

STRATEGI PENGEMBANGAN KOTA SURAKARTA MENJADI KOTA MICE (MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION)

Khairul Mahadi, M. Teguh Hidayat
Jurusan Teknik Planologi, Universitas Esa Unggul
Jln. Arjuna Utara Tol Tomang Kebun Jeruk, Jakarta 11510
khhmahadi@gmail.com

Abstrak

Seiring dengan berkembangnya sistem transportasi yang ada di dunia baik transportasi laut, darat, dan udara dimana dapat memudahkan seseorang atau sebuah kelompok berpergian dari satu wilayah ke wilayah lain, dari sinilah *MICE (meeting, incentive, convention, exhibition)* dilihat sebagai peluang bisnis dimana seseorang atau kelompok melakukan sebuah pertemuan atau konferensi conference). Indonesia sudah berkembang menjadi salah satu negara tujuan bisnis dan wisata. Hal itu dibuktikan dengan perolehan data dari *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 2008–2010*, yang menyebutkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara untuk pertemuan, insentif, konvensi dan pameran atau (*MICE*) mencapai 40.09% sementara untuk wisatawan liburan 53,15% dan lainnya 6,76%. Surakarta saat ini memang belum termasuk dari 10 kota *MICE* namun Kota Surakarta saat ini telah menjadi daerah destinasi pariwisata penyelenggaraan *MICE*, dimana para EO/PCO dan BPW di Jakarta dan Bali sebanyak (43.63%) mempertimbangkan untuk menjual paket *MICE* di Surakarta dan sama-sama akan merekomendasikan Surakarta sebagai destinasi *MICE* kepada kliennya. Adapun persentasenya mengenai pertimbangan untuk menjual paket *MICE* di Surakarta sebanyak 93.75% untuk EO/PCO dan 78.57% untuk BPW. hal ini dapat menjadi angin segar bagi Kota Surakarta dimana hal ini dapat dijadikan sebagai potensi yang patut dikembangkan. Maka guna memanfaatkan kondisi ini perlu ditangani dengan sungguh sungguh serta dilakukan sebuah pengkajian potensi secara mikro untuk Kota Surakarta sendiri, dengan menggunakan metode lima kekuatan Porter dan yang nantinya akan diperkuat lagi dengan dukungan metode analisis SWOT, metode ini dapat digunakan menjadi salah satu strategi dalam pengembangan potensi Kota Surakarta agar dapat menjadi Kota *MICE*.

Kata kunci : Strategi Pengembangan *MICE*, *MICE* Kota Surakarta, *MICE*

Pendahuluan

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar dunia. Secara fisik terdiri dari pulau-pulau dengan dikelilingi oleh lautan yang luas. Terdiri dari sekitar 13.667 pulau, dengan luas daratan 1.922.570 km² dan luas perairan lautnya mencapai 3.257.483 km² (belum termasuk perairan ZEE). Panjang garis pantainya mencapai 81.497 km² merupakan garis pantai terpanjang di dunia. Jika ditambah dengan ZEE, maka luas perairan Indonesia sekitar 7,9 juta km² atau 81% dari luas keseluruhan. Pada masanya perahu dan kapal merupakan alat transportasi yang memiliki pengaruh sangat besar sejak awal peradaban nusantara, dan pada masanya manusia menggunakan rakit atau perahu sebagai alat untuk memindahkan objek dengan bantuan tenaga manusia

Menurut Nasation Secara umum definisi transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dari satu tempat ke tempat lainnya dengan menggunakan sebuah wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin, seiring dengan berkembangnya jaman lahirilah “era revolusi industri” pada tahun 1829 dengan ditemukannya mesin uap, maka

penggunaan tenaga hewan sebagai tenaga gerak mulai digantikan oleh tenaga mesin uap.

Dengan munculnya era revolusi industri maka semakin mempermudah seseorang melakukan perjalanan untuk mencapai daerah-daerah yang mereka inginkan, dan hal ini menjadi cikal bakal lahirnya indstri *MICE* dengan melihat dimana seseorang atau kelompok melakukan sebuah pertemuan atau konferensi (*conference*) yang dianggap sebagai peluang bisnis.

