntut untuk diadakannya berbagai pertemuan (meeting), perundingan dan konferensi baik tingkat wilayah, nasional maupun internasional (Kesrul: 2004:xvii)

Selanjutnya, Kesrul (2004:3) mendefinisikan MICE adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya merupakan perpaduan Leisure dan Business, biasanya melibatkan sekelompok orang yang secara bersama-sama. Rangkaian kegiatan dalam bentuk pertemuan, insentif perjalanan, konvensi dan pameran. Sebagai suatu industri MICE mempunyai peranan penting dalam meningkatkan perekonomian dan kesempatan berusaha. Sebagai salah satu Negara tujuan wisata dunia, Indonesia memiliki berbagai potensi wisata yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Hal itu tidak mengherankan karena wilayah Indonesia yang membentang dari Sabang sampai Merauke memiliki keanekaragaman budaya dan kekayaan alam yang melimpah. Oleh karena itu sudah sewajarnya banyak wisatawan yang tertarik untuk berkunjung ke Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata jumlah kunjungan wisatawan ke Indonesia yang mencapai 4 juta wisatawan setiap tahunnya (Sumber :Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2006).

Wisata konvensi adalah suatu bentuk wisata yang menggabungkan kegiatan bisnis dengan wisata. Menurut Kamus Webster's New Collegiate Dictionary merumuskan istilah *Convention*

(Konvensi), "*An assembly, often periodical, of members or delegates, as of a political, social, professional or religious group*". (Pendit,1999:23).

Lebih lanjut, Pendit, (1999: 26) menyatakan bahwa MICE adalah kegiatan konvensi, perjalanan insentif dan pameran dalam industri pariwisata. MICE telah menjadi suatu saran sekaligus produk yang dapat dikategorikan dan masuk dalam paket-paket wisata siap dijual kepada asosiasi, organisasi, badan, lembaga, korporasi, perusahaan besar dan sebagainya baik dalam skala daerah, regional, nasional dan maupun internasional.

Perkembangan usaha penyelenggaraan konvensi dan pameran di Indonesia dewasa ini mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini terlihat semakin banyaknya usaha-usaha atau kegiatan baik yang berhubungan langsung atau tidak dengan kegiatan kepariwisataan. Kesemua ini atas kerja keras dari semua pihak baik pemerintah dan instansi terkait, swasta dan seluruh lapisan masyarakat. Kegiatan konvensi atau MICE merupakan kegiatan pariwisata yang dilakukan dengan suatu perencanaan yang matang dengan tujuan tertentu. Wisata konvensi juga berlandaskan pada ikatan antara penyedia wisata dan pesertanya. Pertemuan dan konferensi, misalnya, selalu mempunyai organisasi/institusi penyelenggara yang mengundang anggota atau relasinya. Antara penyelenggara dan peserta sudah ada basis hubungan dalam berbagai bentuk-misalnya kesamaan minat, kepentingan, hobi, kepedulian, dan sebagainya. Hal ini

memberikan kenyamanan dan rasa aman karena wisatawan peserta suatu event MICE sudah mengetahui dengan jelas host mereka. Strategi pengembangan produk wisata harus berlandaskan pada tiga hal, yakni selera konsumen (pasar), visi/misi produsen, dan integritas produk itu sendiri.

Wisata konvensi juga berlandaskan pada ikatan antara penyedia wisata dan pesertanya. Pertemuan dan konferensi, misalnya, selalu mempunyai organisasi/institusi penyelenggara yang mengundang anggota atau relasinya. Antara penyelenggara dan peserta sudah ada basis hubungan dalam berbagai bentuk-misalnya kesamaan minat, kepentingan, hobi, kepedulian, dan sebagainya. Hal ini memberikan kenyamanan dan rasa aman karena wisatawan peserta suatu event MICE sudah mengetahui dengan jelas host mereka. Strategi pengembangan produk wisata harus berlandaskan pada tiga hal, yakni selera konsumen (pasar), visi/misi produsen, dan integritas produk itu sendiri.

Dalam sebuah penyelenggaraan konvensi yang dilakukan tidak hanya kegiatan pertemuan saja, namun juga dilakukan kegiatan-kegiatan lain seperti perjalanan wisata, belanja ataupun kegiatan-kegiatan lainnya. Untuk itu dalam sebuah penyelenggaraan konvensi tidak hanya dibutuhkan tempat beserta fasilitas konvensi saja, namun juga dibutuhkan sarana transportasi untuk *traveling*, sarana hiburan, olahraga, pusat perbelanjaan, sarana akomodasi, dan sarana prasarana pendukung lainnya. Melihat sarana prasarana yang diperlukan dalam satu kali kegiatan konvensi cukup banyak,

sudah tentu akan melibatkan tenaga kerja yang jumlahnya banyak didalam pelaksanaannya. Oleh karena itu maka dikatakan bahwa konvensi merupakan suatu bisnis besar.

