

## Analisis Strategi Kebijakan Pengembangan MICE Untuk Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Di Kabupaten Semarang

**Lyra Bumantara Syarif**

Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Semarang

**Antonius Aru Hadi Eka Sayoga**

Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah Kabupaten Semarang

Korespondensi penulis: [shareevchenko@gmail.com](mailto:shareevchenko@gmail.com)

**Abstract:** Semarang Regency has been declared by the Central Java Provincial Government as a pioneering MICE destination in 2019. This opportunity must be utilized by the Regional Government and all related stakeholders because MICE can provide multiple effects that drive the wheels of the economic industry, especially in tourist destination areas. This study aims to analyze the potential of MICE in Semarang Regency in terms of the 4 (four) aspects of MICE elements which consist of: (i). accessibility, (ii). attractiveness, (iii). amenity, (iv). human resources and stakeholder support, as well as reviewing MICE development policy strategies in order to increase tourism competitiveness in Semarang Regency. This study uses a qualitative approach and the research method used is phenomenological deductive. Data analysis was carried out descriptively which was sharpened using SWOT analysis so that a structured and comprehensive policy strategy could be produced. Based on the research results, it can be seen that Semarang Regency has the potential to be developed into a tourism-based MICE destination. Through an examination of the four elements of MICE, a number of advantages can be identified which are the basis for developing MICE activities in Semarang Regency. What then becomes important is to build a collaborative strategy between all stakeholders involved in MICE which is supported by technical strategies in each element of MICE, and also the most important thing is to strengthen human resources and support systems that are mutually reinforcing and implemented on an ongoing basis.

**Keywords:** Strategy, Policy, MICE, Tourism, Semarang Regency.

**Abstrak:** Kabupaten Semarang telah dicanangkan oleh Pemerintah Provinsi Jawa Tengah sebagai rintisan destinasi MICE pada Tahun 2019. Kesempatan ini harus dapat dimanfaatkan oleh Pemerintah Daerah dan segenap stakeholder yang terkait karena MICE dapat memberikan efek berganda yang menggerakkan roda industri perekonomian khususnya di daerah tujuan wisata. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi MICE di Kabupaten Semarang ditinjau dari aspek 4 (empat) unsur MICE yang terdiri dari : (i). aksesibilitas, (ii). daya tarik, (iii). amenitas, (iv). sumber daya manusia dan dukungan pemangku kepentingan, serta mengkaji strategi kebijakan pengembangan MICE dalam rangka untuk meningkatkan daya saing pariwisata di Kabupaten Semarang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian yang digunakan adalah deduktif fenomenologis. Analisis data dilakukan secara deskriptif yang dipertajam dengan menggunakan analisis SWOT agar dapat dihasilkan kajian strategi kebijakan yang terstruktur dan komprehensif. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa Kabupaten Semarang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi lokus destinasi MICE berbasis pariwisata. Melalui pengkajian pada keempat unsur MICE, dapat diidentifikasi sejumlah keunggulan yang menjadi modal dasar pengembangan kegiatan MICE di Kabupaten Semarang. Hal yang kemudian menjadi penting dilakukan adalah membangun strategi kolaboratif antara semua pemangku kepentingan yang terlibat dalam MICE yang didukung dengan strategi teknis di setiap unsur MICE, serta juga yang paling penting adalah memperkuat sumber daya manusia dan sistem pendukung yang saling menguatkan dan dilaksanakan secara berkesinambungan.

**Kata Kunci:** Strategi, Kebijakan, MICE, Pariwisata, Kabupaten Semarang.

## PENDAHULUAN

### Latar belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang mampu menjadi penggerak nilai tambah bagi sektor lainnya dan memiliki kemampuan keberlanjutan yang baik

karena sifatnya yang dinamis, kontem- porer dan terus berkembang (Telfer & Sharpley, 2007). Salah satu upaya penguatan sektor pariwisata adalah melalui aktivitas MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*). Dalam praktek yang sering dijumpai di sejumlah daerah destinasi MICE, keberadaan industri MICE tidak hanya memberikan dampak meningkatkan pendapatan, memperluas lapangan dan kesempatan kerja serta mendorong masuknya investasi dibidang pariwisata saja. Lebih dari itu, MICE dapat menggerakkan berbagai sektor ekonomi lainnya seperti sektor transportasi, perjalanan, rekreasi, akomodasi, makanan dan minuman, tempat penyelenggaraan acara, teknologi informasi, perdagangan, keuangan, sehingga MICE dapat digambarkan sebagai industri *multiplier effect* yang dapat menggerakkan roda perekonomian pada daerah tujuan wisata (Kumar et al., 2014; Mena-Navarro et al., 2022).

Integrasi MICE dalam pengelolaan sektor kepariwisataan di Kabupaten Semarang sangat potensial untuk dibangun dan dikembangkan. Kabupaten Semarang telah dicanangkan oleh Gubernur Jawa Tengah sebagai rintisan destinasi MICE di Jawa Tengah yang bertepatan dengan penyelenggaraan event Seminar Internasional Pengembangan Olahraga Dirgantara (*Aero Sport*) pada tanggal 19 September 2019 bertempat di Hotel Griya Persada Bandungan, Kabupaten Semarang ([www.suaramerdeka.com](http://www.suaramerdeka.com)).