Menurut catatan *Union of Internasional Association (UIA)*, lebih dari 184 negara dewasa didunia ini telah mengadakan kegiatan konferensi dan event. Dan pertumbuhan yang sangat pesat itu terjadi pada kawasan Asia, Afrika, dan Eropa Timur yang perlahan mulai menggantikan pasar tua di negara Amerika Serikat, dan Eropa Barat

Indonesia Saat ini sudah berkembang menjadi salah satu negara tujuan bisnis dan wisata. Hal itu dibuktikan dengan perolehan data dari *Statistical Report on Visitor Arrivals to Indonesia 2008–2010*, yang menyebutkan bahwa kunjungan wisatawan mancanegara untuk pertemuan, insentif, konvensi dan pameran atau *meeting, incentive, convention, exhibition (MICE)* mencapai 40.09%

sementara untuk wisatawan liburan 53,15% dan lainnya 6,76%.

Pemerintah Indonesia sendiri telah menetapkan 10 destinasi MICE unggulan di Indonesia yakni Jakarta, Bali, Surabaya, Bandung, Yogyakarta, Medan, Padang, Batam, Manado, dan Makasar, meski telah kita ketahui Indonesia memiliki sepuluh Kota yang menjadi daerah wisata MICE, namun jika dilakukan pengkajian lebih mendalam sebenarnya Indonesia memiliki banyak wilayah yang berpotensi sebagai daerah wisata MICE salah satunya adalah Kota Surakarta.

Walaupun Kota Surakarta tidak termasuk dalam sepuluh wilayah daerah wisata MICE, namun Kota Surakarta memiliki potensi yang cukup kompetitif untuk masuk kedalam zona industri ini hal ini terbukti dengan sering dipilihnya Kota Surakarta sebagai tempat penyelenggaraan event berskala nasional maupun internasional, bukti lain juga diberikan dari para EO/PCO dan BPW di Jakarta dan Bali sebanyak (43.63%) mempertimbangkan untuk menjual paket MICE di Surakarta dan sama-sama akan merekomendasikan Surakarta sebagai destinasi MICE kepada kliennya. Adapun persentasenya adalah 93.75% untuk EO/PCO dan 78.57% untuk BPW. hal ini dapat menjadi angin segar bagi Kota Surakarta dimana potensi yang telah dimiliki Kota Surakarta dapat dikembangkan dengan tujuan agar kota Surakarta dapat menjadi kota yang memiliki standarisi dalam industri MICE.

Salah satu permasalahan mengapa Kota Surakarta belum bisa menjadi Kota MICE ialah belum adanya kajian dan analisis potensi pengembangan pariwisata khususnya pariwisata mengenai MICE di Kota Surakarta, Hal ini memicu saya sebagai peneliti untuk mengkaji potensi Kota Surakarta sebagai Kota tujuan MICE, dan pertanyaan penelitian ini adalah "Bagaimana strategi pengembangan Kota Surakarta agar dapat menjadi Kota MICE".

Kota Surakarta perlu melakukan sebuah pengkajian mengenai potensi secara mikro sebelum memasuki persaingan dalam industri MICE serta dibutuhkan komitmen dan dukungan berbagai *stakeholder*. Semua *event* yang berkaitan dengan MICE harus diintegrasikan dan dapat dipetakan serta dipublikasikan secara besar-besaran agar dikunjungi masyarakat lokal, regional, nasional dan internasional, serta berani menarik semua *event* berskala nasional dan internasional agar dilaksanakan di Kota Surakarta.

Tujuan dari Studi penelitian ini adalah : (1) Identifikasi potensi industri pariwisata dan industri MICE Kota Surakarta (2) Mengetahui fasilitas pendukung yang dibutuhkan Kota Surakarta agar

dapat menjadi Kota MICE (3) Menyusun strategi pengembangan industri MICE Kota Surakarta. Sedangkan manfaat dari penelitian ini adalah Mengetahui potensi industri pariwisata dan industri MICE Kota Surakarta dan mengetahui fasilitas pendukung yang nantinya dibutuhkan Kota Surakarta agar dapat menjadi Kota MICE serta Menyusun strategi untuk pengembangan industri MICE Kota Surakarta.

