

MODEL DESTINASI MICE AGROWISATA GUNUNG MAS BOGOR

Firman Syah, Dewi Winarni Susyanti, Imam Syafganti

Program Studi MICE – Jurusan Administrasi Niaga – Politeknik Negeri Jakarta

Email: firman.syah@bisnis.pnj.ac.id, dwinarni@gmail.com, imam.syafganti@bisnis.pnj.ac.id

ABSTRAK

Destinasi MICE akhir-akhir ini menjadi daya tarik yang diharapkan mampu mendongkrak devisa di bidang kepariwisataan. Kementerian Pariwisata dan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) juga mendukung pada *core business* kepariwisataan. Apalagi geliat destinasi MICE ketika dikembangkan justru mampu meraih pengeluaran wisatawan tujuh kali lipat ketimbang pariwisata yang bersifat *leisure*. Terlebih di Indonesia sendiri, kegiatan MICE masih tergolong minim. Kabupaten Bogor sebagai destinasi yang memiliki daya tarik wisata setidaknya juga memiliki peluang untuk mengembangkan MICE, salah satunya Agrowisata Gunung Mas. Sebagai kawasan yang berada di bawah manajemen PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII, Agrowisata Gunung Mas dapat menyediakan ragam aktivitas yang disesuaikan kemampuan yang ada. Lalu apa saja atraksi MICE yang bisa dimanfaatkan untuk wisata MICE? Bagaimana memaksimalkan destinasi MICE Agrowisata Gunung Mas Bogor? Hasil penelitian yang diperoleh melalui metode kualitatif menjelaskan di Gunung Mas memiliki potensi seperti *tea walk* dan sering menyelenggarakan rapat resmi, wedding, dan lain-lain sesuai kebutuhan klien. Termasuk rapat tertutup bagi klien yang memiliki agenda khusus. Termasuk sering mengadakan seminar bagi yang membutuhkan. Hal ini diperkuat dengan adanya empat buah aula berbagai kapasitas baik untuk 50 orang, 100 orang, maupun 300 orang.

Kata Kunci: MICE; Rapat; Agrowisata Gunung Mas; PTPN VIII; dan Bogor

ABSTRACT

At present, MICE destinations have become an attraction and are expected to increase foreign exchange in tourism. The Ministry of Tourism and the National Development Planning Agency (Bappenas) now also support the core business of tourism. Because when MICE can be developed, it will gain seven times the profit compared to tourism which is merely entertainment. Especially in Indonesia, MICE activities are still minimal. Bogor Regency as a destination with tourist attractions also has the opportunity to develop MICE, call it the Gunung Mas Agrotourism. Under the management of PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII, Gunung Mas Agrotourism is now able to provide a variety of activities according to market needs. What are the MICE attractions that can be used for MICE tourism activities? How to maximize MICE destination in Gunung Mas Bogor Agrotourism? Results of research with qualitative methods explain that in Gunung Mas have tea walk potential and often hold formal meetings, weddings, and other activities on demand. Including important meetings which are scheduled in private. In fact, several times held a seminar. For this reason, there are four halls with various capacities that can accommodate 50 people, 100 people, even 300 people.

Keywords: MICE; meetings; Gunung Mas Agrotourism; PTPN VIII; and Bogor

A. PENDAHULUAN

Destinasi MICE akhir-akhir ini menjadi daya tarik yang diharapkan mampu mendongkrak devisa di bidang kepariwisataan. Bahkan, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif beserta Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Bappenas) juga mendukung perkembangan *core business* di bidang kepariwisataan yang

banyak melibatkan unsur MICE. Apalagi geliat destinasi MICE ketika difokuskan justru mampu meraih pengeluaran wisatawan tujuh kali lipat ketimbang pariwisata yang bersifat *leisure*. Hal inilah yang menjadi dasar bagi pemerintah maupun *stakeholder* industri yang berkecimpung di dunia MICE secara intens berkolaborasi dalam membawa MICE ke arah yang lebih menguntungkan bagi

perekonomian di Indonesia. Apalagi saat ini, di Indonesia kegiatan MICE masih tergolong minim peminat. Oleh karena itu, MICE masih menjadi pekerjaan rumah bagi pihak-pihak yang berkecimpung di bisnis event, khususnya MICE.

