

ANALISIS KONTRIBUSI MICE TERHADAP PENYERAPAN TENAGA KERJA DAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Rosalina Nur Annisa¹, Dyah Wahyuning Tyas²

Program Studi Diploma Tiga Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo,
Yogyakarta, Indonesia

Penulis korespondensi: rosha_lin@yahoo.co.id¹, dyah217@gmail.com²

ABSTRACT

This study aims to analyze the development of MICE tourism and its contribution to employment absorption in the tourism sector and tourist visits in the Special Region of Yogyakarta. MICE activities (Meetings, Incentives, Conventions, and Exhibitions) held in an area may contribute to various sectors. However, the implementation of MICE activities in an area has not yet been clearly measured for its contribution to employment absorption or number of tourist visits. This research sample uses purposive sampling technique, using primary data and secondary data. Primary data in the form of in-depth interviews and questionnaires. While secondary data in the form of data on the number of MICE, labor in the tourism sector, and tourist visits in 2014 - 2018. The analytical method used in this study is quantitative and qualitative SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, and Threat) and is supported by descriptive statistics for strengthen analysis. The results showed the development of MICE tourism in DIY over a period of 5 years (2014-2018) had increased. MICE has grown a lot in Sleman Regency and Yogyakarta City, due to the factor of accommodation facilities, location close to tourist destinations and airports. MICE has a contribution to employment absorption seen from the positive quadrant sign between strength and weakness of 144.96. In addition, MICE also contributes to tourist visits as seen from the positive quadrant sign of 119.03.

Keywords: MICE, employment absorption, tourist visit.

PENDAHULUAN

Berkembangnya industri pariwisata mendorong pertumbuhan usaha di bidang pariwisata seperti agen perjalanan wisata, restoran, penginapan dan usaha MICE (*Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition*). Dari berbagai jenis usaha pariwisata tersebut, saat ini usaha di bidang MICE menjadi fokus program pemerintah, hal ini dilatarbelakangi karena kegiatan MICE juga berperan dalam menghasilkan devisa negara yang besar di sektor pariwisata. Bahkan devisa sektor

pariwisata di Indonesia sejak tahun 2012 sampai dengan tahun 2016 terus melonjak menjadi penyumbang urutan kedua sebesar USD 13,5 juta setelah minyak sawit (Setyawan, 2018).

Bisnis MICE merupakan bisnis jasa kepariwisataan yang terdiri dari kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*, yang disingkat MICE). Keempat jenis kegiatan itu merupakan usaha untuk memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang untuk membahas berbagai masalah berkaitan

dengan kepentingan bersama termasuk juga memamerkan produk-produk bisnis (Prayudi, 2011).

Dalam rangka mendukung program MICE, Kementerian Pariwisata telah menetapkan 16 destinasi MICE unggulan, yaitu Jakarta, Bali, Bandung, Surabaya, Solo, Yogyakarta, Makassar, Batam, Medan, Manado, Padang, Palembang, Balikpapan, Bintan, Semarang dan Lombok. Penetapan 16 destinasi MICE unggulan ini telah mendorong diselenggarakannya ratusan event nasional maupun internasional di Indonesia setiap tahunnya.

Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) menjadi salah satu daerah tujuan wisata utama MICE di Pulau Jawa, Indonesia. Di DIY banyak terdapat hotel dan gedung pertemuan yang mempunyai standar MICE dan siap menggelar berbagai kegiatan, baik skala nasional maupun internasional. Berdasarkan data kantor Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY), pada tahun 2016 tercatat 54 hotel berbintang, dan 521 hotel non-bintang, di samping sejumlah gedung pertemuan yang dapat mendukung Yogyakarta sebagai tujuan wisata MICE. Banyaknya peserta seminar, konvensi, pameran maupun kegiatan lainnya berskala nasional maupun internasional yang digelar di daerah Yogyakarta menunjukkan bahwa posisi Yogyakarta sebagai salah satu daerah pariwisata berbasis MICE semakin kokoh.

Penyelenggaraan MICE memberikan manfaat langsung pada ekonomi masyarakat seperti akomodasi, usaha kuliner, cinderamata, *guide*, hingga transportasi lokal sehingga sejalan dengan tiga strategi yang dijalankan pemerintah yakni pro-pengentasan kemiskinan, pro penciptaan lapangan kerja, serta pro-pertumbuhan (Kresnarini, 2011). Kegiatan bisnis MICE telah membuka lapangan kerja baru, tidak hanya menciptakan tenaga kerja musiman saja, tetapi juga telah menciptakan pekerjaan

yang tetap bagi banyak masyarakat. MICE juga berperan terutama dalam menyerap Sumber Daya Manusia (SDM) berupa tenaga kerja di sektor pariwisata. Salah satu hasil penelitian menyatakan bahwa semakin bertambah industri pariwisata maka semakin meningkat penyerapan terhadap tenaga kerja di sektor pariwisata (Tradena, 2017).