Dengan menempatkan pada tataran pemahaman tersebut, salah satu peluang pembangunan kepariwisataan yang dapat dilaksanakan oleh Pemerintah Daerah adalah dengan menerapkan kebijakan destinasi MICE untuk mengembangkan destinasi pariwisata di daerah yang berdaya saing.

### **Tujuan Penelitian**

Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi MICE di Kabupaten Semarang yang kemudian dipertajam dengan pengkajian strategi kebijakan pengembangan MICE dalam rangka untuk meningkatkan daya saing pariwisata di Kabupaten Semarang.

### **TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran disebutkan bahwa Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) yang selanjutnya disebut MICE adalah pemberian jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, penyelenggaraan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta penyelenggaraan pameran dalam rangka penyebarluasan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional. Selain itu secara konseptual, pengertian MICE dapat dijelaskan sebagai berikut (Moi & Cabiddu, 2021; Nugroho et al., 2018):

1. *Meeting* atau Pertemuan adalah bertemunya dua atau lebih orang yang diselenggarakan untuk membahas suatu kegiatan dengan maksud membangun tujuan bersama melalui interaksi tatap muka.
2. *Incentive* atau 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. Diharapkan adanya insentif ini dapat menjadi sarana perluasan pasar destinasi wisata secara informal.
3. *Convention* atau Konvensi adalah sebuah pertemuan resmi dalam skala besar yang dihadiri oleh berbagai pihak atau perwakilan institusi terkait (pemerintah, asosiasi, atau industri) untuk berdiskusi, bertukar ide, gagasan dan informasi, dan/atau untuk merumuskan rencana tindak atas suatu permasalahan yang menjadi perhatian bersama.
4. *Exhibition* atau Pameran adalah sebuah acara yang diorganisir dengan obyek yang ditampilkan kepada publik berbentuk obyek dua dimensi atau tiga dimensi berupa pameran dagang berbagai komoditas, benda-benda seni atau purbakala, maupun non-obyek seperti atraksi tari, musik dan seni budaya serta berbagai jenis barang yang dipamerkan untuk dibeli oleh konsumen akhir.

Untuk menjadi destinasi MICE, suatu destinasi harus memenuhi standar setidaknya pada empat kelompok unsur destinasi MICE yang ditetapkan oleh lembaga berwenang dengan kriteria-kriteria tertentu (Kim & Ko, 2020; Moi & Cabiddu, 2021; Safaeva & Adilova, 2020), yaitu:

1. Unsur Aksesibilitas (*accessibilities*) dengan kriteria berupa sarana dan prasarana;
2. Unsur daya Tarik (*attractiveness*) dengan kriteria berupa: fasilitas pertemuan (meeting), fasilitas pameran, fasilitas akomodasi, dan tempat-tempat menarik;
3. Unsur Amenitas (amenity) dengan kriteria berupa: keadaan lingkungan dan citra destinasi.
4. Unsur Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder (*human resources and support system*) dengan kriteria berupa: profesionalitas SDM dan dukungan stakeholder.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah deduktif fenomenologis, yaitu mengerucutkan permasalahan yang umum terjadi kedalam ruang lingkup yang terbatas dengan mendasarkan pada fenomena yang terjadi di ruang lingkup penelitian yang diambil (Mayoh & Onwuegbuzie, 2015; Tashakkori & Creswell, 2007).

Ruang lingkup aspek yang dikaji/dianalisis dalam penelitian ini mengacu pada 4 (empat) unsur dan kriteria MICE sebagaimana pendapat Kim dan Ko (2020), Moi dan Cabiddu (2021) serta Safaeva dan Adilova (2020), yaitu meliputi :

1. Unsur Aksesibilitas, dengan kriteria berupa sarana dan prasarana;
2. Unsur daya Tarik, dengan kriteria berupa: fasilitas pertemuan, fasilitas pameran, fasilitas akomodasi, dan tempat-tempat menarik;
3. Unsur Amenitas, dengan kriteria berupa: keadaan lingkungan dan citra destinasi.
4. Unsur Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder, dengan kriteria berupa: profesionalitas SDM dan dukungan stakeholder.

Bahan baku data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer penelitian diperoleh melalui wawancara dengan sejumlah informan kunci dari Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dan beberapa pelaku MICE di Kabupaten Semarang. Sedangkan data sekunder penelitian diperoleh dari data BPS Kabupaten Semarang, Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang serta sumber literatur lainnya yang relevan.

Data primer dan sekunder yang telah diperoleh kemudian diolah untuk dinarasikan dan dianalisis secara deskriptif serta dipertajam lagi melalui analisis SWOT agar dapat dihasilkan kajian strategi kebijakan yang terstruktur dan komprehensif.