Kabupaten Bogor sebagai salah satu destinasi favorit bagi masyarakat khususnya Jabodetabek memiliki ragam daya tarik wisata. Hampir seluruh destinasi yang ada di Kabupaten Bogor apalagi di sekitar Puncak setidaknya memiliki peluang dengan potensi-potensi yang berbeda. Salah satunya Agrowisata Gunung Mas. Sebagai kawasan yang berada di bawah manajemen PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII, Agrowisata Gunung Mas dapat menyediakan ragam aktivitas yang disesuaikan kemampuan manajemen. Sebagai destinasi dengan andalan produk agrowisata, Perkebunan Teh Gunung Mas menyajikan ragam atraksi bagi wisatawan. Berdiri pada 1910, Agrowisata Gunung Mas yang terletak di Desa Tugu Selatan Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor dalam pengelolaannya di bawah kendali PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII. Sebelum dikuasai Indonesia, Agrowisata Gunung Mas ada dibawah Pemerintah Belanda, kemudian pada 1958 saham Agrowisata Gunung Mas juga pernah dipegang beberapa perusahaan asing seperti Belgia, Perancis, dan Belanda.

Awalnya Agrowisata Gunung Mas melakukan usaha menanam hingga memproses teh di satu lokasi tersebut. Lambat laun, karena ada penurunan jumlah produksi dan tak sebanding dengan operasional pabrik dalam mengolah teh maka khusus pengolahan dialihkan ke pabrik milik PTPN 8 di wilayah Bandung. Sehingga, Agrowisata Gunung Mas hanya konsentrasi di tahap menanam hingga memanen teh. Aktivitas perkebunan tersebut itulah yang kemudian dikemas untuk mengajak wisatawan saat melakukan kunjungan ke Agrowisata Gunung Mas. Walau hanya memiliki hamparan perkebunan teh juga beberapa komoditas kopi, namun ketika dikemas dengan baik dapat menjadi salah satu potensi yang menarik wisatawan lokal maupun asing untuk datang. Adapun kegiatan yang biasa dilakukan untuk wisatawan adalah *tea walk* sekitar 10 KM. Kemudian mulai bekerjasama dengan

perusahaan lain untuk atraksi lain seperti berkuda, memanah, dan sebagainya. Tak luput pula dengan mendirikan beberapa penginapan sebagai fasilitas penunjang wisatawan ketika memiliki keinginan untuk bermalam. Termasuk aula-aula guna menunjang kelancaran wisatawan yang datang secara berkelompok dan bermaksud untuk kegiatan pertemuan. Agrowisata Gunung Mas menyiapkan penginapan dalam bentuk vila yang bervariasi, yaitu Pondokan berjumlah 21 unit, Bungalow sebanyak 4 unit, jenis Pangrango dengan total 10 unit, dan untuk Aula dibangun sejumlah 4 unit. Pertanyaannya, apa saja atraksi MICE yang bisa dimanfaatkan untuk wisata MICE? Bagaimana memaksimalkan destinasi MICE Agrowisata Gunung Mas Bogor?

Untuk kegiatan MICE, Kabupaten Bogor dapat melakukan pengemasan produk dalam bentuk potensi dan keunggulan yang dimiliki beberapa desa wisata. Dalam Syah dan Herawati (2019), Desa Wisata Tugu Utara misalnya dapat mengembangkan melalui keindahan Telaga Warna dan Telaga Saat yang menyuguhkan hamparan hijau perkebunan teh dan pemandangan pegunungan. Termasuk di Desa Wisata Tugu Selatan yang salah satunya menyuguhkan Agrowisata Gunung Mas dengan hamparan perkebunan teh, madu, maupun kopi. Dengan kalimat lain, keindahan alam yang ada di Agrowisata Gunung Mas menjadi salah satu potensi yang ketika dikembangkan dan dipadukan dengan konsep MICE mampu mendatangkan wisatawan dalam jumlah besar. Termasuk pendapatan yang diperoleh untuk meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar. Untuk sukseskan kegiatan tersebut dibutuhkan beberapa perencanaan yang matang sekaligus kolaborasi dan koordinasi beragam pihak untuk dapat berkontribusi dalam pengembangan destinasi MICE.

