

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata menjadi salah satu industri besar yang ada di dunia yang bisa membantu mendorong pertumbuhan di sektor ekonomi paling cepat. Pada 2008, bisa diperkirakan wisatawan di dunia mencapai 920 juta, namun dikarenakan terjadinya krisis global, jumlah kunjungan menurun 4% menjadi 880 juta pada 2009. Walaupun telah terjadi penurunan, industri pariwisata terutama di wilayah Asia Pasifik mulai kembali pulih, sehingga pada 2010 kontribusi pariwisata pada PDB mencapai 9,2% (US \$5.751 milyar) dengan pertumbuhan 0,5% serta menciptakan 235,8 juta kesempatan kerja (8,1% dari kesempatan kerja dunia) (Kusmayadi, 2010, Hildiktipari.org).

Pada masa sekarang ini Pariwisata telah berubah menjadi sebuah industri yang memang cukup besar bahkan di berbagai negara menjadi sektor andalan

perekonomiannya, *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) mencatat selama tahun 2017 terhitung lebih dari 1,323 Milyar orang melakukan perjalanan melintasi berbagai negara, yang secara garis besar perjalanan wisatawan internasional mengalami pertumbuhan sebesar 7 % dari tahun 2016 atau sekitar 84 juta. Terjadinya peningkatan jumlah perjalanan wisatawan internasional dunia tersebut juga berbanding lurus dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia. Pada tahun 2017 kunjungan wisman mengalami kenaikan sebesar 21.88 % atau sebanyak 14.04 juta dibandingkan dengan jumlah kunjungan wisman tahun 2016 sebanyak 11.52 juta wisman dikutip dari Jurnal Eko Haryanto (Januari 2019) <http://ejournal.stipram.net>.

Indonesia menjadi salah satu negara di dunia yang mengandalkan industri Pariwisata menjadi sektor utama dalam menunjang perekonomian. Di dalam sambutannya pada Peringatan *World Tourism Day* dan Hari Kepariwisata Nasional tanggal 23 September 2015 yang termuat di website *Kemenpar.go.id* Menteri Pariwisata mengatakan bahwa “Pembangunan pariwisata memiliki arti yang sangat penting ditinjau dari berbagai aspek. Dari sisi ekonomi pariwisata, dalam beberapa tahun terakhir sektor pariwisata memberikan kontribusi terhadap PDB, (baik melalui devisa maupun perputaran ekonomi), dapat membuka peluang usaha jasa pariwisata (baik langsung maupun tidak langsung), dan membuka peluang kerja yang sangat banyak”.

Hal tersebut di atas bisa memperkuat bahwa dalam kenyataannya, sektor pariwisata bisa menjadi alat untuk kembali membuat sektor ekonomi Indonesia yang kurang stabil menjadi stabil dan bahkan lebih berkembang. Dalam hal mengembangkan sektor Pariwisata ini, maka diperlukan adanya partisipasi aktif dari masyarakat dan profesionalisme dari pihak pengelola pariwisata yang sesuai dengan peraturan dan ketetapan yang berlaku, lalu tanpa mengesampingkan perhatian yang serius dari pemerintah terhadap kepariwisataan, maka usaha dalam bidang kepariwisataan di Indonesia diharapkan dapat berkembang dengan baik.

Dari jenis wisata yang ada salah satu yang saat ini sedang banyak dikembangkan di berbagai daerah adalah MICE. Dimana sampai pertengahan tahun 2008, sepuluh kota/daerah di Indonesia dijadikan atau lebih tepatnya dipromosikan sebagai destinasi MICE unggulan. Sebagai standar destinasi MICE adalah kota/daerah tersebut mempunyai kapasitas dan fasilitas penyelenggaraan kegiatan tersebut secara Internasional. Pada waktu itu, Depbudpar merelease sepuluh kota/daerah, yaitu Jakarta, Bali, Batam, Surabaya, Medan, Yogyakarta, Padang, Makassar, Manado, dan Bandung. Alasannya adalah kota/daerah tersebut mempunyai fasilitas untuk menggelar event MICE minimal untuk 500 peserta, fasilitas ruang pertemuan, penginapan, dan akses internasional (bisnis.com, 6 Juni 2008). Dampak besar bisnis MICE bisa dilihat dari besarnya perolehan devisa dari sektor pariwisata dengan diadakannya sejumlah kegiatan konvensi Internasional berskala besar

seperti *PATA Travel Mart* dan *Global Climate Change* yang berhasil diadakan di Indonesia pada tahun 2010. Peran Departemen Kebudayaan dan Pariwisata (Depbudpar), para pelaku wisata di bidang MICE, INCCA (*Indonesia Congress and Convention Association*), dan Perguruan Tinggi sangat penting dalam mendukung adanya perkembangan dan pertumbuhan MICE dalam konteks promosi pariwisata di Indonesia, terutama di sepuluh kota besar yang ditetapkan sebagai destinasi unggulan MICE, antara lain: Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, Bali, Medan, Batam, Padang, Makasar dan Manado. Keberadaan Direktorat MICE di Depbudpar diharapkan mampu mendorong semakin meningkatnya industri jasa MICE di negara ini.

Dalam sebuah Pendapat mengatakan bahwa Pengunjung ke suatu destinasi dapat dikategorikan menjadi dua kelompok besar, yaitu *leisure visitor* dan *business visitor*. Pertama, *leisure visitor* berkunjung ke suatu destinasi mempunyai motivasi untuk rekreasi. Kedua, pada kunjungan *business visitor* mempunyai motivasi untuk melakukan urusan tertentu (*business*), misalnya mengikuti kegiatan konferensi, seminar, pameran, dan lain-lain. Kelompok kedua ini termasuk dalam industri MICE atau *Meeting industry* atau disebut juga *Event Business* (Redor,2016). Industri Pertemuan atau lebih dikenal dengan istilah MICE merupakan singkatan dari *Meeting, IncentiveTravel, Conference, dan Exhibitions*. Menurut *World Tourism Organisation, Meeting dan business events* ini adalah kegiatan wisata yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap *Gross Domestic*

Product bagi suatu Negara dan daerah serta dapat menjadi *branding* bagi suatu destinasi (UNWTO,2016).