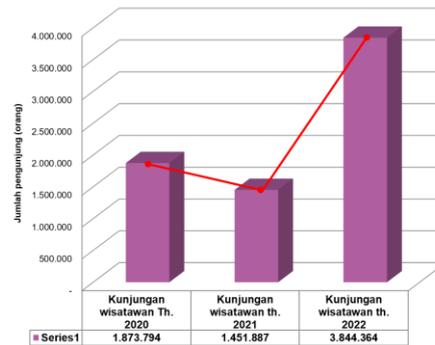
## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Sektor Pariwisata di Kabupaten Semarang**

Kabupaten Semarang memiliki berbagai potensi destinasi wisata yang cukup beragam, baik destinasi wisata terkait keindahan alam, sejarah, maupun religi, menjadi daya tarik wisata di Kabupaten Semarang.

Jumlah wisatawan di Kabupaten Semarang setiap tahun terus meningkat hingga puncaknya mencapai 3.381.790 orang pada tahun 2018. Sayangnya, pandemi Covid-19 sempat memporak-porandakan geliat aktivitas pariwisata di Kabupaten Semarang selama kurun waktu 2 tahun (2019-2020).

Namun demikian setelah pandemi mereda, terjadi peningkatan jumlah pengunjung secara signifikan, dari 1.451.887 orang di tahun 2021 menjadi 3.844.364 orang di tahun 2022, atau meningkat sebesar 164,78% sebagaimana dapat dilihat pada Gambar 1 berikut :

**Gambar 1. Jumlah Wisatawan di Kabupaten Semarang Dalam Kurun Waktu 3 Tahun Terakhir**

Sumber: Dinas Pariwisata Kab. Semarang, 2023

Di sisi lain, upaya pengembangan pariwisata di Kabupaten Semarang masih dihadapkan pada tantangan utama berupa lama tinggal wisatawan di Kabupaten Semarang yang masih perlu ditingkatkan sehingga pariwisata dapat memberikan sumbangan yang cukup berarti dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Usaha yang dapat dilakukan guna meningkatkan lama tinggal wisatawan di Kabupaten Semarang yang diharapkan dapat berdampak pada meningkatnya kesejahteraan masyarakat Kabupaten Semarang salah satunya adalah melalui penyelenggaraan kegiatan berbasis *Meeting, Incentive, Convention and Exhibition* (MICE) yang diharapkan dapat semakin banyak berlangsung di Kabupaten Semarang dan memberikan *multiplier effect* yang cukup banyak mengingat keterlibatan banyak pihak baik secara langsung maupun tidak dalam kegiatan MICE ini, antara lain usaha akomodasi untuk penginapan, usaha tempat penyelenggaraan event-event, usaha transportasi, usaha konsumsi, usaha souvenir, perbankan dan hiburan serta masyarakat yang terlibat dan turut meningkat investasi, yang berdampak pada kesejahteraan melalui kegiatan MICE.

### **Analisis Potensi MICE Kabupaten Semarang**

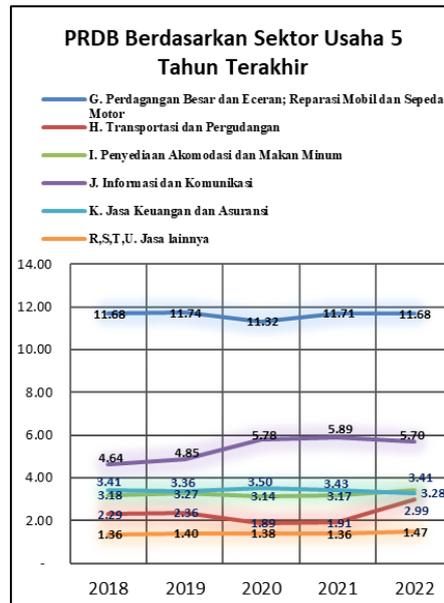
Prospek daya tarik Kabupaten Semarang untuk menjadi lokus destinasi MICE cukup besar, terlebih dengan keunggulan kondisi topografinya yang memberikan keunikan dan keindahan alam, adanya peninggalan sejarah, kekayaan budaya, ketersediaan hotel, penginapan, dan restoran bertaraf nasional dan bahkan beberapa diantaranya bertaraf internasional tentu dapat menjadi modal dasar pengembangan kegiatan MICE di Kabupaten Semarang.

Berdasarkan data PDRB pada kurun waktu lima tahun terakhir (2018-2022) dapat diketahui bahwa pembentukan PDRB Kabupaten Semarang secara rata-rata 27,31% diantaranya ditopang oleh sektor-sektor ekonomi yang terkait dengan MICE.

Adapun pertumbuhan sektor-sektor ekonomi yang terkait dengan MICE di Kabupaten Semarang cenderung memiliki trend kenaikan dari tahun ke tahun rata-rata 0,49%. Pertumbuhan kontribusi tiap-tiap sektor ekonomi yang terkait dengan MICE terhadap

pembentukan PDRB di Kabupaten Semarang selengkapnya dapat dilihat pada Gambar 2 berikut :

**Gambar 2. Pertumbuhan PDRB Sektor Usaha MICE Dalam Kurun Waktu 5 Tahun Terakhir**



Sumber: BPS Kabupaten Semarang, 2023.