Bertolak dari ragam dan jumlah vila, Agrowisata Gunung Mas bisa dikategorikan sebagai salah satu destinasi MICE di bidang pertemuan dan insentif perjalanan. Walau tidak dipungkiri ketika akan menyelenggarakan event atau pameran dapat menggunakan beberapa sarana dan prasarana serta fasilitas yang tersedia. Vila sebagaimana

dijelaskan dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 29 Tahun 2014 Pasal 1 (2), usaha vila adalah usaha penyediaan akomodasi berupa penyewaan bangunan secara keseluruhan untuk jangka waktu tertentu, yang digunakan untuk kegiatan wisata dan dapat dilengkapi dengan sarana hiburan dan fasilitas penunjang lainnya. Oleh karena itu, di lingkungan Agrowisata Gunung Mas selain menghadirkan beberapa model vila juga menyediakan ragam hiburan baik untuk anak-anak maupun dewasa yang kebetulan melakukan kunjungan. Bahkan disediakan *tour guide* ketika ada permintaan berkeliling di perkebunan teh atau ke penakaran lebah yang tersedia di dekat pemukiman setempat.

Lampiran Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 28 Tahun 2014 tentang Standar Usaha Jasa Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi, dan Pameran menyebutkan dalam penyelenggaraan kegiatan MICE mencakup minimal dua jenis kegiatan dari empat jenis kegiatan yang ada, baik itu pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, maupun pameran. Untuk itu, penyelenggara harus menyediakan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi sesuai bidang. Sebab itulah MICE merupakan wisata bisnis yang berbeda dengan wisata *leisure* yang lebih mengutamakan “*quality tourist*”. Bahkan sebagaimana dijelaskan dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran disebutkan bahwa di era globalisasi sekarang ini, persaingan bisnis MICE telah bergeser dari persaingan antar perusahaan menjadi persaingan antar destinasi. Maka dari itu, MICE melibatkan berbagai sektor industri seperti sektor transportasi, perjalanan, rekreasi, akomodasi, makanan dan minuman, tempat penyelenggaraan acara, teknologi informasi, perdagangan, dan keuangan. Dengan kalimat lain MICE dapat digambarkan sebagai industri *multiplier effect* yang dapat menggerakkan roda perekonomian pada daerah tujuan wisata atau destinasi.

Ada beberapa definisi masih dari peraturan menteri pariwisata di atas tersebut dapat dijabarkan sesuai dengan masing-

masing jenis jasa usaha MICE. Pertemuan merupakan kegiatan dua atau lebih orang yang diselenggarakan untuk maksud mencapai tujuan bersama melalui interaksi verbal, seperti berbagi informasi atau mencapai kesepakatan. Adapun bentuk pertemuan tersebut antara lain presentasi, seminar, lokakarya, pelatihan, *team building*, maupun *event* organisasi atau perusahaan lain. Masuk ke dalam kategori pertemuan adalah rapat. Menurut Holloway (2009) dalam Syah (2019: 100) dengan bepergian untuk menghadiri pertemuan adalah salah satu bentuk paling luas dalam kategori pariwisata bisnis. Adapun perjalanan insentif adalah alat manajemen global yang menggunakan pengalaman wisata yang luar biasa untuk memotivasi dan/atau memberikan pengakuan kepada peserta dengan tujuan dapat meningkatkan kinerja dalam mendukung tujuan organisasi atau perusahaan. Sehingga bisa dikatakan perjalanan insentif menjadi kegiatan yang paling mewah, pengeluaran tertinggi, dan sebagai bentuk pariwisata yang menguntungkan. Imbasnya, (Holloway, 2009) dalam Syah (2019: 104-105) seluruh karyawan akan termotivasi dan bekerja lebih keras untuk mencapai hasil yang lebih besar. Melalui perjalanan insentif, para karyawan akan memberi kesan bahwa mereka menjadi istimewa dan sangat dihargai oleh pimpinan perusahaan. Sementara konvensi adalah sebuah pertemuan resmi dalam skala besar yang dihadiri oleh perwakilan atau delegasi (pemerintah, asosiasi, atau industri) untuk melakukan diskusi, pertukaran informasi atau tindakan atas permasalahan khusus yang menjadi perhatian bersama. Terakhir pameran adalah sebuah acara yang terorganisasi dimana obyek ditampilkan kepada publik yang dapat berupa pameran dagang antar bisnis maupun pameran untuk konsumen akhir.