Noor (2007:13) mengemukakan keuntungan dari wisata MICE atau Konvensi ini adalah membuka lapangan kerja baru, tidak hanya menciptakan tenaga kerja musiman namun juga telah menciptakan pekerjaan tetap bagi banyak masyarakat yang memiliki kemampuan tidak berbeda dengan bisnis pariwisata yang banyak diciptakan di negara-negara sedang berkembang. Roger dalam Noor (2007: 13) juga menjelaskan bahwa kegiatan konferensi dan busines MICE merupakan bisnis yang memiliki dampak negatif lebih kecilpad lingkungan daripada yang dilakukan *Mass Tourism*, karena bisnis ini fokus pada jumlah peserta yang tidak terlalu banyak sehingga penggunaan alat transportasi akan lebih berkurang, sehingga akan mengurangi kemacetan serta polusi yang ditimbulkan.

McCabe, *at all*. (2000:4) mengemukakan beberapa keuntungan dari Industri MICE adalah sebagai berikut:

1. Berkontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja dan pendapatan baik secara nasional dan regional
2. Meningkatkan pendapatan devisa negara
3. Mendorong aktifitas bisnis suatu negara baik secara nasional maupun internasional dengan memperkuat hubungan bisnis diantara perusahaan
4. Membantu mengembangkan investasi di bidang pariwisata dan

infrastruktur rekreasi

5. **Memberikan kesempatan untuk mengakses teknologi baru dan pertukaran ide-ide serta untuk membangun bisnis yang baik dan hubungan yang profesional dan aspek-aspek sosial dan budaya.**
6. **Menjalin kerjasama para praktisi dan ahli baik secara nasional maupun internasional dalam bidang masing-masing pada pertemuan dan konvensi**
7. **Menyediakan fasilitas untuk melanjutkan pendidikan dan pelatihan dan suatu forum untuk mengembangkan dan memelihara hubungan profesional**
8. **MICE yang sukses dapat menjadi metode yang baik untuk menarik para pengunjung dan bisnis lain pada suatu wilayah**
9. **Menyediakan operator pariwisata lokal dengan pengetahuan dasar terhadap sejumlah pengunjung**

Perkembangan penyelenggaraan kegiatan MICE sekarang ini sangat maju, hal ini dapat dilihat akan meningkatnya jumlah perusahaan penyelenggara dan penyedia jasa pelayanan yang berhubungan dengan kegiatan. Noor (2007: 15) menyatakan bahwa perkembangan bisnis wisata konvensi sejalan dengan perkembangan teknologi membuat sekelompok orang sering berkumpul untuk melakukan konvensi. Globalisasi merupakan faktor pendorong untuk terselenggaranya wisata konvensi ini, dengan berpandangan bahwa dunia semakin kecil, tempat yang jauh menjadi terasa lebih dekat atau lebih mudah dijangkau

maka kegiatan wisata konvensi juga berkembang pesat.

Menurut Kesrul (2004: 12) bahwa segmentasi penyelenggaraan MICE dapat dibagi menjadi dua jenis yakni

1. *Company / Corporate Meetings*: pertemuan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan bisnis / sosial, misalnya manajemen meeting, regional atau nasional meeting, training dan seminar dan lain-lain
2. *Association/Organization Convention, Congress, and Conference*, yaitu pertemuan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau asosiasi atau kelompok, seperti *professional association meeting, education association meeting, regional association meeting* dan lain-lain

Selanjutnya Kesrul (2004:9) mengemukakan karakteristik industri MICE atau konvensi adalah sebagai berikut:

1. Jumlah peserta MICE yang menghadiri konvensi dan pameran pada umumnya cukup besar atau grup
2. Status tingkatan golongan dari peserta biasanya menengah ke atas (businessman)
3. Biaya pengeluaran yang dikeluarkan jauh lebih besar, baik peserta atau penyelenggara
4. Menciptakan potensi kesempatan dan lapangan kerja baru yang jauh lebih besar sehingga menyerap sumber daya manusia
5. Sebagai media promosi yang efektif, apalagi diselenggarakan secara nasional atau internasional

6. Kesempatan pelaksanaannya dilakukan pada musim sepi (low Season), mengingat pada musin ramai (high season) peserta diharapkan pada bisnisnya sendiri.
7. Peserta hampir dipastikan membawa passport

Oleh karena itu wisata konvensi ini merupakan suatu kegiatan yang melibatkan banyak orang atau kelompok masyarakat, terutama bagi orang yang mengikuti kegiatan tersebut dan juga termasuk pendukung kegiatan sehingga Wisata konvensi dapat dikatakan suatu perhelatan menyerap berbagai kelompok masyarakat.