Untuk mengetahui potensi MICE Kabupaten Semarang Kabupaten Semarang, berikut ini akan diuraikan gambaran atas potensi dari 4 (empat) kelompok unsur destinasi MICE berdasarkan kondisi di Kabupaten Semarang sebagai berikut :

### 1. Unsur Aksesibilitas

Sebagai wilayah yang terletak pada jalur strategis segitiga emas Jogjakarta-Solo-dan-Semarang (Joglosemar), Kabupaten Semarang memiliki keunggulan akses baik dari udara maupun darat. Ditinjau dari akses udara, Kabupaten Semarang diapit oleh 2 (dua) Bandara Internasional, yaitu Bandara Adi Soemarmo Solo dan Bandara Ahmad Yani Semarang.

Ditinjau dari akses darat, perjalanan dari dan menuju Kabupaten Semarang saat ini semakin dipermudah dengan adanya jalan tol Semarang-Solo yang melewati wilayah Kabupaten Semarang. Keberadaan jalan tol Semarang-Solo sangat membantu dalam menciptakan konektivitas antara bandara dengan tempat-tempat penyelenggaraan kegiatan MICE (*venue*), fasilitas akomodasi, tempat-tempat menarik lainnya di wilayah Kabupaten Semarang. Dengan adanya jalan tol juga semakin mempersingkat waktu tempuh dari bandara menuju ke Kabupaten Semarang maupun sebaliknya.

Selain keberadaan jalan tol, penyelenggaraan kegiatan MICE di Kabupaten Semarang melalui akses darat juga ditunjang dengan ketersediaan 1 (satu) terminal bus nasional tipe B yang berlokasi di Bawen yang didukung dengan ketersediaan sejumlah angkutan transportasi darat seperti bus kota, taksi, dan kendaraan roda dua yang menghubungkan

antar destinasi serta layanan publik Kabupaten Semarang. Keberadaan angkutan transportasi darat berbasis aplikasi daring/online juga semakin membantu dalam mendukung aksesibilitas destinasi MICE di Kabupaten Semarang.

## 2. Unsur Atraksi

Kabupaten Semarang secara alami memiliki daya tarik MICE yang cukup potensial karena memiliki variasi bentang alam dan budaya yang sangat beragam. sehingga menjadi suatu daya tarik tersendiri bagi para pengunjung/wisatawan untuk menikmati suasana selama singgah di Kabupaten Semarang. Bahkan sejak Tahun 2018 Pemerintah Kabupaten Semarang telah mengembangkan pertunjukan-pertunjukan seni dan budaya serta sejumlah aktivitas MICE lainnya yang diselenggarakan ditingkat Desa dan Kecamatan. Selain itu, Pemerintah Kabupaten Semarang juga telah menstimulus pengembangan Desa Wisata (Deswita) di sejumlah Kecamatan yang hingga tahun 2022 jumlahnya mencapai 70 Deswita. ([www.gatra.com](http://www.gatra.com)). Jumlah ini termasuk rekor terbanyak desa wisata dalam satu kabupaten di Indonesia.

Dalam 1 (satu) dekade terakhir, Pemerintah Kabupaten Semarang mulai menyadari bahwa ketergantungan pada keunggulan faktor alami tidaklah cukup untuk mengangkat potensi MICE di Kabupaten Semarang. Oleh sebab itu dalam Pemerintah Kabupaten Semarang mulai bekerja sama menggaet sejumlah investor untuk mengembangkan wisata buatan di Kabupaten Semarang, diantaranya seperti Hortimart, Saloka, Eling Bening, Dusun Semilir, Taman Bunga Celosia dan lain sebagainya yang berpotensi untuk diarahkan sebagai *venue* (tempat) penyelenggaraan event/aktivitas MICE.

Disamping itu, sebagai salah satu daya tarik untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan MICE di Kabupaten Semarang, Pemerintah juga menggiatkan kerjasama dengan investor untuk membangun hotel-hotel berbintang yang dapat memenuhi standar aktivitas MICE. Adapun hingga Tahun 2022 telah terdapat sejumlah 14 unit hotel berbintang di Kabupaten Semarang.

## 3. Unsur Amenitas

Sebagai destinasi MICE Kabupaten Semarang selain dikenal sebagai Surganya Jawa Tengah juga memiliki berbagai potensi keunggulan dalam unsur amenities. Salah satu keunggulan Kabupaten Semarang dalam amenities adalah kondusivitas wilayah yang aman dan nyaman untuk tempat penyelenggaraan kegiatan MICE.

Kondusivitas wilayah di Kabupaten Semarang juga ditunjang dengan keramahan-tamahan penduduknya. Sebagai bagian dari masyarakat Jawa Tengah yang menjunjung tinggi nilai adat-istiadat, Kabupaten Semarang memiliki kultur masyarakat yang ramah dan

dianugerahi dengan keberagaman seni dan budaya yang tersebar luas diberbagai wilayah desa dan kecamatan dan menjadi ciri khas dari Kabupaten Semarang. Bahkan dewasa ini pertunjukan/pagelaran seni dan budaya semakin dikembangkan menjadi salah satu suguhan atraksi yang menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Semarang.