Terdapat persyaratan lain ketika perusahaan atau *organizer* akan mengadakan kegiatan MICE, yaitu memperhatikan *venue*. Pedoman dalam menentukan *venue* juga sudah diatur oleh Lampiran Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran. Ada beberapa

kategori *venue* di antaranya *venue* mandiri (*stand-alone venue*), *venue* yang berada di hotel bintang empat dan lima (disebut hotel *convention*), dan *venue* khusus (*special venue*) di beberapa daerah. Namun, dalam peraturan tersebut menjelaskan yang dimaksud dengan *venue* MICE mandiri. Yaitu, tempat yang menyediakan berbagai ruangan dengan dirancang untuk sidang paripurna (*plenary session*), ruang pertemuan, ruang terbuka, ruang pameran, juga dilengkapi dengan fasilitas makanan dan minuman, *business centre*, serta ruang administrasi.

Adapun delapan kriteria *venue* MICE mandiri adalah (1) fasilitas minimum *venue*, merupakan kapasitas *venue* MICE mandiri dengan kelengkapan area/ruangan yang harus dimiliki.; (2) spesifikasi standar ruangan, merupakan fasilitas ruangan yang mampu menunjang aktivitas operasional *venue* MICE mandiri dan mempermudah kegiatan bagi pelaksana dan peserta kegiatan (*event*); (3) peralatan ruangan konvensi, merupakan fasilitas dan peralatan ruang konvensi yang mampu menunjang aktivitas operasional *venue* MICE mandiri dan mempermudah kegiatan bagi pelaksana dan peserta kegiatan (*event*); (4) area khusus pameran, merupakan fasilitas pameran yang mampu menunjang aktivitas operasional *venue* MICE mandiri dan mempermudah kegiatan bagi pelaksana dan peserta kegiatan (*event*); (5) manajemen *venue*, merupakan manajemen operasi *venue* MICE mandiri; (6) standar operasional *venue*, merupakan fasilitas dan infrastruktur operasional *venue* MICE mandiri yang mampu menunjang aktivitas dan mempermudah kegiatan (*event*); (7) penjualan dan pemasaran, merupakan proses dan aktivitas transaksi yang dilakukan dalam menjalankan manajemen operasi *venue* MICE mandiri; dan (8) infrastruktur pendukung kota, merupakan infrastruktur dalam kota tempat *venue* MICE mandiri berada yang mampu menunjang aktivitas operasional *venue* dan mempermudah kegiatan bagi pelaksana dan peserta kegiatan (*event*).

B. METODOLOGI PENELITIAN

Kegiatan penelitian ini dilaksanakan langsung di Agrowisata Gunung Mas dengan

informan utama pihak manajemen Iyus Kuswara yang merupakan generasi ketiga dari Agrowisata Gunung Mas. Keluarga besar yang senang berkebun, membuat Iyus ingin mengabdikan diri sekaligus mengembangkan perkebunan di Indonesia, salah satunya melalui BUMN di bawah PTPN VIII. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan analisis data secara induktif. Analisis data secara induktif ini digunakan karena beberapa alasan. Pertama, proses induktif lebih dapat menemukan kenyataan-kenyataan jamak sebagai yang terdapat dalam data. Kedua, analisis induktif lebih dapat membuat hubungan peneliti-responden menjadi eksplisit, dapat dikenal, dan akuntabel. Ketiga, analisis demikian lebih dapat menguraikan latar secara penuh dan dapat membuat keputusan-keputusan tentang dapat-tidaknya pengalihan pada suatu latar lainnya. Keempat, analisis induktif lebih dapat menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan. Kelima, analisis demikian dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik (Moleong, 2012: 10).

Unit analisis yang digunakan adalah MICE. Sehingga pengujian dilakukan untuk mencari makna tentang model destinasi MICE yang diselenggarakan oleh Agrowisata Gunung Mas. Untuk itu dilakukan teknik pengumpulan data yang bersumber secara primer yakni dikumpulkan langsung dari sumber utama dalam bentuk pertanyaan tertulis dan dilakukan melalui wawancara langsung selain juga melakukan observasi lapangan untuk mencocokkan informasi dan melihat langsung kondisi Agrowisata Gunung Mas. Sementara data sekunder diperoleh dengan mencari gambaran umum terkait tinjauan teoritis baik buku di perpustakaan, jurnal, maupun peraturan. Setelah data ditemukan langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data dengan tahapan reduksi data, menyajikan data, dan menyimpulkan. Miles dan Herberman (dalam Putra, 2009: 53) menetapkan langkah-langkah yang dapat dilakukan, yaitu (1) mereduksi data, dengan cara pemilahan dan konversi data yang muncul di lapangan (2) penyajian data, yaitu dengan merangkai dan menyusun informasi dalam bentuk satu kesatuan, selektif

dan dipahami, dan (3) perumusan dalam simpulan, yakni dengan melakukan tinjauan ulang di lapangan untuk menguji kebenaran dan validitas makna.