Sehubungan penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa pariwisata merupakan salah bentuk bisnis pariwisata yang memiliki keuntungan yang cukup menjanjikan karena tidak hanya menciptakan pekerjaan yang sementara tetapi menciptakan pekerjaan tetap bagi orang-orang yang memiliki kemampuan atau kompetensi. Begitupula kegiatan ini memiliki dampak negatif yang kurang atau dapat dikatakan ramah lingkungan.

METODOLOGI

Lokasi penelitian ini adalah Kota Makassar dengan pengambilan sampel di Kota Makassar. Jenis penelitian adalah Survei deskriptif untuk mengukur fenomena sosial dengan pengembangan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesa (Singarimbun: 1989: 4).

Untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini, maka penentuan populasi dan sample adalah hal yang sangat penting, populasi dan

sample dalam penelitian ini adalah Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Makassar, PT. Debindo sebagai PCO di Kota Makassar serta responden yang memahami tentang objek yang diteliti dalam rangka mendapatkan informasi tentang objek dan daya tarik wisata.

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer yaitu data yang memiliki validitas tinggi untuk menjawab permasalahan, karena data primer adalah data empirik yang diperoleh peneliti secara langsung dari responden di lokasi penelitian., Data Sekunder adalah data yang tersedia di lapangan, diperoleh dari studi kepustakaan dengan membaca buku-buku, dokumen yang berhubungan dengan obyek penelitian sebagai landasan teori di dalam memecahkan masalah penelitian ini.

Untuk memperoleh dan mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini digunakan teknis adalah Teknik *interview* atau wawancara dan penelusuran informasi lewat kepustakaan serta teknik observasi

Teknik pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Teknik Analisa Deskriptif Kualitatif yaitu data diolah berdasarkan pemaparan yang dikualifikasi dalam bentuk paparan. Adapun strategi pelaksanaan adalah melakukan survey dan observasi ke Kota Makassar

PEMBAHASAN

Beberapa tahun terakhir, pariwisata mengalami perkembangan yang cukup pesat. Di tengah bergejolaknya perekonomian global akhir-akhir ini,

negara-negara di dunia berusaha mengembangkan potensi wisata yang mereka miliki untuk meningkatkan devisa. Diramalkan, pada 2010, pariwisata bakal menjadi industri terbesar di dunia. Untuk menghadapi persaingan yang ketat, Indonesia *Congress and Convention Association* (INCCA) mengandalkan *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE). "Memasuki era globalisasi ini, konvensi menjadi sektor penunjang pariwisata yang prospektif, Sebab globalisasi mendorong semakin banyaknya kerja sama dan pertemuan antar korporasi maupun institusi. Karena itu, para pelaku pariwisata harus bisa menangkap momen tersebut sebagai peluang bisnis.

Selanjutnya, kota Makassar sebagai pintu gerbang Indonesia bagian timur memiliki potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan pariwisata, khususnya wisata konvensi karena Kota Makassar juga merupakan salah satu kota metropolitan yang berada di kawasan timur Indonesia. Kota Makassar memiliki potensi untuk menjadi salah satu kota tujuan wisata konvensi atau MICE di Indonesia disamping Kota Makassar merupakan pintu gerbang untuk Indonesia bagian Timur sebagaimana dijelaskan sebelumnya. Saat ini Kota Makassar telah memiliki pusat pertemuan yang dikenal dengan nama *Celebes Convension Center* (CCC) dengan kapasitas 10.000 orang. Hadirnya ruang pertemuan berskala internasional serta pembangunan hotel bintang dan apartemen di Makassar akan menjadikan ibukota provinsi Sulsel ini menjadi

pilihan bagi pebisnis dan lembaga/badan asing untuk melakukan kegiatan.