Selain itu penyelenggaraan MICE diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Tahun 2016 ada sekitar 14.500 event di kota Yogyakarta yang sanggup mendatangkan sebanyak 3,6 juta wisatawan asing. Rinciannya adalah 30% meeting, 15% wisata insentif, dan 45% pameran. Sementara, 10% merupakan berbagai event dari perhelatan musik, festival, dan berbagai acara budaya.

Pengembangan kegiatan bisnis MICE menjadi salah satu prioritas program pengembangan pariwisata karena kegiatan MICE yang digelar suatu daerah akan berdampak positif terhadap berbagai ekonomi. Namun penyelenggaraan kegiatan MICE pada suatu daerah belum diketahui secara jelas dan terukur kontribusinya terhadap penyerapan tenaga kerja ataupun jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. Berdasarkan latar belakang dan masalah yang telah diidentifikasi, maka masalah yang akan diteliti dirumuskan dalam pertanyaan sebagai berikut:

- a. Bagaimanakah perkembangan wisata MICE di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- b. Bagaimanakah kontribusi MICE terhadap penyerapan tenaga kerja sektor pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta?
- c. Bagaimanakah kontribusi MICE terhadap kunjungan wisatawan di Daerah Istimewa Yogyakarta?

TINJAUAN PUSTAKA

1. MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*)

MICE merupakan bisnis jasa kepariwisataan yang terdiri dari kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) yang disingkat MICE. Keempat jenis kegiatan itu merupakan usaha untuk memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan termasuk juga memamerkan produk-produk bisnis.

Meeting merupakan rapat/pertemuan sekelompok orang yang tergabung dalam suatu asosiasi, perusahaan yang memiliki kesamaan minat dengan tujuan dan kepentingan pembahasan suatu permasalahan bersama. *Incentives* yakni perjalanan insentif merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka. *Conventions* merupakan pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendekiawan, profesional dan sebagainya) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama dan biasanya dalam jumlah peserta yang besar. *Exhibition* merupakan suatu bentuk kegiatan mempertunjukkan, memperagakan, memperkenalkan, mempromosikan dan menyebarluaskan informasi hasil produksi barang/jasa maupun informasi visual di suatu tempat tertentu dalam jangka waktu tertentu untuk disaksikan secara langsung oleh masyarakat untuk meningkatkan penjualan, memperluas pasar dan mencari hubungan dagang.

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).

2. Teori Tenaga Kerja

Tenaga kerja merupakan penduduk usia kerja (berusia 15-64 tahun) atau jumlah seluruh penduduk dalam suatu negara yang dapat memproduksi barang dan jasa jika ada permintaan terhadap tenaga mereka, dan jika mereka mau berpartisipasi dalam aktivitas tersebut (Subri, 2003) dalam (Ramdhan, 2018). Terdapat pengertian lain bahwa tenaga kerja merupakan semua orang yang bersedia atau sanggup untuk bekerja, meliputi mereka yang bekerja untuk diri sendiri atau keluarganya yang tidak menerima upah maupun yang menerima upah, mereka yang bersedia dan mampu bekerja, dalam artian menganggur dengan terpaksa karena tidak ada kesempatan kerja (Sudarsono, 2009). Para penyedia jasa MICE di Indonesia tidak hanya proaktif merebut pasar MICE, tapi harus agresif mengerahkan semua sumber daya manusia (SDM) untuk melobi serta memenangi *bidding* internasional (Drimawan, 2010). Oleh karena itu pentingnya penyerapan SDM yang berkualitas untuk mendukung penyelenggaraan MICE.

3. Teori Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan dalam waktu tertentu untuk bersenang-senang, istirahat, melewati liburan, mengunjungi obyek-obyek wisata, berobat, berdagang, olahraga, ziarah, mengunjungi keluarga atau mengikuti konvensi (www.persiatour.com, 2007). Kata wisatawan (*touris*) merujuk kepada orang. Secara umum wisatawan menjadi subset atau bagian dari traveller atau visitor. Untuk dapat disebut sebagai wisatawan, seseorang haruslah seorang *traveler* ataupun *visitors* (Pitana dan Diarta, 2009).

