KAJIAN PERTUMBUHAN MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION) DI KOTA SEMARANG TERHADAP PEREKONOMIAN DAERAH

by Fafurida Fafurida

Submission date: 13-Apr-2020 11:09PM (UTC+0700)
Submission ID: 1296538468
File name: KAJIAN_PERTUMBUHAN_MICE_MEETING,_INCENTIVE,.pdf (259.74K)
Word count: 4051
Character count: 25575

Riptek Vol.10, No. 2, Tahun 2016, Hal. 47 - 56

KAJIAN PERTUMBUHAN MICE (*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION*) DI KOTA SEMARANG TERHADAP PEREKONOMIAN DAERAH

Fafurida[1)];Nana Kariada T. M[2)]; Karsinah[1)]; Yozi Aulia Rahman[1)]

[1)]JurusanEkonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi
[2)]JurusanBiologi, Fakultas MIPA
Universitas Negeri Semarang, Semarang

Email:
fafurida@yahoo.com;nanakariada@mail.unnes.ac.id;iinkarsinah@gmail.com;yoziaulia@mail.unnes.ac.id

Abstract

MICE (meeting, incentive, convention, and exhibition) is one of the strategic sectors which have a high multiplier effect on other sectors. This causes a lot of regions as hard as possible in developing this sector. Various efforts had been made to attract investors, institutions, community groups, associations and tourists to visit and conduct MICE events to their regions. The purpose of this research is to map the potential (physical and non-physical infrastructure) support the development of MICE, evaluate the business and the achievement of Semarangcity in the development of MICE and strategize improvement of the regional economy through the development of MICE in Semarang city. This reserach used several methods of analysis include schallogram analysis, descriptive analysis, and SWOT analysis. Some of the research results showed that the potential of supporting facilities meeting, incentive and convention in the city of Semarang is very adequate, the views of a wide range of facilities owned and the number of events, hotel, culinary venues, transportation, attractions and facilities security. Meeting activity is the the most dominating activities to the number of tenants meeting in the field of hotel business. Meeting activity also dominated the number of participants MICE activities in the field of hotel business. Incentive activities dominate the number of MICE activities in the field of business and travel. As for the convention and exhibition activities, none of which use the services of a business travel.

Keywords: Semarang City, MICE, strategi, economy improvement

Abstrak

MICE (meeting, incentive, convention, dan exhibition) merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki multiplier effect tinggi terhadap sektor lain. Hal tersebut menyebabkan banyak daerah berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan sektor ini.Berbagai macam upaya dilakukan untuk menarik minat para investor, instansi, kelompok masyarakat, asosiasi, maupun wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kegiatan MICE ke suatu daerah.Tujuan dalam penelitian ini adalah melalukan pemetaan potensi (infrastruktur fisik maupun non fisik) pendukung pengembangan MICE, mengevaluasi usaha dan capaian Kota Semarang dalam pengembangan MICE dan menyusun strategi peningkatan perekonomian daerah melalui pengembangan MICE di Kota Semarang.Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis diantaranya adalah analisis skalogram, analisis deskriptif, dan analisis SWOT. Beberapa hasil penelitian yang diperoleh, potensi fasilitas pendukung kegiatan meeting, incentive dan convention di kota Semarang sangat memadai, dilihat dari berbagai macam fasilitas yang dimiliki serta banyaknya event, hotel, tempat kuliner, sarana transportasi, objek wisata dan fasilitas keamanan. Kegiatan meeting paling

mendominasi terhadap jumlah penyewa ruang pertemuan di bidang usaha perhotelan.Kegiatan meeting juga mendominasi jumlah peserta kegiatan MICE di bidang usaha perhotelan.Kegiatan incentive mendominasi jumlah kegiatan MICE di bidang usaha perjalanan wisata.Sedangkan untuk kegiatan convention dan exhibition, tidak ada yang menggunakan jasa usaha perjalanan dalam pelaksanaannya.

Kata Kunci: Kota Semarang, MICE, strategi, peningkatan perekonomian

Pendahuluan

MICE (*meeting, incentive, convention* dan *exhibition*). Merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki *multiplier effect* tinggi terhadap sektor lain. Hal tersebut menyebabkan banyak daerah berusaha semaksimal mungkin dalam mengembangkan sektor ini.Berbagai macam upaya dilakukan untuk menarik minat para investor, instansi, kelompok masyarakat, asosiasi maupun wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kegiatan MICE ke suatu wilayah / daerahnya. MICE memiliki pengertian secara khusus menurut Pendit (1999:25) yang berarti, wisata konvensi, dengan batasan: usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Pengertian lain menurut 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 international mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.