#### **4. Unsur Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder**

Kabupaten Semarang sebagai destinasi MICE memiliki modal dasar berupa ketersediaan Sumber Daya Manusia (SDM) MICE yang cukup besar. Berdasarkan data BPS Kabupaten Semarang Tahun 2022, dapat diketahui bahwa jumlah tenaga kerja sektor MICE di Kabupaten Semarang telah mencapai sebanyak 249.234 jiwa dari total seluruh penduduk yang bekerja yaitu sejumlah 862.524 jiwa. Atau dengan kata lain proporsi jumlah tenaga kerja sektor MICE hingga Tahun 2022 mencapai sebesar 28,89% dari total populasi penduduk yang bekerja di Kabupaten Semarang.

Disamping potensi SDM, pengembangan MICE di Kabupaten Semarang juga didukung dengan potensi keterlibatan stakeholder lintas sektor, baik secara interal Pemerintah Daerah Kabupaten Semarang, maupun secara eksternal dengan pihak-pihak terkait seperti swasta, perguruan tinggi, asosiasi yang berkepentingan terhadap kegiatan MICE seperti PHRI, ASITA, Komunitas EKRAF, KONIDA, UKM Center, ormas, *sponsorship* serta beberapa event organizer/penyelenggara event yang aktif menyelenggarakan kegiatan MICE di wilayah Kabupaten Semarang.

Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang dapat diketahui bahwa hingga tahun 2022 di Kabupaten Semarang telah terbentuk 7 penyelenggara yang mampu menyelenggarakan MICE di sektor akomodasi. Para penyelenggara MICE ini mengelola tempat wisata MICE dengan kelas dan jangkauan pasar yang beragam, sehingga diharapkan mampu memberikan pilihan bagi wisatawan agar durasi kunjungannya lebih lama dengan memberikan pelayanan akomodasi yang sesuai dengan selera dan budget wisatawan. Hal ini merupakan potensi besar yang harus dimanfaatkan dan dioptimalkan.

#### **Strategi Kebijakan Pengembangan MICE di Kabupaten Semarang**

Pembangunan dan pengembangan industri MICE di Kabupaten Semarang bukan hanya menjadi tugas Pemerintah Daerah semata, melainkan sangat memerlukan dukungan dari segenap pihak, diantaranya :

##### **1. Pemerintah Desa.**

Dalam hal ini Pemerintah Desa dapat membentuk Badan Usaha Milik Desa (BUMDes) ataupun BUMDes Bersama yang salah satunya memiliki usaha dibidang pariwisata ataupun sektor-sektor usaha yang berkaitan dengan industri MICE. Dengan jumlah desa sebanyak

208 atau minimal satu BUMDes bersama di setiap Kecamatan tentunya merupakan potensi yang cukup besar untuk menggerakkan industri MICE di Kabupaten Semarang.

## 2. Perguruan Tinggi/Akademisi dan Lembaga Riset

Dukungan perguruan tinggi /akademisi dan lembaga riset juga sangat diperlukan guna menghasilkan terobosan baru bagi peningkatan Industri MICE di Kabupaten Semarang. Untuk mewujudkan hal ini Kabupaten Semarang sebenarnya memiliki modal berupa kerjasama yang dituangkan dalam bentuk perjanjian Nota Kesepemahaman (MoU) yang telah dijalin dengan sejumlah perguruan tinggi maupun lembaga riset pemerintah. Kabupaten Semarang juga telah memiliki modal lainnya dalam bentuk ketersediaan Dewan Riset Daerah (DRD) yang beranggotakan sejumlah pakar lintas bidang keilmuan (Giao & Son, 2018).

Berbagai macam bentuk riset di bidang MICE harus lebih digiatkan sebagai bahan referensi, pengayaan maupun acuan untuk merumuskan dan selanjutnya mengimplementasikan kebijakan dalam rangka pengembangan MICE (Sinaga et al., 2022) di Kabupaten Semarang.

## 3. Pelaku Usaha/Swasta

Pengembangan MICE di Kabupaten Semarang juga perlu merangkul stakeholder dari pihak swasta. Dengan melihat perkembangan global saat ini yang mengarah kepada perubahan menuju revolusi industri 4.0, maka kerjasama dengan pihak swasta nampaknya akan lebih efektif apabila difokuskan dalam bidang industri kreatif berbasis teknologi informasi. Melalui industri kreatif berbasis

teknologi informasi, Kabupaten Semarang diharapkan akan mampu memasarkan sekaligus merekam kegiatan untuk dipublikasikan/dipromosikan secara daring/online dengan biaya lebih terjangkau dibandingkan dengan melakukan kegiatan roadshow dan pameran ke luar kota/daerah yang cenderung membebani APBD dan menimbulkan biaya bagi stakeholder yang dilibatkan (*overcost*) dalam kegiatan tersebut.