Beberapa kegiatan MICE atau konvensi yang telah dilaksanakan di Kota Makassar baik berskala regional, nasional maupun internasional. Kegiatan-kegiatan yang banyak dilakukan adalah berupa pertemuan dan pameran. Kegiatan – kegiatan tersebut mengindikasikan bahwa Kota Makassar memiliki potensi untuk menjadi salah satu kota destinasi wisata konvensi atau MICE. Adapun kegiatan MICE yang dilakukan di Kota Makassar adalah diantaranya Tourism Indonesia Mart and Expo tahun 2006 dan 2008, Pertemuan negara-negara ASEAN yang tergabung dalam BIMP-AGA tahun 2008, temu Alumni ESQ Ineternasional tahun 2008, kegiatan nasional kepemudaan tahun 2007, Pertemuan Tahun Saudagar Bugis Makassar dan beberapa peretemuan-pertemuan ilmiah yang dilakukan baik tingkat regional maupun tingkat nasional. Adapun kegiatan pameran diantaranya adalah pameran kerajinan tangan, pameran pembangunan pameran elektronik, pameran properti pameran wisata dan lain-lain.

Kegiatan TIMES ini merupakan kegiatan yang berskala internasional yang telah dilaksanakan di Kota Makassar dan diikuti oleh beberapa *Buyer* dari berbagai negara diantaranya negara-negara Eropa, Asia, Australia dan masih banyak lagi yang lain. Selain itu Forum negara-negara ASEAN yang tergabung dengan BIMP-AGA tentu di hadiri oleh negara-negara ASEAN. Begitupula dengan pertemuan Alumni ESQ diikuti oleh utusan beberapa negara

diantaranya Belanda, Singapura dan Malaysia serta utusan dari berbagai propinsi di seluruh Indonesia.

Segmentasi penyelenggaraan MICE di Kota Makassar terbagi atas dua jenis adalah:

1. *Penyelenggara MICE di Kota Makassar banyak dilakukan oleh Company / Corporate Meetings* misalnya pertemuan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan bisnis / sosial, misalnya manajemen meeting, regional atau nasional meeting, training dan seminar dan lain-lain. Adapun beberapa perusahaan yang menyelenggarakan pertemuan adalah pengusaha kontraktor, pengusaha pariwisata dan seminar atau pelatihan yang juga sering dilakukan seperti seminar nasional kelistirikan, kebahasaan, pendidikan baik itu yang bertaraf regional, nasional maupun internasional.
 2. *Segmentasi kedua adalah Association/Organization Convention, Congress, and Conference*, yaitu pertemuan yang diselenggarakan oleh suatu organisasi atau asosiasi atau kelompok, seperti *professional association meeting, education association meeting, regional association meeting* dan lain-lain. Adapun organisasi atau asosiasi yang telah menyelenggarakan konvensi adalah kongres Ikatan Dokter Indoensia, Ikatan Dokter Gigi Indoensia, Pertemuan Suadagar Bugis Makassar, dan masih banyak yang lainnya
- Berdasarkan hal tersebut maka

Kota Makassar dapat dikatakan memiliki potensi yang cukup untuk menjadi destinasi wisata konvensi apalagi pemerintah pusat lewat Departemen Kebudayaan dan Pariwisata telah menetapkan Sulawesi Selatan menjadi salah satu destinasi pariwisata di Indonesia. Dengan adanya beberapa kegiatan baik yang bertaraf regional, Nasional maupun internasional yang telah dilaksanakan di Kota Makassar.

Untuk melihat atau mengetahui potensi Kota Makassar menjadi salah satu kota tujuan wisata MICE atau wisata Konvensi selain yang disebut sebelumnya ada faktor lain yang menjadi tolak ukur. Makassar sebagai pintu gerbang Indoensia Timur telah memenuhi syarat untuk menjadi tujuan Konvensi. Hal ini dapat dilihat dari perkembangan pembangunan baik itu dilihat dari pembangun sumber daya manusia maupun dari segi infrastrukturnya.

Makassar semakin memperkuat posisinya sebagai kota wisata konvensi, menyusul rampungnya pembangunan Celebes Convention Centre (CCC) di kota ini dengan kapasitas daya tampung sekitar 10.000 orang. Predikat Makassar sebagai kota konvensi memang telah ditunjukan sejak beberapa tahun lalu, bahkan kegiatan seminar dan aktivitas pertemuan di kota ini jauh lebih padat dibanding Bali, namun hanya kegiatan nasional dan lokal dalam frekuensi terbatas dan berbentuk kedinasan, " kata Ketua PHRI Sulsel Andi Ilhamsyah Mattalatta di Makassar pada Kapanlagi.com - Senin, 09 April 2007 17:52.