Industri MICE kian berkembang baik di Indonesia. Dengan perkembangan yang agresif dalam bidang perhotelan dewasa ini, pada umumnya setiap ibu kota provinsi di Indonesia mampu menyelenggarakan kegiatan MICE berskala nasional bahkan internasional.

Dalam mengembangkan industri ini di Indonesia, penting rasanya digalakkan pengembangan promosi dan pemasaran terpadu yang berkelanjutan.Sehingga diharapkan hal tersebut bakal berdampak langsung pada *multiplierefect*, baik dari sisi ekonomi, perdagangan, industri, dan pencitraan di kancah nasional maupun internasional.

Pusat-pusat perkembangan MICE sendiri berada di pulau jawa, hampir tujuh puluh persen perkembangan pesat terjadi di pulau terpadat di Indonesia ini.Jawa Tengah merupakan salah satu tujuan provinsi yang layak diperhitungkan kedalam industri ini, karena memiliki banyak potensi baik infrastruktur pendukung MICE dan daya tarik wisata yang cukup tinggi.Berikut ini disajikan data banyaknya daya tarik wisata dan *event* yang ada di 35 Kabupaten/Kota yang ada di Jawa Tengah.

Tabel 1
Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Kota Semarang Tahun 2010-2015

Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Asing
2010	23.809	1.892.083
2011	28.226	2.072.019
2012	32.975	2.679.467
2013	35.241	3.122.417
2014	49.078	3.958.114
2015	51.880	4.324.479

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dalam Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Kota Semarang.

Peningkatan yang signifikan dari tahun ke tahun ini menunjukkan tingginya minat wisatawan baik asing maupun domestik untuk berwisata ke Kota Semarang.Peluang ini harus dilihat dengan cermat oleh pemerintah, guna meningkatkan pendapatan asli daerah dan meningkatkan kesejateraan masyarakat Kota Semarang.

Untuk menunjang kegiatan MICE, Kota Semarang juga memiliki fasilitas atau infrastruktur pendukung yang tergolong lengkap.Hal tersebut dibuktikan dari adanya jumlah fasilitas hotel, restoran, biro perjalanan dan tempat hiburan yang cukup tinggi di Kota Semarang dan selalu berkembang di setiap tahunnya.Berikut disajikan data jumlah fasilitas hotel, restoran, biro perjalanan dan tempat hiburan Kota Semarang.

Tabel 2
Jumlah Fasilitas Pendukung Pariwisata Kota Semarang Tahun 2012-2015 (unit)

No	Jenis Fasilitas	2012	2013	2014	2015
1	Hotel	95	90	122	114
2	Restoran	70	124	121	137
3	Biro Perjalanan	108	108	109	124
4	Tempat Hiburan	79	20	96	80

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang

Tujuan dan Sasaran

Dengan melihat tingginya potensi, minat investor dan banyaknya fasilitas penunjang, dapat dipastikan kegiatan MICE di Kota Semarang ini sangat tepat untuk dilakukan.MICE diharapkan mampu menjadi salah satu alternatif yang menjanjikan bagi peningkatan pendapatan Kota Semarang.

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Melalukan pemetaan potensi pendukung pengembangan MICE di Kota Semarang. Dalam tujuan ini akan dilihat bagaimana ketersediaan kelengkapan infrastruktur pendukung MICE dan melihat pertumbuhan fasilitas tersebut dari tahun ke tahun.
2. Mengevaluasi usaha dan capaian Kota Semarang dalam pengembangan MICE. Dalam tujuan kedua ini evaluasi akan dilakukan dari berbagai macam aspek diantaranya adalah mengevaluasi kegiatan MICE yang sudah berjalan selama ini dan banyaknya penyerapan tenaga kerja dalam sektor MICE.
3. Menyusun strategi peningkatan pedapatan daerah melalui pengembangan MICE di Kota Semarang. Strategi pengembangan MICE akan disusun berdasarkan potensi dan hasil evaluasi yang telah dilakukan. Sehingga penguatan sektor MICE akan tercapai karena didasarkan pada kemampuan, potensi dan masalah yang ada di Kota Semarang.

Metode Penelitian

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk mendapatkan data sekunder dan wawancara untuk mendapatkan data primer. Adapundata sekunder yang dibutuhkan diataranya adalah data infrastruktur fisik penunjang pengembangan MICE di Kota Semarang dan berbagai dokumen kebijakan yang berhubungan dengan pengembangan MICE. Sedangkan metode wawancara akan digunakan untuk mendapatkan data primer sebagai dasar penentuan strategi dalam pengembangan MICE di Kota Semarang.