Metode Penelitian

Penelitian studi Strategi Pengembangan Kota Surakarta Menjadi Kota MICE dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif meliputi pengumpulan data untuk diuji hipotesis atau menjawab pertanyaan mengenai strategi yang akan dilakukan untuk Kota Surakarta, disamping itu dilakukan juga pengumpulan data baik primer maupun data skunder untuk mengetahui strategi yang tepat bagi pengembangan MICE di Kota Surakarta.

Pendekatan kualitatif menekankan pada makna, penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu). Pendekatan kualitatif, lebih mementingkan pada proses daripada hasil akhir; oleh karena itu urutan kegiatan dapat berubah-ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala – gejala yang ditemukan.

Metode Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa kegiatan diantaranya adalah wawancara langsung, observasi lapangan maupun studi kepustakaan dilakukan kepada setiap pihak yang terlibat dalam wisata MICE, Populasi merupakan keseluruhan karakteristik dari sumber data yang ada dan menunjukkan objek penelitian. dapat juga didefinisikan sebagai seperangkat unit analisis lengkap yang sedang diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa BPW yang terdapat di Kota Surakarta.

Jumlah BPW ini didapatkan berdasarkan dari hasil studi literatur dengan melihat kebutuhan data yang diperlukan, dan berdasarkan data dari instansi tersebut akan didapatkan data yang valid guna mendukung dalam proses analisis sehingga diharapkan hasil yang maksimal dalam penyusunan strategi untuk Kota Surakarta menuju kota MICE.

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian studi Strategi Pengembangan Kota Surakarta Menjadi Kota MICE, disesuaikan dengan variabel yang diteliti. Hal ini diperlukan dengan maksud untuk memperoleh gambaran tentang industri MICE di Kota Surakarta, disamping itu pengamatan lapangan serta survey dan wawancara perlu dilakukan untuk memperoleh data mengenai perkembangan industri MICE di Kota Surakarta kemudian dihubungkan dengan teori-teori para ahli

yang terkait dengan aspek-aspek MICE, serta tinjauan tentang kebijakan pemerintah yang berlaku saat ini untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian.

Dalam melakukan analisis strategi teori Model Kekuatan Porter (*Porter's Five-Forces Model*) digunakan sebagai tahap awal memperoleh strategi bagi Kota Surakarta dengan melihat lima variabel yang dimilikinya yaitu persaingan antar industri, persaingan pendatang baru, daya tawar pemasok, daya tawar konsumen dan potensi produk pengganti dari kelima variabel inilah nantinya di peroleh kekuatan serta kelemahan Kota Surakarta. Kemudian agar memperoleh strategi yang lebih maksimal analisis tahap kedua ialah menggunakan Metode SWOT dengan melihat kekuatan serta kelemahan Kota Surakarta yang di transformasikan menjadi matrik *internal* dan *eksternal* Kota Surakarta.

Tahap terakhir ialah merumuskan strategi pengembangan Kota Surakarta agar dapat menjadi kota MICE, dengan melakukan persilangan dari Strength, Weaknes, Oppoerunity, Threatyang diperoleh dari pembobotan matrik *internal* dan *eksternal*.

Analisis

Analisis Model Kekuatan Porter (*Porter's Five-Forces Model*) adalah model yang digunakan untuk analisis keunggulan kompetiti, model tersebut adalah menjelaskan mengenai pendekatan yang digunakan secara luas untuk mengembangkan strategi dibanyak industri. Model lima kekuatan Michael Porter tersebut meliputi: persaingan dalam industri, ancaman pendatang baru, ancaman produk substitusi, posisi tawar pemasok, dan posisi tawar konsumen.