Sedangkan hotel bintang yang

memiliki ruang konvensi cukup representatif antara lain, hotel Clarion yang memiliki ruangan pertemuan yang berkapasitas 3000 orang, Sahid Makassar berkapasitas 1000 orang, Imperial Aryaduta memiliki ruangan yang berkapasitas 500 – 1000 orang, Hotel Horison memiliki ruangan yang berkapasitas 800 orang, Makassar Golden Hotel memiliki ruangan pertemuan yang dapat menampung 500 orang, Hotel Singgasana juga memiliki ruang pertemuan yang dapat menampung 500 – 1000 orang dan hampir semua hotel bintang lainnya juga memiliki ruang pertemuan dalam jumlah dibawah 1.000 orang.

Selain fasilitas atau infrastruktur yang mendukung penyelenggaraan suatu kegiatan konvensi atau MICE sebagaimana di jelaskan sebelumnya, juga terdapat organisasi yang mendukung kesuksesan penyelenggaraan wisata konvensi atau MICE. Adapun hal yang dimaksud adalah PCO atau *Professional Conference Organizer*, yaitu orang profesional atau organisasi profesional yang mempersiapkan, merencanakan dan melaksanakan suatu pertemuan atau konvensi dengan garapan mengelola anggaran, melakukan koordinasi dan memberikan pertimbangan untuk program ilmiah, sosial, pekerjaan administrasi dan memasarkannya. Makassar dalam hal ini sebagai salah satu destinasi wisata konvensi telah memiliki beberapa organisasi PCO dan *Event Organizer* yaitu PT Debindo Mega Promo. PT Debindo Mega Promo adalah merupakan salah satu perusahaan *event organizer*

yang bergerak di bidang MICE yang melakukan aktivitas di Kota Makassar. Sebagai PCO, PT Debindo Mega Promo telah memenuhi persyaratan baik dari segi administrasi maupun SDM dan telah berpengalaman sejak tahun 2000. Banyak kegiatan yang telah ditangani oleh PT. Debindo Mega Promo sebagai PCO di Kota Makassar.

Kenyataan ini menunjukkan bahwa Kota Makassar telah memenuhi syarat untuk menjadi salah satu tujuan wisata konvensi selain Bali, Bandung, Jakarta dan Bandung. Karena Kota Makassar telah memiliki fasilitas yang cukup lengkap dan bertaraf internasional untuk penyelenggaraan wisata Konvensi atau wisata MICE. Dan juga selain sebagai pintu gerbang untuk Indonesia Timur Makassar juga telah memiliki Bandara Udara yang bertaraf internasional.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan sebelumnya tentang potensi penyelenggaraan wisata konvensi atau MICE di Kota Makassar, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kota Makassar sebagai pintu gerbang Indonesia bagian timur memiliki potensi yang cukup besar dalam hal pengembangan pariwisata, khususnya wisata konvensi karena Kota Makassar juga merupakan salah satu kota metropolitan yang berada di kawasan timur Indonesia. Penyelenggaraan wisata konvensi atau MICE di Kota Makassar telah berlangsung cukup lama, baik yang bertaraf regional,

nasional maupun internasional.

2. Untuk menjadi salah satu tujuan wisata konvensi atau MICE, ada beberapa hal yang menjadi perhatian utama yaitu: ketersediaan ruangan yang cukup untuk penyelenggaraan kegiatan MICE, selain itu tersediaan kamar juga merupakan yang amat penting dalam kegiatan tersebut. Sebagai kota tujuan wisata konvensi atau MICE, Kota Makassar telah memiliki ruangan yang cukup dengan dibangunnya salah satu pusat konvensi yaitu Celebes Convesion Center yang berkapasitas 10.000 orang selain itu juga Kota Makassar memiliki beberapa hotel berbintang mulai bintang 1 sampai bintang lima. Berdasarkan hal tersebut maka Kota Makassar memiliki potensi yang cukup besar menjadi salah satu tujuan Wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Kesrul, M 2000. *Meeting, Incetives, Convergence and Exebition*. Yogyakarta. Graha Ilmu
- McCabe, Nivienne. Poole, Barry. Weeks, Paul. Leiper, Neile. 2000. *The Business and Management of Convention*. Brisbane. John Welly & Sons Australia Ltd
- Noor, Any. 2007 *Globalisasi Industri MICE*. Bandung. Alfabeta.
- Rogers, Tony. 2003. *Conferences and Convention*. A Global Industry. Amsterdam. Elsevier.
- S. Pandit, Nyoman. 1999. *Wisata Konvensi. Potensi Gede Bisnis Besar*. Jakarta. PT. Gramedia Utama.
- . 2002 *Ilmu Pariwisata. Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita.
- Soekadijo, R.G. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama
- Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang *Kepariwsataan*
- www. Kapanlagi.com* Senin, 09 April 2007 17:52