Terdapat 3 jenis pelaku usaha yang dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini yaitu (1) usaha perhotelan, (2) usaha biro perjalanan wisata, dan (3) usaha *profesional exhibition organizer*(PEO). Untuk usaha perhotelan diambil responden sejumlah 26 hotel bintang 3 hingga 5 dari total populasi 35 hotel. Sedangkan, untuk usaha biro

perjalanan wisata sebanyak 6 responden dan usaha PEO sebanyak 2 responden.

Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis diantaranya adalah 1) analisis skalogram yang akan digunakan untuk melakukan pemetaan potensi pendukung pengembangan MICE di Kota Semarang. 2) Analisis deskriptif, yang akan digunakan untuk mengevaluasi usaha dan capaian Kota Semarang dalam pengembangan MICE. 3) Analisis SWOT yang akan digunakan untuk menyusun strategi peningkatan pendapatan asli daerah (PAD) melalui pengembangan MICE di Kota Semarang.

Pemetaan Potensi Pendukung Pengembangan MICE di Kota Semarang

Dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan kegiatan MICE di Kota Semarang perlu didukung oleh potensi fisik yang tersedia di Kota Semarang yaitu meliputi (1) infrastruktur utama utuk kegiatan MICE, (2) insfrastruktur penunjang MICE seperti : jumlah, hotel, biro perjalanan, restoran, rumah makan, bar, cafe, jasa boga katering, pusat penjualan makanan, panti pijat, karaoke, dan spa, sarana transportasi seperti BRT, taksi maupun angkutan umum, objek wisata seperti wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan, jumlah pasar, kantor polisi, sebagai fasilitas keamanan publik. Potensi fisik terbaru perlu dilakukan pemetaan dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara detail dan komprehensif kondisi potensi fisik yang ada.

Keberadaan infrastruktur utama untuk kegiatan *meeting, incentive, convention* dan *exhibition* yang baik dan layak akan sangat mendukung peningkatan kunjungan para peserta kegiatan MICE di Kota Semarang. Adapun gambaran infrastruktur utama untuk kegiatan *meeting, incentive, convention* dan *exhibition* di Kota Semarang dijabarkan dalam uraian berikut ini.

Infrastruktur *Meeting*

Meeting merupakan kegiatan pertemuan yang lebih kecil jumlah dan skalanya dibandingkan dengan *conference, congress* dan *conventions*. Kegiatan *meeting* biasanya dilakukan oleh minimal dua orang untuk waktu minimal 15 menit, di suatu tempat khusus. *Meeting* dilakukan oleh beberapa orang untuk membahas masalah pekerjaan atau bisnis. Pertemuan tersebut biasanya dilakukan ditempat-tempat khusus dimana terdapat layanan penjualan makanan atau minuman dengan fasilitas tempat yang nyaman untuk melakukan diskusi. Adapun tempat-tempat dilakukannya meeting tersebut diantaranya adalah hotel, restoran atau di mall dimana terdapat *coffeeshop* di dalamnya. Berikut adalah jumlah fasilitas utama untuk kegiatan *meeting* yang berada di Kota Semarang.

Tabel 3
Jumlah Fasilitas Meeting di Kota Semarang Tahun 2012-2015

Fasilitas	2012	2013	2014	2015
Hotel	95	90	122	114
Restoran	70	124	121	137
Mall	5	5	5	5

Sumber:Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang dan data primer, diolah (2016)

Dilihat dari perkembangan jumlah fasilitas *meeting* dari tahun 2012 hingga 2015, jumlah hotel dan restoran di Kota Semarang menunjukkan kenaikan yang signifikan. Jumlah hotel mengalami kenaikan sebesar 20% dari tahun 2012 yang tadinya berjumlah 95, menjadi 114 pada tahun 2015. Jumlah restoran pada tahun 2012 hingga 2015 mengalami perkembangan yang sangat besar yaitu mengalami peningkatan

sebesar 95,7% dari 70 tahun 2012 menjadi 137 pada tahun 2015.

Infrastruktur *Incentive*

Incentive merupakan 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. Kegiatan tersebut biasanya dilakukan ke luar kota atau bahkan ke luar negeri. Untuk menjadi daerah tujuan kegiatan *incentive*, ada beberapa infrastruktur utama yang harus dimiliki di daerah tersebut. Diantaranya adalah hotel sebagai tempat menginap dan pertemuan, agen perjalanan selaku *event organizer* penyelenggara *incentive*, dan objek wisata sebagai lokasi tujuan *refreshing* peserta *incentive*. Berikut ini disajikan data fasilitas kegiatan *incentive* di Kota Semarang dari tahun 2012 sampai 2015.