Analisis Persaingan Antar Kota

Persaingan antar kota biasanya merupakan yang paling hebat dari lima kekuatan kompetitif. Berdasarkan hasil observasi lapangan untuk **Tabel 1 Persaingan Antar Kota** untuk Kota Surakarta :

Analisis Ancaman Pendatang Baru

Untuk persaingan pendatang baru ini, Kota Surakarta juga mempunyai kekuatan yang dapat menghambat munculnya pesaing baru di dunia MICE, namun Kota Surakarta juga memiliki kelemahan dalam industri MICE hal tersebut dapat dilihat pada **Tabel 2 Ancaman Pendatang Baru** berikut ini :

Tabel 1
Persaingan Antar Kota

Persaingan Antar Kota	KEKUATAN	KELEMAHAN
	Dalam Kebijakan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi (RTRW) Jawa Tengah Tahun 2009 – 2029 Wilayah Surakarta Telah Dijadikan Pusat Perhatian yaitu pada Pasal 88 dan Pasal 100	Keterbatasanya jumlah fasilitas <i>Convention Center</i> hal ini di buktikan dari hasil survey yang dilakukan di beberapa BPW di Kota Surakarta dimana hotel masih mendominasi sebagai tempat dalam penyelenggaraan <i>Meeting</i> dan <i>Conference</i> .
	Tempat tujuan wisata mempunyai atraksi kebudayaan dan bersejarah yang sangat menarik untuk tingkat nasional maupun internasional	Surabaya dengan kedudukan sebagai ibu kota provinsi Jawa Timur dalam lingkup sebagai pusat pemerintahan, sosial, budaya, distribusi dan koleksi dari aktivitas Provinsi Jawa Timur.
	Wilayah Surakarta Yang Strategis dimana terletak diantara dua kota yang dijadikan destinasi MICE oleh pemerintah yaitu Kota Yogyakarta dan Kota Surabaya.	Belum Adanya Kajian Tentang MICE, GTZ sendiri baru mengkaji Pasar dan Basis Data Wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) Kota Surakarta

Tabel 2
Ancaman Pendatang Baru

Ancaman Pendatang Baru	KEKUATAN	KELEMAHAN
	Pengalaman kota Surakarta dalam event berskala internasional contohnya (<i>Federation For Asia Cultural Promotion</i> yang diadakan pada tanggal 6-9 September 2012, dan konferensi internasional semacam <i>World Heritage Cities Conferene</i>)	Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah mempunyai rencana pengembangan infrastruktur yang baik, jalan darat, bandara udara dengan berbagai penerbangan internasional dan pelabuhan laut
	Aksesibilitas yang mudah untuk menuju Kota Surakarta	Para Stakeholder Kurang Percaya Diri Atas Kapasitas Wilayahnya Sendiri Sebagai Tujuan Wisata
	Melalui jalan darat: wilayah ini dilalui oleh provinsi; 2 jam dari Yogyakarta, 3 jam dari Semarang dan 7 jam dari Surabaya Dengan kereta api: jalur kereta api sebelah selatan yang menghubungkan Jakarta dan Surabaya melalui wilayah Solo Melalui udara: Bandara Internasional Adisumarmo yang berada di luar kota Solo mempunyai jalur hubungan dengan Jakarta	Kota Yogyakarta dan Surabaya termasuk dari sepuluh destinasi yang di tetapkan oleh pemerintah dalam industri mice

Analisis Daya Tawar Pemasok

Daya tawar pemasok, dalam hal ini pemasok dapat diartikan sebagai kontribusi kota tersebut untuk industri MICE, dimana sedikit dijelaskan yaitu apa yang dapat menjadi sebuah jaminan yang diberikan sebuah kota untuk dapat meyakinkan para konsumen bahwa kota tersebut dapat dijadikan referensi dalam penyelenggaraan MICE baik tingkat Daerah, Nasional, maupun Internasional. Penjelasan mengenai daya tawar Kota Surakarta sebagai pemasok di industri MICE dapat dilihat pada Tabel 3.