Wisatawan yang melakukan perjalanan, umumnya dapat dikategorikan menjadi 2

jenis, yaitu wisatawan dengan tujuan *leisure* atau disebut *Leisure Traveler* dan wisatawan yang tujuan utamanya adalah bisnis, baik untuk *Meeting, Incentive, Convention* maupun *Exhibition* (MICE) atau sering juga disebut *Business Traveler*. Wisatawan yang datang untuk tujuan MICE memiliki kelebihan dibanding wisatawan biasa, yaitu mereka umumnya adalah *opinion leader* yang berasal dari kalangan pengusaha, profesional maupun pemerintahan, yang melakukan kegiatan pada saat *low-season*.

4. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara terencana sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan (Rangkuti, 2016) dalam (Kartika, Ruskana, dan Fauzi, 2018). Analisis SWOT membandingkan antara faktor internal, yaitu kekuatan (*Strenght*), dan kelemahan (*Weakness*) pengembangan pariwisata, dengan faktor eksternal yaitu peluang (*Opportunity*), dan ancaman (*Threats*).

Dengan mengetahui kekuatan dan kelemahan akan mampu mengurangi kelemahan yang ada dan pada saat yang sama memaksimalkan kekuatan, hal yang sama juga berlaku pada tantangan dan ancaman, dimana pada saat tantangan dapat diperkecil, peluang yang ada justru diperbesar. Faktor internal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut faktor strategi internal atau IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*), dan faktor eksternal dimasukkan ke dalam matrik yang disebut matrik faktor strategi eksternal atau EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*).

METODE PENELITIAN

Pengolahan data dilakukan berdasarkan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara dan pengisian angket melalui *open-ended questionnaires* dengan pengukuran skala

likert. Data sekunder berupa data *time series* bulanan dari tahun 2014-2018 yang diperoleh dari Dinas Pariwisata per kabupaten/kota Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel penelitian ini dilakukan dengan tehnik *purposive sampling* yaitu tehnik *sampling non random sampling* yang mana peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menetapkan tujuan atau kriteria khusus sesuai dengan tujuan penelitian sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian (Ghozali, 2011). Lokasi penelitian dilakukan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) yang meliputi 5 kabupaten yaitu Sleman, Kulon Progo, Bantul, Gunungkidul dan Kota Yogyakarta dengan pertimbangan sebagai destinasi yang memiliki potensi besar dalam penyelenggaraan MICE baik tingkat nasional maupun internasional.

Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif SWOT dengan memasukkan ke dalam matrik IFAS (*Internal Strategic Factor Analysis Summary*), dan matrik EFAS (*External Strategic Factor Analysis Summary*) . Metode kualitatif berdasarkan pada wawancara dengan responden sebagai *key person*. Sedangkan metode kuantitatif berdasarkan pada pengukuran skala likert yang diperoleh dari kuesioner responden. Dasar data responden tersebut digunakan untuk pengujian hipotesis yang dilakukan secara statistik menggunakan bantuan *software SPSS 20* (Nisak, 2013).

PEMBAHASAN

1. Perkembangan MICE di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

DIY memiliki perkembangan wisata MICE yang semakin meningkat selama lima tahun terakhir (tahun 2014-2018). Hal ini didukung karena semakin berkembangnya destinasi wisata baru di beberapa kabupaten yang diikuti dengan peningkatan jumlah

usaha pariwisata seperti hotel, guest house, gedung pertemuan, restoran, dan lain-lain (Humas, 2018). Berdasarkan **Tabel 4.1**, diperoleh data jumlah penyelenggaraan

MICE di DIY yang semakin meningkat terkecuali pada tahun 2015 yang nilainya menurun dari tahun 2014 yaitu 13.022 kali menjadi 11.377 kali.

Tabel 4.1. Data Penyelenggaraan MICE Sektor Pariwisata (Hotel Bintang) di DIY Tahun 2014-2018

No.	Bulan	Jumlah Penyelenggaraan MICE					Total
		2014	2015	2016	2017	2018	
1	Januari	774	581	654	723	734	3,466
2	Februari	863	678	715	856	992	4,104
3	Maret	1,203	837	987	1,094	1,211	5,332
4	April	1,147	865	955	1,389	1,683	6,039
5	Mei	1,258	1,072	1,254	1,360	1,470	6,414
6	Juni	1,420	1,067	1,698	1,784	1,925	7,894
7	Juli	711	1,011	1,236	1,593	1,736	6,287
8	Agustus	902	899	1,123	1,285	1,512	5,721
9	September	1,322	1,001	1,452	1,604	1,759	7,138
10	Oktober	1,452	989	1,214	1,360	1,460	6,475
11	November	1,310	1,276	1,425	1,493	1,567	7,071
12	Desember	660	1,101	1,356	1,594	1,765	6,476
Jumlah		13,022	11,377	14,069	16,135	17,814	72,417
Rata-rata per bulan		1,085	948	1,172	1,345	1,485	6,035
Persentase		17.98%	15.71%	19.43%	22.28%	24.60%	100.00%
Pertumbuhan (per tahun)		-	-12.63%	23.66%	14.68%	10.41%	-