Tabel 4
Jumlah Fasilitas *Incentive* di Kota Semarang Tahun 2012-2015

Fasilitas	2012	2013	2014	2015
Hotel	95	90	122	114
Agen Perjalanan	108	108	109	124
Objek Wisata	39	44	45	62

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata kota Semarang

Jumlah hotel, agen perjalanan dan objek wisata di Kota Semarang mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Jumlah hotel mengalami peningkatan sebanyak 20% dari tahun 2012 hingga 2015. Perkembangan jumlah agen perjalanan dari tahun 2012 hingga 2015 juga mengalami peningkatan yang baik yaitu sejumlah 14,8% dari 108 menjadi 124 pada tahun 2015. Objek wisata sebagai lokasi tujuan refreshing, berjumlah 39 objek pada tahun 2012 dan mengalami peningkatan menjadi 62 objek pada tahun 2015 atau mengalami pertumbuhan sebesar 58,9%.

Infrastruktur Convention

Convention atau *conference* merupakan kegiatan *meeting* yang skalanya lebih besar daripada *meeting* biasa. Kegiatan ini diselenggarakan dengan durasi sedikitnya satu hari hingga beberapa hari dan dengan jumlah peserta lebih dari 50 orang, namun tidak selalu dalam frekuensi yang rutin. *Convention* pada umumnya diadakan dengan waktu yang sudah ditetapkan secara reguler (misalnya tahunan, dua tahunan, tiga tahunan). Dalam kegiatan ini peserta umumnya adalah dari sekelompok atau berbagai jenis profesi.

Untuk menjadi daerah tujuan diselenggarakannya *convention*, daerah tersebut harus memiliki beberapa fasilitas utama seperti ruang pertemuan atau gedung pertemuan yang representatif yang memiliki kapasitas cukup besar untuk menampung minimal 50 orang. Fasilitas yang wajib ada berikutnya adalah katering. Katering ini harus ada untuk memenuhi kebutuhan konsumsi para peserta *convention* atau *conference*. Karena kegiatan ini biasanya diselenggarakan di gedung atau ruang-ruang pertemuan di hotel, katering merupakan pihak penyedia konsumsi yang dianggap tepat dan sering digunakan. Adapun kondisi infrastruktur utama untuk kegiatan *convention* atau *conference* di Kota Semarang adalah sebagai berikut.

Tabel 5
Jumlah Fasilitas Convention di Kota Semarang Tahun 2012-2015

Fasilitas	2012	2013	2014	2015
Ruang Pertemuan di Hotel	120	114	165	154
Gedung Pertemuan	15	15	15	15
Katering	2	2	2	11

Sumber: Data primer, diolah (2016).

Tempat diselenggarakannya *convention* paling sering adalah ruang pertemuan di hotel atau gedung

pertemuan. Di Kota semarang memiliki banyak hotel. Namun hotel yang memiliki fasilitas ruang-ruang pertemuan biasanya adalah hotel berbintang tiga hingga bintang lima. Dari banyaknya jumlah hotel di Kota Semarang jumlah keseluruhan ruang yang dimiliki adalah 120 pada tahun 2012 dan meningkat hingga berjumlah 154 pada tahun 2015. Peningkatan tersebut sebanding dengan peningkatan jumlah hotel di Kota semarang yaitu 20% dari tahun 2012 hingga 2015. Sedangkan peningkatan jumlah ruang pertemuan di hotel pada kurun yang sama adalah 28,3%.

Fasilitas gedung pertemuan yang ada di Kota Semarang dari tahun 2012 hingga 2015 tidak mengalami perubahan yaitu berjumlah 15. Hal tersebut menunjukkan kurangnya gairah investasi dalam pendirian gedung-gedung pertemuan. Sedangkan untuk jasa katering menunjukkan pertumbuhan yang fluktuatif, pada tahun 2012 hanya berjumlah 2 yang terdaftar pada Dinas Pariwisata Kota Semarang, dan pada tahun 2014 meningkat pesat pada tahun 2014 mencapai 79 usaha katering, namun di tahun berikutnya mengalami penurunan menjadi 11 usaha katering.