**Tabel 3
Daya Tawar Pemasok**

Daya Tawar Pemasok	KEKUATAN	KELEMAHAN
	Banyak Perencanaan/Pembangunan Hotel Baru	Kota Yogyakarta dan Surabaya termasuk dari sepuluh destinasi yang di tetapkan oleh pemerintah dalam industri mice

**Tabel 3
Daya Tawar Pemasok**

Daya Tawar Pemasok	KEKUATAN	KELEMAHAN
Fasilitas Dan Kapasitas Yang Mencukupi Untuk Acara-Acara Mice dimana tersedianya hotel-hotel berbintang yang sering dijasikan tempat penyelenggaraan Meeting dan Conference		Kurangnya Sumber Daya Manusia Di Bidang Mice
Tempat-Tempat Rekreasi Yang Banyak Jumlahnya dan Saling Berdekatan		Rendahnya Kerjasama Para Stakeholder Antar Sektor Serta Pengorganisasian Sektor Yang Masih Lemah

Analisi Daya Tawar Konsumen

Daya tawar konsumen, dimana dapat dijelaskan bahwa daya tawar konsumen ini ialah para peserta yang nantinya akan menggunakan jasa Kota Surakarta sebagai tempat dalam penyelenggaraan sebuah acara,

Oleh karena itu Kota Surakarta memiliki kekuatan dan kelemahan menjadi sebuah peluang dalam industri MICE.

**Tabel 4
Daya Tawar Konsumen**

Daya Tawar Konsumen	KEKUATAN	KELEMAHAN
	Adanya pengakuan internasional tentang keberadaan Kota Surakarta sebagai salah satu "World Heritage Cities".	Surabaya Merupakan pintu masuk bagi para wisatawan yang ingin mengunjungi gunung Bromo, sebuah atraksi terkenal di Malang, Jawa Timur Tingginya Tekanan Atas Harga Kamar Karena Besarnya Persaingan Berdampak Negatif Lokasi Kota Yogyakarta yang dekat dengan Candi Borobudur dan Prambanan membuatnya menjadi pusat yang ideal bagi para wisatawan kebudayaan disamping itu Kota Yogyakarta merupakan kota destinasi MICE yang telah ditetapkan pemerintah.
	Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Meningkat Setiap Tahunnya	
	Adanya kerjasama antar daerah (SUBOSUKAWONOSRATEN : JAVA PROMO dan pengembangan kawasan JOGLO SEMAR) sehingga bisa saling berbagi pengalaman, khususnya dalam rangka penyediaan pelayanan publik yang murah dan mudah bagi masyarakat.	

Analisis Ancaman Produk Pengganti

Dalam Industri MICE hal ini dijadikan salah satu strategi lain guna meningkatkan pendapatan daerahnya. Namun apabila MICE tidak dapat dilaksanakan maka produk lain dapat dikembangkan sebagai pengganti MICE yaitu :

**Tabel 5
Potensi Barang Pengganti**

Potensi Barang Pengganti	KEKUATAN	KELEMAHAN
	Adanya pengakuan internasional tentang keberadaan Kota Surakarta sebagai salah satu "World Heritage Cities".	Sebagian Daerah Wisata Mengalami Penurunan Citra Dan Sebagian Juga
	Acara-Acara Perayaan, Musik Dan Tarian Yang Sangat Beragam sepanjang tahun dengan adanya kalender tahunan Kota Surakarta	Tidak Adanya Keterkaitan/Sinergi Antar Situs-Situs/Atraksi-Atraksi

Tabel 5 (lanjutan)
Potensi Barang Pengganti

Potensi Barang Pengganti	KEKUATAN	KELEMAHAN
	Dibangunnya <i>The Park</i> Solo merupakan kawasan pengembangan terintegrasi seluas 16 Ha di Solo Baru, yang merangkum beberapa fungsi properti sekaligus dalam satu area pengembangan. Pusat belanja dan <i>city walk</i> , hotel, taman perkantoran, pusat otomotif, ruko, rumah sakit, sekolah dan ruang pameran.	Tidak Adanya Petunjuk Wisata Untuk Keseluruhan Wilayah

Analisis SWOT

Faktor Kekuatan

***strength* (S1) Wilayah Surakarta Yang Strategis dimana terletak diantara dua kota yang dijadikan destinasi MICE oleh pemerintah yaitu Kota Yogyakarta dan Kota Surabaya.**