Sumber : Data diolah (Statistik Kepariwisataaan DIY) 2019

2. Perkembangan Tenaga Kerja Sektor Pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Jumlah tenaga kerja sektor pariwisata (hotel bintang), meningkat selama kurun waktu 5 tahun (tahun 2014-2018). Peningkatan jumlah tenaga kerja ini karena diikuti oleh meningkatnya jumlah penyelenggaraan kegiatan MICE di sektor pariwisata dan juga peningkatan usaha jasa pariwisata terutama hotel (Humas, 2018). Berdasarkan **Tabel 4.2**, persentase tenaga kerja yang terserap di sektor pariwisata pada tahun 2014-2018 meningkat dari 17,39% menjadi 23,12%. Selama kurun waktu lima

tahun jumlah tenaga kerja sektor pariwisata lebih didominasi oleh tenaga kerja laki-laki yaitu sebesar 20.327 jiwa dibandingkan perempuan sebesar 8.860 jiwa.

Penyerapan tenaga kerja di sektor pariwisata tidak hanya tenaga kerja tetap tetapi juga tenaga kerja musiman. Perkembangan MICE yang dilakukan di sektor pariwisata ikut memberi kontribusi bagi tenaga kerja antara lain: a). Kontribusi terhadap pendapatan, b). Kontribusi terhadap peningkatan jumlah tenaga kerja dan c). Kontribusi terhadap skill/kemampuan tenaga kerja.

Tabel 4.2. Penyerapan Tenaga Kerja Sektor Pariwisata (Hotel Bintang) di DIY Tahun 2014-2018

Tahun	Jenis Kelamin			Persentase			Pertumbuhan (per tahun)
	Laki-Laki	Perempuan	Jumlah	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
2014	3,727	1,349	5,076	18.34%	15.23%	17.39%	-
2015	3,748	1,388	5,136	18.44%	15.67%	17.60%	1.18%
2016	3,996	1,675	5,671	19.66%	18.91%	19.43%	10.42%
2017	4,374	2,183	6,557	21.52%	24.64%	22.47%	15.62%
2018	4,482	2,265	6,747	22.05%	25.56%	23.12%	2.90%
Total	20,327	8,860	29,187	100.00%	100.00%	100.00%	

Sumber : Data diolah (Statistik Kepariwisataan DIY) 2019

3. Perkembangan Wisatawan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY)

Wisata MICE menjadi andalan pariwisata DIY dalam mendongkrak jumlah kunjungan wisatawan. Berdasarkan **Tabel 4.3**, wisatawan yang berkunjung di hotel selama tahun 2014-2018 lebih banyak di dominasi wisatawan nusantara yaitu sejumlah 10.852.473 orang dibandingkan wisatawan mancanegara hanya 1.457.606 orang. Pertumbuhan jumlah wisatawan tertinggi

yaitu pada tahun 2018 sebesar 55,67% sedangkan pertumbuhan terendah sebesar 8,66% pada tahun 2014. Jumlah wisatawan tertinggi pada tahun 2018, karena pada tahun tersebut banyak diadakan event-event MICE dalam skala besar baik nasional dan internasional seperti konser musik penyanyi asing dan Mandiri Jogja Marathon di Candi Prambanan yang mendatangkan banyak wisatawan.