Agar lebih optimal lagi, dapat dilakukan penguatan kerjasama lintas stakeholder Antara Pemerintah-Organisasi Non Pemerintah-Perguruan Tinggi/Lembaga Riset-dan-Swasta untuk mengembangkan industri MICE di Kabupaten Semarang secara komplementer dan kontinyu. Guna memperkuat legitimasi kerjasama tersebut dapat pula dibentuk kelembagaan Tim Koordinasi Pengembangan MICE atau dalam bentuk Satuan Tugas Percepatan Pengembangan MICE sebagai wadah yang menyatukan segenap pihak yang terkait dengan pengembangan industri MICE di Kabupaten Semarang agar pelaksanaan kerjasama dapat berjalan dengan sinergis, efektif dan efisien.

Secara lebih lanjut dapat dilakukan pengkajian strategi kebijakan untuk pengembangan MICE di Kabupaten Semarang dengan menggunakan analisis SWOT sebagaimana Gambar 3.

**Tabel 1. Analisis SWOT Kajian Strategi Kebijakan Pengembangan MICE di Kabupaten Semarang**

<u><b>Kekuatan / Strengths (S)</b></u>	<u><b>Kelemahan / Weaknesses (W)</b></u>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Letak Kabupaten Semarang yang strategis mudah dijangkau dengan berbagai macam alat transportasi;</li> <li>2. Kabupaten Semarang secara alami memiliki daya tarik MICE yang cukup potensial karena memiliki variasi bentang alam dan budaya yang sangat beragam;</li> <li>3. Kabupaten Semarang memiliki faktor kondusivitas wilayah yang aman dan nyaman untuk tempat penyelenggaraan kegiatan MICE;</li> <li>4. Kabupaten Semarang memiliki modal dasar ketersediaan SDM MICE yang cukup besar;</li> <li>5. Adanya dukungan kebijakan dan komitmen kuat pimpinan daerah untuk mendukung pengembangan MICE di Kabupaten Semarang.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Belum tersedianya jaringan sistem transportasi darat terintegrasi yang mempermudah akses dari dan menuju ke destinasi MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>2. Masih minimnya ketersediaan dan pertumbuhan jumlah hotel berbintang di Kabupaten Semarang;</li> <li>3. Masih minimnya ketersediaan variasi dan jumlah <i>venue</i> berkapasitas besar untuk tempat penyelenggaraan event MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>4. Kabupaten Semarang belum memiliki kalender <i>event</i> wisata tahunan/bulanan sebagai agenda wisata yang sudah terjadwal dengan baik;</li> <li>5. Kabupaten Semarang belum memiliki fokus dan <i>branding</i> spesifik yang mencerminkan kekhasan destinasi MICE daerah yang berbasis karakteristik wilayah;</li> <li>6. Masih sangat minimnya dukungan promosi <i>branding</i> Kabupaten Semarang sebagai daerah destinasi MICE;</li> <li>7. Masih minimnya pemenuhan standar kompetensi SDM MICE yang mumpuni baik secara nasional maupun internasional.</li> </ol>

<p><b>Strategi S-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan fasilitas dan jaringan transportasi antar moda terpadu dari dan menuju bandara ke Kabupaten Semarang;</li> <li>2. Menjalin kerjasama dengan Badan Otorita Borobudur (BOB) untuk mengembangkan destinasi MICE Kabupaten Semarang sebagai satu sub sistem destinasi wisata yang terintegrasi dengan pengembangan wisata Borobudur;</li> <li>3. Peningkatan jejaring dan kerjasama pemasaran serta dalam rangka menciptakan konektivitas antar destinasi wisata dengan Kabupaten/Kota lain di wilayah Kedungsepur dan Joglosemar;</li> <li>4. Bekerja sama dengan stakeholder terkait dalam menyusun kajian pengembangan MICE dan pengembangan SDM MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>5. Membentuk kelembagaan Tim Koordinasi Pengembangan MICE atau Satuan Tugas Percepatan Pengembangan MICE sebagai wadah yang menyatukan segenap pihak yang terkait dengan pengembangan industri MICE di Kabupaten Semarang agar pelaksanaan kerjasama dapat berjalan dengan sinergis, efektif dan efisien;</li> <li>6. Meningkatkan intensitas penyelenggaraan event MICE baik dalam skala lokal, regional, nasional maupun internasional.</li> </ol>	<p><b>Strategi W-O</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mengembangkan jaringan sistem transportasi darat terintegrasi yang menghubungkan antar destinasi MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>2. Meningkatkan promosi investasi dalam rangka pembangunan fasilitas-fasilitas atau sarana prasarana pendukung kegiatan MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>3. Mengembangkan kerjasama dalam penyelenggaraan MICE dengan <i>stakeholder</i> terkait melalui perencanaan dan penyusunan kalender event wisata tahunan/bulanan terpadu baik dilingkup internal wilayah Kabupaten Semarang maupun dengan sesama wilayah Kabupaten/Kota lainnya di wilayah Kedungsepur dan Joglosemar serta melalui pelaksanaan event MICE terpadu;</li> <li>4. Meningkatkan upaya standarisasi fasilitas untuk mendukung MICE;</li> <li>5. Meningkatkan kerjasama kelitbangan dengan pihak terkait untuk menciptakan branding spesifik yang mencerminkan kekhasan destinasi MICE daerah yang berbasis karakteristik wilayah;</li> <li>6. Membangun kerjasama dengan pihak/stakeholder terkait dalam rangka meningkatkan profesionalitas dan kompetensi SDM MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>7. Mengoptimalkan ketersediaan fasilitas/venue yang dimiliki untuk penyelenggaraan event MICE baik dalam skala lokal, regional, nasional maupun internasional.</li> </ol>
<p><b>Strategi S-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan kerjasama antar destinasi MICE agar tercipta persaingan yang sehat dalam industri MICE;</li> <li>2. Memperkuat pelestarian nilai-nilai budaya melalui pengembangan paket wisata berbasis budaya dan sejarah;</li> <li>3. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam mendukung MICE;</li> <li>4. Meningkatkan stimulan/insentif bagi pelaku dan penyelenggaraan event MICE di Kabupaten Semarang;</li> <li>5. Mengembangkan event MICE berbasis alam terbuka (<i>outdoor</i>) untuk meminimalisir potensi penularan Covid-19.</li> </ol>	<p><b>Strategi W-T</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menciptakan dan atau memperkuat <i>branding</i> Kabupaten Semarang sebagai destinasi MICE berbasis alam dan budaya (<i>eco culture</i>);</li> <li>2. Membangun karakter SDM pendukung MICE yang memiliki karakter budaya dan berjiwa pariwisata;</li> <li>3. Mengoptimalkan pemanfaatan potensi keindahan alam terbuka untuk tempat penyelenggaraan event MICE di Kabupaten Semarang.</li> </ol>