Infrastruktur *Exhibition*

Exhibition merupakan kegiatan untuk menyebarluaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata. Kegiatan ini biasanya berbentuk pameran berskala besar yang dilakukan di tempat umum yang berkapasitas besar. Adapun fasilitas utama yang digunakan pada kegiatan ini diantaranya adalah gedung pertemuan, atrium mall-mall dan hall hotel. Di Kota Semarang sendiri gambaran jumlah fasilitas-fasilitas tersebut adalah sebagai berikut.

Tabel 6
Jumlah Fasilitas Exhibition di Kota Semarang Tahun 2012-2015

Fasilitas	2012	2013	2014	2015
Gedung Pertemuan	15	15	15	15
Atrium Mall	6	6	6	6
Hall Hotel	95	90	122	114

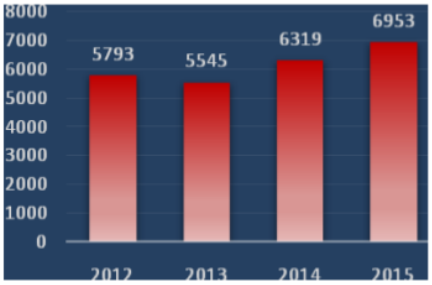
Sumber:data primer diolah (2016)

Jumlah gedung pertemuan tidak mengalami perubahan dari tahun 2012 hingga 2015 yaitu berjumlah 15 gedung. Perkembangan julah atrium mall juga tidak mengalami perubahan dalam empat tahun tersebut yaitu berjumlah enam. Sedangkan jumlah hall hotel mengalami perkembangan yang cukup signifikan dari tahun 2012 hingga 2015 yaitu mengalami kenaikan sebesar 20% dari 95 menjadi 114 pada tahun 2015.

Kelengkapan Infrastruktur Pendukung Kegiatan MICE

Dalam pengembangan sektor MICE, adanya kelengkapan insfrastruktur untuk mendorong keberhasilan pengambangan sektor MICE sangat diperlukan. Dari hasil analisis sklaogram yang telah dilakukan, didapatkan jumlah infrastruktur pendukung kegiatan MICE tiap tahunnya. Berikut ini adalah gambar perkembangan jumlah infrastruktur tersebut.

Jika melihat trend tahun 2012 hingga 2015, terjadi peningkatan yang cukup tinggi. Pada tahun 2012 jumlah infrastruktur pendukung tersebut berjumlah 5.793 unit dan mengalami kenaikan yang cukup tinggi hingga 6.953 unit pada tahun 2015. Hal tersebut secara tidaklangsung menggambarkan bahwa investasi di bidang ini cukup berkembang sehingga mendongkrak pertumbuhan infrastruktur yang ada.



Gambar 1
Jumlah Infrastruktur Pendukung Kegiatan MICE

Evaluasi Pengembangan MICE Kota Semarang

Upaya evaluasi dilakukan dengan penelitian lapangan dengan metode survei dengan menyebarkan kuisoner kepada responden yang terdiri dari (1) pelaku usaha sektor perhotelan, (2) biro perjalanan wisata dan (3) event organizer. Masing-masing kegiatan MICE akan dijabarkan berdasarkan kontribusinya terhadap sektor perhotelan, perjalanan wisata dan pameran.

Usaha Perhotelan

Penyewa ruang pertemuan merupakan instansi/ lembaga/ perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan MICE di hotel.

Tabel 7
Kontribusi, Jumlah dan Peserta Kegiatan MICE dalam Usaha Perhotelan

Jenis	Jumlah	Kontribusi (%)			
		M	I	C	E
Penyewaan Ruang	460	54	13	28	4
Peserta Kegiatan MICE	29.480	53	12	26	9

Pada tabel 7 ditampilkan jumlah penyewa ruang dan peserta kegiatan dalam pertemuan kegiatan MICE serta kontribusi kegiatan *Meeting, Incentive, Convention* dan *Exhibition* terhadap rata-rata penyewa ruang pertemuan setiap bulannya di usaha perhotelan Kota Semarang. Dilihat dari data tersebut, dapat dilihat kegiatan meeting mendominasi kegiatan yang dilakukan di hotel diikuti kegiatan *convention, incentive* dan *exhibition*.

Usaha Perjalanan

Pada tabel 8 ditampilkan jumlah kegiatan dan jumlah peserta dalam *incentive* serta kegiatan MICE setiap bulan dan kontribusi kegiatan *meeting, incentive, convention*dan *exhibition* terhadap rata-rata penyelenggaraan kegiatan *incentive*setiap bulan di Kota Semarang. Dilihat dari data tersebut, kegiatan *incentive* mendominasi kegiatan yang dilakukan di Kota Semarang selanjutnya diikuti kegiatan meeting. Sementara untuk kegiatan *convention* dan *exhibition* tidak memberikan kontribusi.