Tabel 4.3. Wisawatan Sektor Pariwisata (Hotel Bintang) di DIY Tahun 2014-2018

Tahun	Jumlah Wisatawan			Persentase			Pertumbuhan (per tahun)
	Mancanegara	Nusantara	Jumlah	Mancanegara	Nusantara	Jumlah	
2014	199,864	1,194,148	1,394,012	13.71%	11.00%	11.32%	-
2015	231,971	1,583,296	1,815,267	15.91%	14.59%	14.75%	30.22%
2016	314,828	2,094,015	2,408,843	21.60%	19.30%	19.57%	32.70%
2017	342,744	2,274,636	2,617,380	23.51%	20.96%	21.26%	8.66%
2018	368,199	3,706,378	4,074,577	25.26%	34.15%	33.10%	55.67%
Total	1,457,606	10,852,473	12,310,079	100.00%	100.00%	100.00%	

Sumber : Data diolah (Statistik Kepariwisataan DIY) 2018

Faktor-faktor yang mendorong wisatawan untuk mengikuti MICE karena di DIY memiliki berbagai macam destinasi wisata yang menarik. Wisatawan mengikuti MICE dilatarbelakangi juga untuk melakukan kegiatan wisata lain seperti wisata belanja, wisata alam, wisata edukasi, dan sebagainya. Hal ini juga didukung oleh kemudahan transportasi dan lokasi antar destinasi wisata yang relatif berdekatan.

4. Analisis Statistik Deskriptif Kualitatif

Statistik deskriptif kualitatif dilakukan untuk menggali data dan informasi yang terkait dengan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari faktor internal dan eksternal masing-masing kabupaten/kota. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara melalui narasumber Kepala Bagian Pemasaran Dinas Pariwisata dari

empat kabupaten dan satu kota di DIY maka diperoleh hasil sebagai berikut:

- 4.1 Kabupaten Kulon Progo: keterlibatan Dinas Pariwisata pada penyelenggaraan program pemberdayaan dalam jasa usaha pariwisata. Penyelenggaraan MICE berkembang karena adanya destinasi wisata menarik yang dikelola dalam *community based tourism* (CBT) berbasis masyarakat lokal. Kegiatan MICE mendorong lokalitas tenaga kerja masyarakat Kulon Progo untuk ikut aktif dalam penyelenggaraan MICE, meskipun belum terampil tetapi masih ada semangat generasi muda.
- 4.2 Kota Yogyakarta: trend MICE di Kota Yogyakarta semakin tinggi didukung banyaknya hotel bintang 4 dan 5 yang berkembang di Kota Yogyakarta. MICE dilaksanakan di Yogyakarta karena Yogyakarta di branding dengan kota yang “aman dan nyaman” sehingga menjadi mampu menciptakan kota yang menjadi tujuan MICE. Keterbatasan penyelenggaraan MICE mengingat Kota Yogyakarta tidak memiliki gedung yang bisa berkapasitas besar.
- 4.3 Kabupaten Sleman: penyelenggaraan kegiatan MICE di Kabupaten Sleman lebih didominasi oleh kegiatan MICE yang diselenggarakan di hotel-hotel wilayah Kabupaten Sleman. Penyelenggaraan MICE belum bisa menyerap banyak tenaga kerja, karena sebagian besar tenaga kerja didatangkan dari luar Kabupaten Sleman. Keunggulan penyelenggaraan MICE adanya kemudahan akses dan akomodasi di sekitar Kabupaten Sleman.
- 4.4 Kabupaten Bantul: Kabupaten Bantul memiliki peluang yang besar ketika bandara NYIA (New Yogyakarta

International Airport) beroperasi karena melihat aksesibilitas jalur selatan sebagai jalur penghubung bandara NYIA dengan Kabupaten Bantul. Perkembangan MICE tentu juga didukung dengan kemampuan Sumber Daya Manusia yang terdidik dan terlatih dalam aktivitas penyelenggaraan MICE, terutama lulusan yang terbaik dari sekolah menengah atas pariwisata Sewon Kabupaten Bantul yang turut mendukung pergerakan aktivitas MICE di sana.

- 4.5 Kabupaten Gunungkidul: Kabupaten Gunungkidul dikenal sebagai kawasan wisata alam dan tujuan wisata MICE karena didukung sarana dan prasarana akomodasi yang terletak dekat dengan obyek wisata alam sehingga menarik bagi wisatawan. Wisata MICE di Kabupaten Gunungkidul memiliki keunggulan yaitu tersedianya destinasi wisata alam yang dapat dijadikan pilihan lokasi dalam penyelenggaraan MICE. Penyelenggaraan MICE di Kabupaten Gunungkidul mendorong tumbuhnya penyerapan tenaga kerja sektor pariwisata terutama di hotel dan restoran.

5. Analisis SWOT Kuantitatif

- 5.1 Kontribusi MICE terhadap penyerapan tenaga kerja
Hasil pengujian SWOT kuantitatif menunjukkan MICE berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dilihat dari tanda kuadran yang positif antara *strength* dan *weakness* sebesar 144,96 pada **Tabel 4.4**. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi yang dibangun untuk pengembangan MICE dapat mewujudkan penyerapan tenaga kerja dan menciptakan strategi pengembangan yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi ancaman.