Wilayah Kota Surakarta yang strategis dimana letaknya berada pada persimpangan jalur transportasi regional disamping itu juga Kota Surakarta merupakan salah satu kota yang memiliki potensi cukup besar sebagai pusat kegiatan ekonomi. Hal ini berkaitan dengan letak geografis yang strategis memungkinkan Kota Surakarta sebagai “*transitment point*” bagi kegiatan ekonomi dan pariwisata Propinsi Jawa Tengah maupun transportasi regional yang datang dari Jawa Timur, Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah bagian Barat, Utara, Timur dan Selatan.

Tabel 6
Matriks Internal

No	Faktor	Score (1-5)	Bobot	Nilai	S x Bbt	Strength	Weaknes
1	Wilayah Surakarta Yang Strategis dimana terletak diantara dua kota yang dijadikan destinasi MICE oleh pemerintah yaitu Kota Yogyakarta dan Kota Surabaya.	5	0,13	5	0,63	S1	
2	Adanya pengakuan internasional tentang keberadaan Kota Surakarta sebagai salah satu “World Heritage Cities” .	3	0,08	3	0,23		
3	Pengalaman kota Surakarta dalam event berskala internasional contohnya (<i>Federation For Asia Cultural Promotion</i> yang diadakan pada tanggal 6-9 September 2012, dan konferensi internasional semacam <i>World Heritage Cities Conferene</i>)	5	0,13	5	0,63	S2	
4	Banyak Perencanaan/Pembangunan Hotel Baru	4	0,10	3	0,30	1	
5	Aksesibilitas yang mudah untuk menuju Kota Surakarta <ul style="list-style-type: none"> • Melalui jalan darat: wilayah ini dilalui oleh provinsi; 2 jam dari Yogyakarta, 3 jam dari Semarang dan 7 jam dari Surabaya • Dengan kereta api: jalur kereta api sebelah selatan yang menghubungkan Jakarta dan Surabaya melalui wilayah Solo • Melalui udara: Bandara Internasional Adisumarmo yang berada di luar kota Solo mempunyai jalur hubungan dengan Jakarta 	4	0,10	4	0,40	S3	
6	Kurangnya Sumber Daya Manusia Di Bidang MICE	4	0,10	1	0,10		W1
7	Tidak Adanya Keterkaitan/Sinergi Antar Situs-Situs/Atraksi-Atraksi	3	0,08	2	0,15		1
8	Belum Adanya Kajian Tentang MICE, GTZ sendiri baru mengkaji Pasar dan Basis Data Wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) Kota Surakarta	4	0,10	2	0,20		W2
9	Rendahnya Kerjasama Para Stakeholder Antar Sektor Serta Pengorganisasian Sektor Yang Masih Lemah Keterbatasanya jumlah fasilitas <i>Convention Center</i> hal ini di buktikan dari hasil survey yang dilakukan di beberapa BPW di Kota Surakarta dimana hotel masih mendominasi sebagai tempat dalam penyelenggaraan <i>Meeting</i> dan <i>Conference</i> .	3	0,08	3	0,23		1
10		5	0,13	2	0,25		W3
	Total	40	1,00				

Sumber : Pengolahan Dari Tabel Matrik Lima Kekuatan Porter

Disamping itu letak Kota Surakarta yang sangat dekat dengan Kota Yogyakarta, Surabaya, dan Bali dimana kita ketahui bahwa kota-kota tersebut merupakan 10 kota yang ditetapkan oleh pemerintah sebagai daerah destinasi MICE.

Strength (S2) Pengalaman kota Surakarta dalam event berskala internasional

Sebelumnya sudah kita ketahui bahwa Kota Surakarta saat ini telah menjadi wilayah destinasi MICE, hal ini dibuktikan dengan dijadikannya Kota Surakarta sebagai tuan rumah dalam beberapa event berskala Internasional contohnya seperti FACP (*Federation For Asia Cultural Promotion*) yang diadakan pada tanggal 6-9 September 2012 di hotel Sunan Surakarta dan konferensi internasional semacam WHCC (*World Heritage Cities Conference*).