Tabel 8
Kontribusi, Jumlah Kegiatan dan Peserta Kegiatan MICE dalam Usaha Perjalanan

Jenis	Jumlah	Kontribusi (%)			
		M	*I*	*C*	*E*
Jumlah Kegiatan	36	22	78	0	0
Jumlah Peserta	600	18	82	0	0

Usaha Profesional Exhibition Organizer (PEO)

Deskripsi usaha PEO yang menunjang kegiatan pameran/exhibition di Kota Semarang. Dari hasil penelitian, ditemukan penyelenggaraan pameran rata-rata yaitu 62 buah, diikuti oleh 10 institusi, jumlah stand sebanyak 115 dikunjungi oleh 1900 orang.

Tabel 9
Jumlah Penyelenggaraan, Institusi, *Stand* dan Pengunjung dalam *Exhibition*

Jenis	Jumlah
Penyelenggaraan exhibition	62
Jumlah institusi	10
Jumlah stand	115
Jumlah pengunjung	1900

Kontribusi Kegiatan MICE terhadap Penyerapan Jumlah Tenaga Kerja

Kegiatan MICE memiliki peranan dalam meningkatkan tingkat penyerapan tenaga kerja. Dalam kajian ini, jumlah penyerapan tenaga kerja diklasifikasikan ke dalam 3 unit usaha, yaitu (1) usaha perhotelan, (2) usaha biro perjalanan wisata, (3) usaha PEO. Tenaga kerja dibagi menjadi 2 jenis, yaitu tenaga kerja tetap dan tenaga kerja tambahan pada saat kondisi *overload*. Pada Tabel 10 ditampilkan tabel jumlah tenaga kerja tetap dan jumlah tenaga kerja tambahan pada kegiatan MICE di Kota Semarang.

Tabel 11
Jumlah Tenaga Kerja dan Jumlah Tenaga Kerja Tambahan pada Kegiatan MICE di Kota Semarang

No	Sektor Usaha	Jumlah Tenaga Kerja Tetap	Jumlah Tenaga Kerja Tambahan
1	Perhotelan	1.001	135
2	Perjalanan Wisata	115	21
3	PEO	20	13
	Jumlah	1.136	169

Sumber : data primerdiolah

Berdasarkan Tabel 11, sektor perhotelan mampu menyerap 1.001 orang sebagai tenaga kerja tetap dan 135 orang sebagai tenaga kerja tambahan. Biro perjalanan wisata menyerap 115 orang sebagai tenaga kerja tetap dan 21 orang tenaga kerja tambahan. Sedangkan, usaha PEO menyerap 20 orang sebagai tenaga kerja tetap dan 13 orang sebagai tenaga kerja tambahan. Total tenaga kerja tetap pada kegiatan MICE di Kota Semarang berjumlah 1.136 orang, sedangkan total tenaga kerja tambahan sebanyak 169 orang.

Strategi Pengembangan MICE di Kota SemarangPengembangan Kegiatan *Meeting*

Dari analisis SWOT kegiatan, ada beberapa hal yang dapat dirumuskan dalam kekuatan secara internal yaitu kegiatan *meeting* yang dilakukan di kota Semarang sudah cukup banyak dilakukan. Hal ini dapat diakui bahwa, masyarakat sudah mulai percaya kota Semarang memiliki sarana dan prasarana yang baik serta lingkungan yang mendukung. Pertimbangan atas jumlah fasilitas penunjang kegiatan meeting di kota Semarang yang lengkap merupakan hal yang mendukung kepercayaan tersebut. Indikator lengkapnya fasilitas yang dimiliki yakni tersedianya fasilitas hotel bintang tiga sampai lima.

Strategi pengembangan MICE yang dapat dilakukan berdasar analisis SWOT yang telah dilakukan diantaranya adalah : 1) Peningkatan infrastruktur yang meliputi pembangunan gedung pertemuan yang berkapasitas besar dan representatif untuk kegiatan exhibition; peningkatan daya tarik kota, objek wisata dan *event*; Perbaikan fasilitas bandara; Perbaikan dan pelebaran jalan raya utama; Penanganan kawasan banjir; Pembangunan pusat informasi MICE. 2) peningkatan kegiatan promosi melalui pameran *meeting package*, pembuatan pusat informasi MICE Kota Semarang, Sosialisasi melalui media massa dan jejaring sosial, dll. 3) peningkatan kerjasama dengan beberapa pihak yang berkaitan dengan MICE seperti investor, maskapai penerbangan, pengusaha MICE dan UMKM. 4) peningkatan kualitas SDM melalui pemberian pelatihan dan workshop pada pihak yang bekerja di bidang MICE dan pembentukan tim ahli pengembangan MICE Kota Semarang.