Tabel 4.4. Hasil Analisis SWOT Kuantitatif Kontribusi MICE Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja

Kekuatan (Strenght)					Kelemahan (Weakness)		
A.	Keterangan	Rating	Bobot	Rating x Bobot	Rating	Bobot	Rating x Bobot
1.	Product	3,40	13,39	45,54	2,00	14,71	29,41
2.	Price	3,33	15,18	50,60	1,80	16,18	29,12
3.	Place	3,37	14,29	48,10	2,03	13,24	26,91
4.	Promotion	3,23	15,18	49,08	2,07	10,29	21,27
5.	People	3,50	13,39	46,88	1,93	16,18	31,27
6.	Process	3,27	14,29	46,67	1,80	14,71	26,47
7.	Physical Evidence	3,43	14,29	49,05	1,80	14,71	26,47
	Total Skor	23,53	100	335,89	13,43	100	190,93
Selisih antara kekuatan dan kelemahan (rating x bobot)							144,96
Peluang (Opportunities)					Ancaman (Threat)		
B.	Keterangan	Rating	Bobot	Rating x Bobot	Rating	Bobot	Rating x Bobot
1.	Product	3,17	15,45	48,92	3,27	14,29	46,67
2.	Price	3,20	14,63	46,83	3,10	14,29	44,29
3.	Place	3,10	14,63	45,37	3,40	13,39	45,54
4.	Promotion	3,40	13,01	44,23	3,50	13,39	46,88
5.	People	3,30	13,82	45,61	3,30	15,18	50,09
6.	Process	3,27	14,63	47,80	3,40	15,18	51,61
7.	Physical Evidence	3,10	13,82	42,85	3,03	14,29	43,33
	Total Skor	22,53	100	321,60	23,00	100	328,39
Selisih antara peluang dan ancaman (rating x bobot)							-6,79

Sumber : Data diolah, 2019

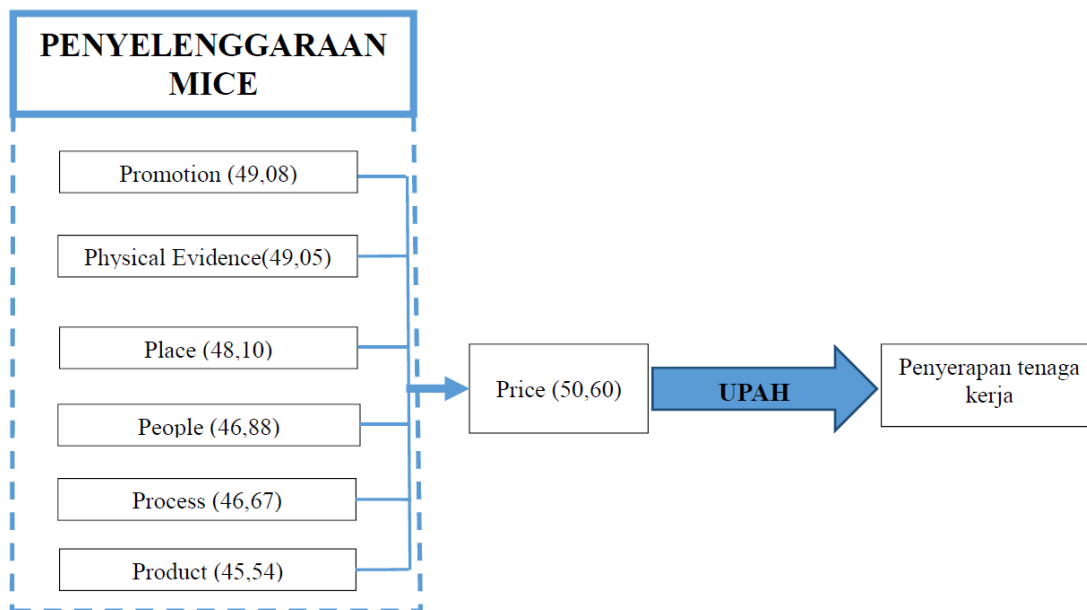
Dilihat dari hasil rating dikali bobot menyakinkan bahwa kekuatan aspek harga dapat menciptakan strategi pengembangan MICE yang mampu menyerap tenaga kerja. Karena harga (*price*) paket MICE yang ditawarkan ke pengguna terjangkau, ada potongan harga untuk kegiatan MICE dalam jumlah tertentu, dan proses pembayaran cepat dan mudah serta didukung dengan adanya pembangunan bandara Internasional Yogyakarta (NYIA) mendukung produk/fasilitas MICE yang ditawarkan berkualitas dan berstandar internasional dan semakin tinggi teknologi informasi membuat proses (*process*) aktivitas MICE makin cepat, tepat dan nyaman (lihat **Gambar 4.1**) dapat mengundang wisatawan untuk menyaksikan *event* sehingga kebutuhan tenaga kerja untuk penyelenggaraan MICE menjadi

meningkat.