Kota Surakarta sendiri telah memiliki kalender tahunan selama satu tahun (dapat dilihat pada lampiran) dengan berbagai jenis acara mulai dari konser musik, pagelaran seni sampai acara adat yang masih kokoh dipegang teguh oleh Kota Surakarta.

Strength (S3) Aksesibilitas yang mudah untuk menuju Kota Surakarta

(1) Melalui jalan darat: wilayah ini dilalui oleh provinsi; 2 jam dari Yogyakarta, 3 jam dari Semarang dan 7 jam dari Surabaya. Jalan-jalan masuk ke wilayah Surakarta pada umumnya dalam kondisi yang baik, tapi dipadati oleh kendaraan-kendaraan pengangkut barang seperti truk, pick-up dan juga sepeda motor. Namun perjalanan melalui jalan darat masih dianggap menyita waktu. (2) Dengan kereta api: jalur kereta api sebelah selatan yang menghubungkan Jakarta dan Surabaya melalui wilayah Surakarta; 8 jam dari Jakarta, 4 jam dari Surabaya, 1 jam dari Yogyakarta. Masih terdapat jalur tambahan kereta api pulang-pergi yang menghubungkan Surakarta – Yogyakarta dan 2 kali sehari Surakarta – Semarang, lama perjalanan 2 jam.

Lebih dari 6 layanan kereta api jarak jauh yang menyediakan kenyamanan dengan kelas pelayanan yang berbeda-beda, merupakan sarana transportasi yang memadai bagi para wisatawan yang menggunakan jalan darat. (3) Dengan bis : sudah banyak PO transportasi bis baik bis umum maupun bis khusus yang memiliki jalur tujuan ke Kota Surakarta, dengan lama waktu tempuh tergantung kondisi perjalanan, namun biasanya para rombongan wisatawan banyak yang memilih transportasi bis sebagai pilihan dalam perjalanan menuju Kota Surakarta, hal ini dikarenakan sifat transportasi bis yang lebih fleksibel dalam

mengunjungi tempat-tempat wisata di Kota Surakarta. (4) Melalui udara: Bandara Internasional Adisumarmo yang berada di luar Kota Surakarta mempunyai jalur hubungan dengan Jakarta (Garuda dan Sriwijaya 2 kali per hari, Lion Air dan Batavia Air sekali per hari) Jalur internasional ke Singapore dilayani oleh Silk Air (seminggu 3 kali) dan ke Kuala Lumpur oleh Air Asia (satu kali per hari).

Faktor Kelemahan

Weakness (W1) Kurangnya Sumber Daya Manusia Di Bidang MICE

Sejak 2012, atas fasilitasi dari Kemenparekraf, pihaknya melakukan uji kompetensi untuk pegiat MICE di beberapa daerah. Tahun kemarin pihaknya menargetkan bisa melakukan sertifikasi kepada 800 orang, sayang baru tercapai sekitar 740 saja. Tahun ini, pihaknya menargetkan 1.000 orang bisa disertifikasi. Sebanyak 100 orang di antaranya akan diberikan kepada pegiat di Jawa Tengah. "Termasuk di dalamnya adalah Solo yang bisnis MICE-nya ma-kin berkembang," ungkapnya.

Keberadaan sertifikasi ini juga menjadi jawaban atas Peraturan Pemerintah (PP) No 52/2012. Di dalam aturan ini disebutkan, baik hotel, professional conference organiser (PCO), event organiser (EO) hingga penyelenggara pameran harus mempekerjakan setidaknya satu karyawan yang telah bersertifikat MICE. Surakarta menargetkan sedikitnya 1000 tenaga professional Meeting Intensive Conference and Exhibition (MICE) sudah tersertifikasi pada tahun 2013, perlunya sertifikasi ini bagi pekerja dibidang MICE sesuai dengan amanat PP nomor 52/2012, tentang sertifikasi tenaga dan jabatan profesi.