Berkaitan dengan sektor Pariwisata bidang MICE ini, STIPRAM Yogyakarta yang bergerak di bidang pendidikan Pariwisata sudah menerapkannya sebagai salah satu kurikulum akademik, berbagai seminar bertaraf Nasional maupun Internasional sudah sering dilaksanakan di STIPRAM yang juga bermaksud memberikan edukasi bagi para mahasiswa baik itu program D3 perhotelan, S1 Pariwisata maupun S2 Pariwisata mengenai industri MICE yang secara tidak langsung berpartisipasi mengembangkan MICE di Indonesia.

Sebagai salah satu kegiatan akademik Program Studi Strata 2 di STIPRAM adalah project MICE yang dalam hal ini diwujudkan dalam sebuah kemas seminar sebagai salah satu syarat penulisan Tesis Project, penulis pun ikut serta dalam sebuah kegiatan seminar yang diadakan di Hall Ganesha STIPRAM Yogyakarta pada 5 April 2019 dengan tema Reinkarnasi Wisata Millenials “Karakter, Peluang dan Tantangan di Era Digital” dengan pembicara utama yaitu Prof. Azril Azahari,Ph.D (Ketua ICPI) dan Dr. Anang Sutono (Staf Ahli Menteri Bidang Ekonomi dan Kawasan Pariwisata) lalu ada dua pembicara tambahan yaitu AKBP Sinungwati,S.H, M.I.P (Polda DIY) dan Ribut Raharjo (Pimpinan Redaksi Tribun Jogja). Berkaitan dengan tuntutan dari Program Studi S2 Pariwisata yang berminor MICE dan diharuskan untuk

menyusun sebuah Tesis Project maka penulis mengangkat bagaimanakah peran seorang pemimpin di dalam sebuah organisasi kepanitiaan seminar kaitannya dengan motivasi penggerak dari seluruh bagian kepanitiaan yang ada. Dalam hal ini Nanus (2001:95), Komariah (2003:93), Sujatno (2008:62) mengilustrasikan bahwa ada 4 (empat) peran penting bagi kepemimpinan efektif yaitu penentu arah, agen perubahan, juru bicara dan pelatih. Dari situ bisa diambil suatu pernyataan bahwa seorang pemimpin yang dalam hal ini adalah koordinator *event* bisa saja menjadi contoh untuk seluruh anggota kepanitiaan yang terlibat di dalamnya.

B. Rumusan Masalah

Dalam kegiatan *event* Seminar sebagai aplikasi dari sektor MICE yang diterapkan dalam kurikulum Strata Dua tentunya tidak lepas dari struktur kepanitiaan yang mendukung kesuksesan acara, dimana dalam kepanitiaan itu tentunya ada satu sosok pemimpin di dalamnya yang bisa menjadi penggerak serta motivasi bagi anggota untuk kelancaran kegiatan *event* tersebut. Maka dari itu penulis menentukan beberapa masalah untuk Tesis Project ini, yaitu :

1. Bagaimana peran dari seorang pemimpin atau koordinator *event* kaitannya sebagai motivasi bagi anggota kepanitiaan yang lain?
2. Bagaimana efektifitas seorang koordinator di dalam kepanitiaan *event* seminar tersebut?

C. Pertanyaan dan Tujuan Penelitian

1. Pertanyaan
 - a. Bagaimana kinerja dari peran kepemimpinan seorang koordinator di dalam acara seminar tersebut?
 - b. Apakah kinerja dari koordinator *event* tersebut sudah bagus dalam mendukung kelancaran acara?
2. Tujuan Penelitian
 - a. Mengetahui secara pasti bagaimanakah peran dari seorang koordinator *event* dalam memberi motivasi bagi anggota panitia lain.
 - b. Memahami bagaimana seorang koordinator memimpin sebuah susunan kepanitiaan acara seminar.
 - c. Mengetahui secara umum bagaimana seorang koordinator atau pemimpin acara bisa menjalankan tugas dan tanggungjawabnya.

D. Batasan Penelitian

Dalam penulisan Tesis ini untuk permasalahan yang dibatasi hanya sebatas dari peran kepemimpinan untuk memberikan motivasi penggerak untuk semua anggota kepanitiaan yang ada di dalam kegiatan Seminar serta seperti apakah kinerja seorang koordinator di dalam kepanitiaan kegiatan Seminar tersebut sudah cukup memberi motivasi bagi anggotanya.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis :

1. Manfaat Teoritis :

- a. Menambah pengetahuan kepariwisataan khususnya mengenai kegiatan MICE yang terkemas di dalam sebuah kegiatan Seminar Nasional.
- b. Memberi pengetahuan serta pendalaman pemahaman mengenai kepemimpinan di dalam sebuah organisasi bisa menjadi motivasi penggerak bagi anggota yang lain untuk bisa bekerja dengan baik.

2. Manfaat Praktis

- a. Untuk memberikan informasi lebih mengenai kegiatan MICE dalam Pariwisata khususnya bagi para pelaku pariwisata.
- b. Dapat memberikan pengetahuan lebih mendalam utamanya bagi stakeholder dalam hal peran seorang koordinator *event* seminar kaitannya dengan kinerja anggota panitia penyelenggara acara seminar tersebut.