5.2 Kontribusi MICE terhadap Kunjungan Wisatawan

Hasil pengujian SWOT kuantitatif menunjukkan bahwa MICE berkontribusi terhadap wisatawan (pada **Tabel 4.5**) yang terdapat hasil kuadran yang positif antara *strength* dan *weakness* sebesar 119,03. Dilihat dari hasil rating dikali bobot menyakinkan bahwa kekuatan aspek promosi (*promotion*) yang sering dilakukan untuk kegiatan MICE, media promosi bervariasi dapat menciptakan strategi pengembangan MICE yang membuat wisatawan tertarik untuk menyaksikan penyelenggaraan MICE (lihat **Gambar 4.2**).

Gambar 4.1. Faktor Kontribusi MICE Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja



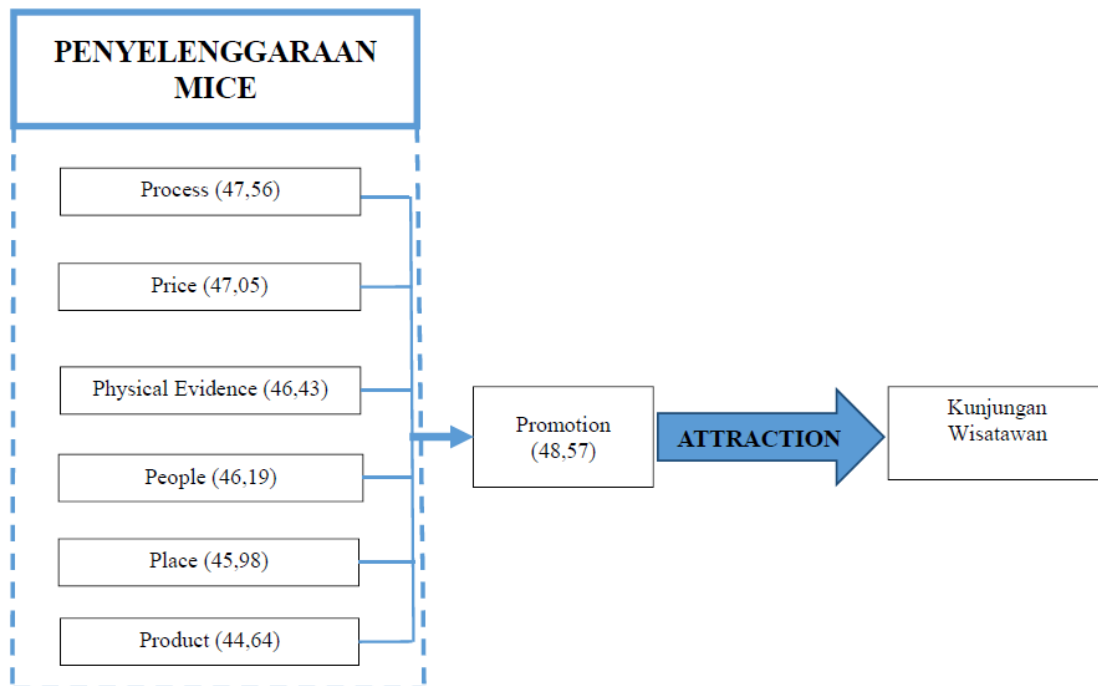
Sumber : Data diolah, 2019

Tabel 4.5. Hasil Analisis SWOT Kuantitatif Kontribusi MICE Terhadap Kunjungan Wisatawan