Kesimpulan

1. Potensi fasilitas pendukung kegiatan *meeting, incentive* dan *convention* di kota Semarang sangat memadai, dilihat dari berbagai macam fasilitas yang dimiliki serta banyaknya *event*, hotel, tempat kuliner, sarana transportasi, objek wisata dan fasilitas keamanan. Namun untuk fasilitas kegiatan *exhibition*, Kota Semarang belum memiliki fasilitas gedung yang berkapasitas besar.
2. Dilihat dari jumlah infrastruktur pendukung kegiatan MICE cenderung mengalami kenaikkan dari tahun ke tahun.
3. Kegiatan *meeting* paling mendominasi terhadap jumlah penyewa ruang pertemuan di bidang usaha perhotelan yaitu 54 %, diikuti *convention* 28 %, *incentive* 13 % dan *exhibition* 4 %. Kegiatan *meeting* juga mendominasi jumlah peserta kegiatan MICE di bidang usaha perhotelan yaitu 53 %, diikuti *convention* 26 %, *incentive* 12 % dan *exhibition* 9 %.
4. Kegiatan *incentive* mendominasi jumlah kegiatan MICE di bidang usaha perjalanan wisata yaitu 78 %, diikuti oleh kegiatan *meeting* sebesar 22 %. Sedangkan untuk kegiatan *convention* dan *exhibition*, tidak ada yang menggunakan jasa usaha perjalanan dalam pelaksanaannya.
5. Total tenaga kerja tetap pada kegiatan MICE di Kota Semarang berjumlah 1.136 orang, sedangkan total tenaga kerja tambahan sebanyak 169 orang.

Rekomendasi

Strategi pengembangan MICE yang dapat dilakukan diantaranya adalah:

1. Peningkatan infrastruktur, meliputi: Pembangunan gedung pertemuan yang berkapasitas besar dan representatif untuk kegiatan *exhibition*; peningkatan daya tarik kota, objek wisata dan *event*; Perbaikan fasilitas bandara; Perbaikan dan pelebaran jalan raya utama; Penanganan kawasan banjir; Pembangunan pusat informasi MICE.
2. Peningkatan kegiatan promosi melalui: pameran *meeting package*, pembuatan pusat informasi MICE Kota Semarang, Sosialisasi melalui media massa dan jejaring sosial, dll.
3. Peningkatan kerjasama dengan beberapa pihak yang berkaitan dengan MICE seperti investor, maskapai penerbangan, pengusaha MICE dan UMKM.
4. Peningkatan kualitas SDM melalui pemberian pelatihan dan *workshop* pada pihak yang bekerja di bidang MICE dan pembentukan tim ahli pengembangan MICE Kota Semarang.
5. Bagi dinas-dinas yang terkait dengan sektor MICE, perlu adanya peningkatan penyediaan data khusus di bidang MICE dan menyusun *masterplan* pengembangan MICE di Kota Semarang.

DAFTAR PUSTAKA

Adisasmita, Rahardjo. (2006). *Pembangunan Pedesaan dan Perkotaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Andriyani, Yani. (2012). *Pariwisata Perkotaan : Teori dan konsep*. http://tentangpariwisata.blogspot.com. Diakses pada 3 juli 2013.

Asdhiana, I Made. (2013). Solo dan Semarang Andalan MICE Jateng. *Kompas*, 2 Mei 2013.

Badan Pusat Statistik. Kota Semarang dalam Angka.

Badan Pusat Statistik. Jawa Tengah dalam Angka 2015. Kota Semarang: Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah.

Dinas Pengelolaan Aset dan Kekayaan Daerah. Profil DPKAD Kota Semarang. 2015. Kota Semarang:

Dinas Pengelolaan Aset dan Kekayaan Daerah.

Bogdan, Robert C. dan Steven J. Taylor, (1992). *Introduction to Qualitative Research Methotds: A Phenomenological Approach in the Social Sciences*. alih bahasa Arief Furchan, John Wiley dan Sons, Surabaya. Usaha Nasional.

Boyd, Harper W., et al. (2000). *Marketing Management "A Strategic Approach with Global Orientation*.Third Edition. USA: Richard D. Irwin, Inc.