Langkah akhir dari analisis data secara kualitatif adalah melakukan kredibilitas, sehingga data-data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan.

Kredibilitas penelitian kualitatif adalah keberhasilan mencapai maksud mengeksplorasi masalah yang majemuk atau keterpercayaan terhadap hasil data penelitian. Upaya untuk menjaga kredibilitas dalam penelitian adalah melalui langkah-langkah (Sugiyono, 2012: 270-276):

- a. Perpanjangan pengamatan. Peneliti kembali lagi ke lapangan untuk melakukan pengamatan untuk mengetahui kebenaran data yang telah diperoleh atau menemukan data-data yang baru.
- b. Meningkatkan ketekunan. Dengan meningkatkan ketekunan tersebut, maka peneliti akan melakukan pengecekan kembali apakah data yang telah ditemukan salah atau tidak.
- c. Triangulasi. Pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu.
- d. Analisis kasus negatif. Peneliti mencari data yang berbeda atau bertentangan dengan temuan peneliti. Bila tidak ada data yang berbeda, berarti data yang ditemukan sudah dapat dipercaya.
- e. Menggunakan bahan referensi. Adanya pendukung untuk membuktikan data yang ditemukan.
- f. Mengadakan *member check*. Adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Apabila data yang ditemukan disepakati berarti data tersebut sudah valid, sehingga semakin kredibel atau dipercaya.

C. HASIL DAN ANALISIS

Gunung Mas merupakan salah satu unit usaha yang ada di bawah PT Perkebunan Nusantara VIII (Persero). PTPN VIII merupakan salah satu BUMN yang bergerak di bidang pengelolaan, pengolahan, dan pemasaran hasil perkebunan. Komoditi yang menjadi andalan antara lain kelapa sawit, karet, teh, kopi, kakao, aneka kayuan, buah-

buah, dan aneka tanaman lain. Berdiri berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 13 Tahun 1996, PTPN VIII memiliki maksud dan tujuan untuk menyelenggarakan usaha di bidang agro bisnis dan agro industri, serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya untuk menghasilkan barang dan/atau jasa yang bermutu tinggi dan berdaya saing kuat, serta mengejar keuntungan guna meningkatkan nilai perseroan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas. Perusahaan yang berpusat di Bandung ini mempunyai 41 kebun yang tersebar di 11 Kabupaten/Kota di Jawa Barat yaitu Bogor, Sukabumi, Cianjur, Kabupaten Bandung Barat, Kota Bandung, Subang, Purwakarta, Garut, Tasikmalaya dan Ciamis serta 2 Kabupaten di Provinsi Banten yakni Lebak dan Pandeglang.

Core bisnis yang dimiliki PTPN VIII terdiri dari tiga jenis yaitu teh, karet, dan kelapa sawit. Bisnis teh sendiri merupakan yang terbesar dan terluas di Indonesia dengan ketinggian antara 600-2000 meter di atas permukaan laut. Produksi teh PTPN VIII terdiri dari teh hitam (Ortodoks dan CTC), teh putih (Silver Needle, White Peony), dan teh hijau (Sencha, Aracha, Konacha, Bancha). Dari bisnis teh ini, PTPN VIII sudah mengekspor ke seluruh dunia. Terdapat 10 negara tujuan terbesar yaitu Malaysia, Belanda, Jepang, Amerika, Inggris, Polandia, Uni Emirat Arab, Rusia, Jerman, dan Pakistan. Sementara untuk bisnis karet tersebar di wilayah Jawa Barat dan umumnya dekat dengan pesisir pantai dengan luas 19.540,53 Ha. Antara lain Cibungur, Pasir Badak, Cikaso, Agrabinta, Cikumpay, Jalupang, Wangunreja, Miramare, Bunisarilendra, Bagjanegara, Batulawang dan Cikupa. Adapun bisnis perkebunan sawit yang dikelola PTPN VIII tersebar di dua wilayah Jawa Barat dan Banten dengan luas 20.153,9 Ha dan tersebar di 9 unit kebun antara lain Kertajaya, Bojong Datar, Cikasungka, Cisolak Baru, Sukamaju, Gedeh, Tambaksari, Parakan Salak, Panglejar, Cikasungka dan Kertajaya.