Sumber : Hasil Telaah dan Analisis Data Sekunder, diolah

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Gambar 3, dapat dirumuskan sejumlah strategi teknis untuk pengembangan industri MICE di Kabupaten Semarang yang dikelompokkan berdasarkan unsur-unsur MICE sebagai berikut :

1. Unsur Aksesibilitas, strategi yang dapat ditempuh antara lain :
  - a. Meningkatkan fasilitas dan jaringan transportasi antar moda terpadu dari dan menuju bandara ke Kabupaten Semarang;
  - b. Mengembangkan jaringan sistem transportasi darat terintegrasi yang menghubungkan antar destinasi MICE di Kabupaten Semarang.
2. Unsur Atraksi, strategi yang dapat ditempuh antara lain :
  - a. Meningkatkan fasilitas dan jaringan transportasi antar moda terpadu dari dan menuju bandara ke Kabupaten Semarang;
  - b. Mengembangkan jaringan sistem transportasi darat terintegrasi yang menghubungkan antar destinasi MICE di Kabupaten Semarang.
3. Unsur Amenitas, strategi yang dapat ditempuh antara lain :
  - a. Mengembangkan kerjasama dalam penyelenggaraan MICE dengan stakeholder terkait melalui perencanaan dan penyusunan kalender event wisata tahunan/bulanan terpadu baik dilingkup internal wilayah Kabupaten Semarang maupun dengan sesama wilayah Kabupaten/Kota lainnya diwilayah Kedungsepur dan Joglosemar serta melalui pelaksanaan multi event MICE secara terpadu;
  - b. Meningkatkan kerjasama kelitbangan dengan pihak terkait untuk menciptakan branding spesifik yang mencerminkan kekhasan destinasi MICE daerah berbasis karakteristik wilayah;
  - c. Menciptakan dan atau memperkuat branding Kabupaten Semarang sebagai destinasi MICE berbasis alam dan budaya (eco culture).
4. Unsur SDM dan Dukungan Stakeholder, strategi yang dapat ditempuh antara lain :
  - a. Membangun karakter SDM pendukung MICE yang memiliki karakter budaya dan berjiwa pariwisata;
  - d. Membangun kerjasama dengan pihak/stakeholder terkait dalam rangka meningkatkan profesionalitas dan kompetensi SDM MICE di Kabupaten Semarang;
  - e. Bekerja sama dengan stakeholder terkait dalam menyusun kajian pengembangan MICE dan pengembangan SDM MICE di Kabupaten Semarang;
  - f. Membentuk kelembagaan Tim Koordinasi Pengembangan MICE atau Satuan Tugas Percepatan Pengembangan MICE sebagai wadah yang menyatukan segenap pihak yang terkait dengan pengembangan industri MICE di Kabupaten Semarang agar pelaksanaan kerjasama dapat berjalan dengan sinergis, efektif dan efisien;