Djunaedi, Achmad.____.*Proses Perencanaan Strategis untuk PerKotaan (Secara Umum)*.Staf PengajarProgram Magister Perencanaan Kota dan Daerah (MPKD) UGM.

Kementrian Perdagangan Republik Indonesia.(2011). *Potensi Industri MICE Indonesia*.Warta Ekspor edisi Juli 2011.

Kesrul, M. (2004).*Meeting Incentive Trip, Conference and Exhibition*. Graha Ilmu: Jakarta.

Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management "Analysis, Planning, Implementation and Control"* (9th ed). New Jersey: Prentice Hall International, Inc.

Kuncoro, Mudrajad.(2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*.Jakarta : Penerbit Erlangga.

Muktiali, Mohammad. (2012). *Kaji Banding City Branding Kota Semarang dengan Kota di Indonesia (Solo dan Surabaya) dan Kota di Dunia (Amsterdam)*.Seminar Nasional City Branding.

Noor, Any.(2007). *Globalisasi Industri MICE*. Alfabeta: Bandung.

Nyoman S. Pendit. (1999). *Wisata Konvensi*.Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Pemerintah Kota Semarang.Laporan Penyelenggaraan Pemerintah Daerah berbagai edisi. Kota Semarang: Pemerintah Kota Semarang.

Rogers, T. (2003).*Conference and Convention, A Global Industry*. Butterwoth-Heinemann: London.

Sasongko, R. Widodo Djati.(2008).Kesiapan Surabaya sebagai Daerah Tujuan Wisata MICE dalam Rangka Meningkatkan Kunjungan Wisatawan.*Jurnal* Vol.2 No.2 Juni 2008:70-85.

Sjafrizal.(2012). *Ekonomi Wilayah dan Perkotaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sono.(2011). *Teori Pertumbuhan Ekonomi Wilayah*.post on Kamis, 07 Juli 2011.

Tarigan, Robinson. (2005). *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Jakarta: Bumi Aksara.

Todaro, Michael P. (2000). *Economic Development*.Seventh Edition, New York University, Addison Mesley.

KAJIAN PERTUMBUHAN MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION) DI KOTA SEMARANG TERHADAP PEREKONOMIAN DAERAH

ORIGINALITY REPORT

16%	12%	3%	12%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	www.tripoutbound.com Internet Source	2%
2	docobook.com Internet Source	1%
3	djpen.kemendag.go.id Internet Source	1%
4	issuu.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1%
6	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	1%
7	journal.apmai.org Internet Source	1%
8	Yoli Okta Lifia, Rika Hariance. "Bauran Pemasaran Bunga Gerbera (Gerbera	1%

jamensonii) di Kelompok Tani Boemi Nursery Jawa Barat", Journal of Agribusiness and Community Empowerment, 2018
Publication

9	www.arsy.co.id Internet Source	1%
10	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
11	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
12	Aloysia Melsasail, Jeter D Siwalette, Paulus M Puttileihalat. "ANALISIS POTENSI DAN STRATEGI PENGEMBANGAN TANAMAN SAYURAN (STUDI KASUS DI NEGERI TAWIRI KECAMATAN TELUK AMBON)", Agrilan : Jurnal Agribisnis Kepulauan, 2019 Publication	<1%
13	eprints.dinus.ac.id Internet Source	<1%
14	proceeding.unnes.ac.id Internet Source	<1%
15	digilib.uns.ac.id Internet Source	<1%
16	www.scribd.com Internet Source	<1%

17	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1%
18	repository.unej.ac.id Internet Source	<1%
19	id.123dok.com Internet Source	<1%
20	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1%
21	Submitted to School of Business and Management ITB Student Paper	<1%
22	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1%
23	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1%
24	fr.scribd.com Internet Source	<1%
25	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
26	jhgr.ut.ac.ir Internet Source	<1%
27	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%

28	Submitted to Binus University International Student Paper	<1%
29	es.scribd.com Internet Source	<1%
30	Puji Astuti, Mardianto Manan, Febby Asteriani, Cihe Aprilia Bintang, Dharfrimadil Akhyar. "Chapter 44 The Prospective Analysis of Coastal Town Development Based on Waterfront City (Case Study: Bantan Sub-District, Bengkalis–Riau Province)", Springer Science and Business Media LLC, 2017 Publication	<1%
31	media.neliti.com Internet Source	<1%
32	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1%
33	eprints.unipdu.ac.id Internet Source	<1%
34	jurnal.umrah.ac.id Internet Source	<1%
35	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1%
36	repository.usu.ac.id Internet Source	<1%

37	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	On		