Sementara untuk *non core* bisnis yang dimiliki adalah kopi dan kayu. Kopi sendiri menjadi komoditas penunjang dengan produksi kopi arabica yang dibudidayakan di kebun Kertamanah, Talun, Purbasari,

Dayeuhmanggung, Sinumbra, Sperata, dan Gunung Mas. Adapun produk yang tersedia adalah Hard Skin, Green Bean, Roasted Bean, dan Ground Coffee. Untuk bisnis kayu, menghasilkan kayu log dan kayu tegakan yang meliputi berbagai jenis kayu. Kayu yang dijual berada di wilayah kebun Wangunreja, Cikumpay, Jalupang, dan Panglejar. Terakhir adalah bisnis di bidang agrowisata. PTPN VIII sendiri memiliki enam lokasi agrowisata yang tersebar di Jawa Barat yaitu Agrowisata Rancabali di Ciwidey 50 km arah selatan Kota Bandung dengan ketinggian 1628m di atas permukaan laut, Agrowisata Sukawana di Lembang tepatnya di Kampung Kancah Desa Karyawangi Kecamatan Parongpong Kabupaten Bandung Barat, Agrowisata Malabar di Pangalengan berjarak 40 km dari Kota Bandung dengan ketinggian 1550m di atas permukaan laut dan dikenal sebagai perkebunan teh pertama yang dikelola oleh K.A.R. Bosscha (1886-1928), Agrowisata Tenjo terletak di Cileungsi Sukabumi, Agrowisata Ciater di kawasan Subang dengan jarak 25 km dari Kota Bandung, dan Gunung Mas. Di Gunung Mas sendiri, beberapa tahun belakang mulai dikembangkan unit bisnis agrowisata. Seiring berjalannya waktu agrowisata berkembang menjadi manajemen yang terpisah dengan Perkebunan Gunung Mas. Artinya, pada 2009 di Gunung Mas terdapat 2 manajer yaitu manajer Perkebunan Gunung Mas dan manajer Agrowisata Gunung Mas.

Ragam Atraksi MICE Agrowisata Gunung Mas

Agrowisata Gunung Mas merupakan lokasi terbesar dengan ketinggian 800-1200m di atas permukaan laut. Lokasi tersebut dapat dicapai 80 km dari Jakarta karena berada di kawasan Puncak-Bogor. Dikelilingi oleh perbukitan teh, fasilitas penginapan di Agrowisata Gunung Mas dapat menampung 170 sampai 340 orang. Fasilitas yang tersedia berupa kamar yang terdiri dari 4 unit VIP Room, 4 unit Standard Room, 2 unit Bungalow, 21 unit Pondokan, 10 unit Rumah Kayu, dan 1 unit Rumah Kayu Kelapa. Selain itu tersedia ruang serbaguna dan 4 unit Aula/Ruang Serbaguna kapasitas 50-250 orang. Untuk lapangan yang disediakan terdiri dari 3 unit lapangan, 1 unit lapangan sepak

bola, dan 1 unit lapangan tenis. Sebagai agrowisata, destinasi ini memiliki objek wisata berupa 1 unit Tea Corner, 1 unit Tea Café, 1 unit Kolam Renang, Camping Ground Area, dan Playing Ground Area yang dapat dinikmati oleh seluruh wisatawan yang melakukan kunjungan ke Agrowisata Gunung Mas.