- g. Menjalin kerjasama dengan Badan Otorita Borobudur (BOB) untuk mengembangkan destinasi MICE Kabupaten Semarang sebagai satu sub sistem destinasi wisata yang terintegrasi dengan pengembangan wisata Borobudur;
- h. Peningkatan jejaring dan kerjasama pemasaran serta dalam rangka menciptakan konektivitas antar destinasi wisata dengan Kabupaten/Kota lain di wilayah Kedungsepur dan Joglosemar;
- i. Melakukan kerjasama antar destinasi MICE agar tercipta persaingan yang sehat dalam industri MICE;
- j. Peningkatan kesadaran masyarakat dalam mendukung MICE;
- k. Meningkatkan stimulan/insentif bagi pelaku dan penyelenggaraan event MICE di Kabupaten Semarang.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Sektor pariwisata di Kabupaten Semarang tumbuh secara progresif. Meskipun demikian masih perlu dioptimalkan lagi pertumbuhannya melalui integrasi MICE dalam pembangunan sehingga sektor pariwisata dapat semakin berdaya saing dan mampu memberikan *multiplier effect* bagi pengembangan sektor-sektor ekonomi lainnya di Kabupaten Semarang.
2. Kabupaten Semarang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi lokus destinasi MICE berbasis pariwisata. Berdasarkan pengkajian pada keempat unsur MICE (aksesibilitas, atraksi, amenitas dan serta SDM dan dukungan stakeholder), Kabupaten Semarang memiliki sejumlah keunggulan yang menjadi modal dasar pengembangan kegiatan MICE di Kabupaten Semarang.
3. Untuk dapat lebih mengoptimalkan MICE di Kabupaten Semarang maka diperlukan strategi kolaboratif antara Pemerintah Daerah dan segenap stakeholder terkait yang diperkuat dengan strategi teknis untuk pengembangan industri MICE di Kabupaten Semarang yang dirumuskan berdasarkan unsur-unsur MICE, yaitu : aksesibilitas, atraksi, amenitas dan serta SDM dan dukungan stakeholder.

### **Saran**

Penelitian ini masih sangat terbatas oleh sebab itu diperlukan studi lanjutan untuk meningkatkan nilai implementatif Pengembangan MICE di Kabupaten Semarang yang dapat dilakukan melalui kegiatan *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menjalin sinergitas dan

kolaborasi antar stakeholder yang mendukung pengembangan MICE. Selain itu diperlukan adanya penelitian lanjutan terkait kesiapan sumberdaya manusia mendukung kegiatan (*human resources and support system*) MICE di Kabupaten Semarang agar dapat dikembangkan dan dibentuk sesuai dengan potensi dan kebutuhan wisatawan sehingga jangkauan pasarnya semakin luas dan beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Berita 2019. Aerosport Berpotensi Dikembangkan. <https://www.suaramerdeka.com/semarang-roya/pr-04110295/aerosport-berpotensi-dikembangkan>. Diakses Tanggal 5 April 2023.
- Berita 2022. Kabupaten Semarang Miliki 70 Desa Wisata, Bupati: Pengelola Harus Kreatif. <https://www.gatra.com/news-536429-Gaya%20Hidup-kabupaten-semarang-miliki-70-desa-wisata-bupati-pengelola-harus-kreatif.html>. Diakses Tanggal 5 April 2023.
- Giao, H. N. K., & Son, L. T. (2018). Mice tourism development – examination from the supply side in dalat city, vietnam. *Global and Stochastic Analysis*, 5(6), 371–390.
- Kim, K., & Ko, D. (2020). How to build a sustainable MICE environment based on social identity theory. *Sustainability* (Switzerland), 12(17). <https://doi.org/10.3390/su12177166>.
- Kumar, J., Hussain, K., & Ali, F. (2014). A Review of Cogent Reflection on the Economic Impact Assessment of Conferences – MICE Tourism. *SHS Web of Conferences*, 12, 01006. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201006>.
- Mayoh, J., & Onwuegbuzie, A. J. (2015). Towards a Conceptualization of Mixed Methods Phenomenological Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 9(1), 91–107.
- Mena-Navarro, A., Almeida-García, F., & Cortés-Macías, R. (2022). The role of the MICE sector in Singapore’s tourism policy. A historical perspective. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, February. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2043880>
- Menteri Pariwisata Republik Indonesia. (2017). Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 2017 Tentang Pedoman Destinasi Penyelenggaraan Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi Dan Pameran. 1–34.
- Moi, L., & Cabiddu, F. (2021). An agile marketing capability maturity framework. *Tourism Management*, 86(April). <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104347>
- Nugroho, S. P., Setyawan, A. A., Isa, M., Susila, I., Nuryulia, P., & Liana, M. (2018). Strategi Pengembangan MICE Sebagai Upaya Peningkatan Sektor Pariwisata Kota Surakarta. *The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018*, 176–189.
- Safaeva, S., & Adilova, D. (2020). Mice Tourism: Opportunities, Priorities, Problems, Prospects. *The American Journal of Applied Sciences*, 02(11), 116–121. <https://doi.org/10.37547/tajas/volume02issue11-21>
- Sinaga, D. A. R., Putera, R. E., Zetra, A., & Ariany, R. (2022). Dynamic Governance In Efforts To Increase Tourism Visits During The Covid-19 Pandemic. 230–236.
- Tashakkori, A., & Creswell, J. W. (2007). Exploring the nature of research questions in mixed methods research. In *Journal of mixed methods research* (Vol. 1, Issue 3, pp. 207–211). Sage Publications Sage CA: Los Angeles, CA.

Telfer, D. J., & Sharpley, R. (2007). Tourism and development in the developing world. In *Tourism and Development in the Developing World*.  
<https://doi.org/10.4324/9780203938041>