Kekuatan (Strenght)					Kelemahan (Weakness)		
A.	Keterangan	Rating	Bobot	Rating x Bobot	Rating	Bobot	Rating x Bobot
1.	Product	3,33	13,39	44,64	2,13	14,71	31,37
2.	Price	3,10	15,18	47,05	2,33	16,18	37,75
3.	Place	3,43	13,39	45,98	2,00	13,24	26,47
4.	Promotion	3,20	15,18	48,57	2,13	10,29	21,96
5.	People	3,23	14,29	46,19	2,10	16,18	33,97
6.	Process	3,13	15,18	47,56	1,97	14,71	28,92
7.	Physical Evidence	3,47	13,39	46,43	1,83	14,71	26,96
	Total Skor	22,90	100	326,43	14,5	100	207,40
Selisih antara kekuatan dan kelemahan (rating x bobot)							119,03
Peluang (Opportunities)					Ancaman (Threat)		
B.	Keterangan	Rating	Bobot	Rating x Bobot	Rating	Bobot	Rating x Bobot
1.	Product	3,40	15,45	52,52	3,43	14,29	49,05
2.	Price	3,20	14,63	46,83	3,07	14,29	43,81
3.	Place	3,23	14,63	47,32	3,47	13,39	46,43
4.	Promotion	3,47	13,01	45,09	3,53	13,39	47,32
5.	People	3,27	13,82	45,15	3,23	15,18	49,08
6.	Process	3,50	14,63	51,22	3,60	15,18	54,64
7.	Physical Evidence	3,40	13,82	46,99	3,33	14,29	47,62
	Total Skor	23,47	100	335,12	23,67	100	337,95
Selisih antara peluang dan ancaman (rating x bobot)							-2,82

Sumber : Data diolah, 2019

Gambar 4.2. Faktor Kontribusi MICE Terhadap Kunjungan Wisatawan



Sumber : Data diolah, 2019

Karena promosi didukung adanya pembangunan bandara Internasional Yogyakarta (NYIA) mendukung produk/fasilitas MICE yang ditawarkan berkualitas dan berstandar internasional dan semakin tinggi teknologi informasi membuat proses (*process*) aktivitas MICE makin cepat, tepat dan nyaman.

KESIMPULAN

1. Perkembangan wisata MICE di Provinsi DIY dalam kurun waktu 5 tahun (2014-2018) telah mengalami peningkatan, tetapi belum merata diseluruh kabupaten dan lebih banyak berkembang di Kabupaten Sleman dan Kota Yogyakarta, karena factor fasilitas akomodasi, lokasi yang lebih dekat dengan destinasi wisata dan bandara.
2. Kegiatan MICE di Provinsi DIY lebih didominasi skala nasional, dan untuk skala internasional masih belum banyak dilakukan.
3. Hasil pengujian SWOT kuantitatif menunjukkan MICE berkontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja dilihat

dari tanda kuadran yang positif antara *strength* dan *weakness* sebesar 144,96.

4. Hasil pengujian SWOT kuantitatif juga menyakinkan bahwa MICE berkontribusi terhadap kunjungan wisatawan dilihat dari tanda kuadran yang positif antara *strength* dan *weakness* sebesar 119,03.

DAFTAR PUSTAKA

- Drimawan, D. (2010). *Multi Efek dari Bisnis MICE*. Deni Drimawan's Blog (online). Diakses 20 Agustus 2018 dari <https://adproindonesia.wordpress.com/2010/06/03/multi-effects-daribisnismice/>
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Undip.
- Humas. (2018). Statistik Kepariwisata DIY 2018. Diakses 24 Agustus, 2019, dari <https://visitingjogja.com/>
- Kartika, Ruskana, dan Fauzi. (2018). Strategi Pengembangan Daya Tarik Dago Tea House Sebagai Alternatif Wisata Budaya di Jawa Barat . *The*

Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal, Vol.8 (2) , 2-4.

Kresnarini, H. I. (2011). Potensi Industri MICE Indonesia. In N. S. Pendit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta: Perdana.

Nisak, Z. (2013). Analisis SWOT Untuk menentukan Strategi Kompetitif. *Jurnal Ekonomi Bisnis*.

Pitana, I.G dan Diarta, K.S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: ANDI.

Prayudi, M. A. (2011). Bisnis MICE Sebagai Potensi Unggulan Pariwisata di Yogyakarta. *Jurnal Sosiohumaniora*, Vol.2 (2) , 16-24.

Ramadhan, M. (2018). *Analisis Penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Pariwisata di Kabupaten/Kota Daerah Istimewa Yogyakarta (Tahun 2011-2015) (skripsi)*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.

Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Setyawan, H. (2018). Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan Vol. 2(1)* , 26-32.

Subri. (2003). *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Perspektif Pembangunan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Sudarsono. (2009). *Ekonomi sumber Daya Manusia*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Tradena, D. (2017). *Pengaruh Industri Pariwisata Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Ditinjau dari Persepektif Ekonomi Islam (skripsi)*. Lampung: Universitas Islam Negeri Raden Intan.

www.persiatour.com

www.unwto.org