Bisa dikatakan jika Agrowisata Gunung Mas sangat istimewa dengan pemandangan yang indah dan suhu udara yang sangat sejuk. Beberapa atraksi lain yang bisa dinikmati oleh wisatawan adalah *tea corner* dan *teh café* dimana wisatawan bisa menikmati sebungkus teh walini di *front office* secara gratis hanya dengan menunjukkan tiket masuk. Selain itu, ada atraksi *tea walk* yakni memilih paket wisata trekking bersama pemandu wisata mengenai teh dan perkebunan teh. Tersedia atraksi naik kuda yang bisa berkeliling kebun teh, naik off road dan ATV untuk menikmati suasana alam atau sekedar menikmati permainan gantole dan biasa disebut juga sebagai bukit gantole serta belanja oleh-oleh berupa madu dan berbagai jenis teh. Akhir-akhir ini, Agrowisata Gunung Mas juga sedang mengembangkan wisata budaya dan wahana liburan yang menggandeng beberapa mitra usaha lokal. Diharapkan target pasar yang diraih melalui pemasaran media sosial serta sosialisasi dari sekolah ke sekolah dapat berjalan efektif.

Dari atraksi yang ada, kegiatan MICE yang sudah dilakukan Agrowisata Gunung Mas Bogor berupa *meeting* dan *incentive*. *Incentive* yang diperuntukkan bagi wisatawan berupa *tea walk* maupun menikmati wisata budaya, kesenian, galeri batik, *outbond*, maupun sekedar naik kuda, naik ATV, kegiatan memanah, dan menembak. Sementara *meeting* dapat memanfaatkan penginapan, aula, dan sarana olah raga yang ada. Penyelenggaraan kegiatan MICE yang hampir rutin dilaksanakan seperti rapat resmi, *wedding*, *meeting*, juga menyediakan rapat tertutup untuk wisatawan yang memiliki tujuan khusus atau kegiatan seminar. Kegiatan ini didukung pula dengan fasilitas yakni memiliki 4 buah aula dengan berbagai kapasitas mulai dari 50 orang, 100 orang, hingga 300 orang. Termasuk menyediakan paket dengan atraksi lain atau penginapan.

Berbagai langkah strategis dalam memaksimalkan potensi yang ada tersebut bertujuan untuk memuaskan pengunjung. Salah satunya pemasaran melalui *sell promotion*, *public relation*, dan *advertising*. Sehingga pengembangan potensi sumber daya alam yang tersedia di Agrowisata Gunung Mas terus dilakukan. Di samping juga mencari obyek daya tarik baru dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan.

Memaksimalkan Destinasi MICE Agrowisata Gunung Mas Bogor

Beberapa yang sangat diperhatikan oleh manajemen Agrowisata Gunung Mas dalam meningkatkan produk destinasi MICE melalui peningkatan kualitas pelayanan dan akomodasi pariwisata. Segala kebutuhan terkait dengan event baik itu *meeting* maupun *incentive* dapat membuat wisatawan betah dan nyaman selama berada di lingkungan Agrowisata Gunung Mas. Termasuk menjaga keamanan, karena menjadi faktor penting terutama dari masyarakat lokal untuk bersama-sama menjaga dari pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Selain juga memperbanyak destinasi wisata dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, manajemen senantiasa melaksanakan kajian sehingga dapat memaksimalkan potensi yang ada seperti wisata sejarah batu apung, bermain di taman kelinci, dan yang lain. Terlebih pada 2018 Agrowisata Gunung Mas pernah mengalami penurunan wisatawan yang disebabkan beberapa faktor alam seperti adanya longsor maupun karena kemacetan di kawasan puncak. Salah satu strategi untuk tetap mempertahankan nuansa dan kelestarian alam di Agrowisata Gunung Mas adalah melakukan analisis SWOT untuk potensi bisnis Agrowisata Gunung Mas ke depan.

Beberapa kekuatan dan sekaligus terdapat sisi kelemahan yang dimiliki Agrowisata Gunung Mas adalah Sumber Daya Manusia dengan nilai utama loyalitas yang menjadi prinsip para karyawan di sisi lain pemandu wisata yang muda dan energik masih dinilai kurang dan pengetahuan tentang pariwisata masih minim, konsep pemasaran dengan mengedepankan ragam produk dan wisatawan dapat melakukan pemesanan melalui website atau online walau kegiatan promosi masih kurang gencar dan pemanfaatan website

belum optimal, tarif pintu masuk yang relatif murah, memiliki *tea corner* dan *tea café* dan bisa dikunjungi wisatawan kapan saja, dari sisi produksi dapat menggugulkan perkebunan teh yang indah dan sejuk guna mengedepankan paket wisata *tea walk*. Hal ini disokong dari segi keuangan yang dimiliki perusahaan dimana pemasukan pendapatan cukup tinggi, namun masih kurang melakukan pemeliharaan fasilitas sehingga beberapa ada yang kumuh atau rusak. Terlebih pihak manajemen senantiasa aktif dan mengikuti konsultasi dengan pihak Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Untuk itu diperlukan strategi jitu dalam rangka mengurangi kelemahan yang dimiliki supaya bisnis pariwisata yang dilaksanakan Agrowisata Gunung Mas dapat terus berjalan. Alternatif yang dapat dilaksanakan pihak manajemen selain meningkatkan kinerja pemasaran dan efektifitas promosi sehingga masyarakat yang mengenal Agrowisata Gunung Mas semakin luas, juga kembali memfungsikan pabrik teh walau sekedar untuk memperkenalkan wisatawan. Bagi karyawan yang minim pengetahuan dapat diberikan bekal keterampilan, pengetahuan, dan meningkatkan peran aktif untuk menjamin mutu pelayanan.

D. SIMPULAN

Dari penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa:

1. Ragam atraksi MICE yang dimiliki Agrowisata Gunung Mas antara lain perkebunan teh, berbagai fasilitas penginapan, *tea walk*, wisata budaya, kesenian, galeri batik, *outbond*, naik kuda, naik ATV, kegiatan memanah, dan menembak, permainan gantole, dan belanja oleh-oleh. Sehingga atraksi tersebut dapat masuk kategori *incentive*. Sementara *meeting* dapat memanfaatkan penginapan, aula, dan sarana olah raga yang ada untuk rapat resmi, *wedding*, *meeting*, juga menyediakan rapat tertutup dengan tujuan khusus atau kegiatan seminar.
2. Untuk memaksimalkan destinasi MICE yang dimiliki Agrowisata Gunung Mas Bogor harus melibatkan manajemen untuk meningkatkan produk destinasi

MICE yang ada melalui peningkatan kualitas pelayanan dan akomodasi pariwisata, menjaga keamanan, dan memperbanyak destinasi wisata melalui kajian. Terlebih pada 2018 Agrowisata Gunung Mas pernah mengalami penurunan wisatawan yang disebabkan beberapa faktor selain juga menggunakan analisis SWOT.

Disarankan manajemen Agrowisata Gunung Mas dapat menambah aktivitas *special event* dan pameran. Karena kedua model tersebut mampu memberikan pendapatan bahkan tiga kali lipat dari kegiatan kepariwisataan selain MICE atau yang sudah dilaksanakan. Tentu saja untuk merambah aktivitas tersebut dibutuhkan kerjasama dan model manajemen untuk mengelola secara baik. Dapat diartikan jika *special event* dan MICE masih dapat dikombinasikan dengan kegiatan kepariwisataan lain. Sebab, keduanya lebih mengarah ke bisnis dan mendatangkan keuntungan.

DAFTAR REFERENSI

- Lampiran Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 28 Tahun 2014 tentang *Standar Usaha Jasa Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konferensi, dan Pameran*. <https://www.kemenpar.go.id/post/peraturan-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-no-28-tahun-2014>. Diakses 31 Januari 2020.
- Lampiran Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 2 Tahun 2017 tentang *Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran*. <https://www.kemenpar.go.id/post/peraturan-menteri-pariwisata-nomor-2-tahun-2017>. Diakses 31 Januari 2020.
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 29 Tahun 2014 tentang *Standar Usaha Vila*. <https://www.kemenpar.go.id/post/peraturan-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-nomor-29-tahun-2014>. Diakses 31 Januari 2020.
- Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 tentang *Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi, dan Pameran*. <https://www.kemenpar.go.id/post/peraturan-menteri-pariwisata-nomor-5-tahun-2017>. Diakses 31 Januari 2020.
- Profil Usaha PT Perkebunan Nusantara (PTPN) VIII. (2020). <https://www.ptpn8.co.id/>. Diakses 31 Januari 2020.
- Sugiyono. (2012). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima Belas. Bandung: Alfabeta.
- Syah, Firman. (2019). *Peluang Jasa Usaha MICE dalam Kepariwisata*. Depok: PNJ Press.
- Syah, Firman dan Herawati, Tuty. (2019). *Pemetaan Potensi Destinasi Wisata MICE di Kabupaten Bogor*. Visioner, 1 (2 Oktober), 150-159.