Weakness (W2) Belum Adanya Kajian Tentang MICE

Belum adanya kajian yang benar-benar mengatur tentang standarisasi MICE di Kota Surakarta mungkin menjadi salah satu kelemahan Kota Surakarta menuju kota MICE, dimana sebuah kajian berperan penting sebagai acuan dalam penyelenggaraa MICE di Kota Surakarta.

Namun sisi lain GTZ bekerjasama dengan BPC PHRI Surakarta, DPC ASITA Surakarta dan Surakarta MICE melaksanakan survey tentang basis data dan kajian pasar MICE di Kota Surakarta. Kajian pasar dan basis data wisata MICE Surakarta ini merupakan aktivitas untuk menyediakan informasi mengenai kajian pasar (*market research*) wisata MICE serta data dasar (*baseline*) industri wisata MICE di wilayah Surakarta

Weakness (W3) Keterbatasannya jumlah fasilitas Convention Center

Convention Center adalah sebuah bangunan besar yang dirancang untuk mengadakan konvensi, di mana individu dan kelompok berkumpul untuk mempromosikan dan berbagi kepentingan bersama, namun npada kenuataannya beberapa hotel besar di kota surakarta kini masih menjadi pilihan utama dalam industri MICE, Keterbatasannya jumlah fasilitas Convention Center di Kota Surakarta ini menyebabkan para PCO/EO memilih hotel sebagai tempat pelaksanaan acara tersebut dengan alasan fleksibilitas dan penyesuaian budget disamping itu dari hasil penyebaran kuisisioner kepada BPW sebanyak 100% menyatakan bahwa seluruh acara MICE diadakan di hotel (dapat dilihat pada lampiran).

Faktor Peluang

Opportunity (O1) Wilayah Surakarta telah dijadikan pusat perhatian dalam kebijakan pemerintah Daerah Provinsi, dimana kebijakan ini terdapat pada Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Jawa Tengah Tahun 2009 – 2029

Dimana tercantum pada pasal 88 yang menjelaskan bahwa (Daya Tarik Wisata yang termasuk dalam lingkup kawasan pengembangan) dan pasal 100 (Rencana pengembangan kawasan strategis dari sudut kepentingan per-tumbuhan ekonomi). Dengan masuk nya wilayah Surakarta dalam kebijakan pemerintah daerah memberi peluang bagi Kota Surakarta untuk melakukan pembangunan infastruktur guna mendukung terciptanya Kota Surakarta agar menjadi kota MICE.

Opportunity (O2) Adanya kerjasama antar daerah (SUBOSUKAWONOSRATEN : JAVA PROMO dan pengembangan kawasan JOGLO SEMAR)

Secara regional Kota Surakarta merupakan kota metropolitan yang didukung oleh 6 (enam) wilayah hinterland yang dikenal dengan nama

Kawasan Soloraya atau Kawasan SUBOSUKAWONOSRATEN (Kota Surakarta, Kab. Boyolali, Kab. Sukoharjo, Kab. Karanganyar, Kab. Wonogiri, Kab. Sragen, dan Kab. Klaten).

Dalam area kerjasama antar 7 kabupaten/kota ini, Kota Surakarta menjadi hub bagi daerah hinterland-nya. Kota Surakarta juga sering disebut sebagai pusat pertumbuhan untuk wilayah Jawa Tengah bagian selatan, yang memiliki potensi ekonomi yang sangat tinggi, khususnya di bidang industri, perdagangan, pariwisata, dan jasa lainnya.

Opportunity (O3) Dibangunnya The Park Solo merupakan kawasan pengembangan terintegrasi seluas 16 Ha di Solo Baru

The Park Solo merupakan kawasan pengembangan terintegrasi seluas 16 Ha di Surakarta Baru. Dirancang untuk mengakomodasi kebutuhan hidup terkini. Mereka menawarkan pengalaman baru dalam berbelanja, berwisata kuliner sekaligus bersosialisasi antar komunitas. Sehingga tercipta sebuah masyarakat urban yang memiliki kepercayaan diri tinggi, kreatif sekaligus juga produktif. The Park Surakarta yang didesain oleh PTI Architects, merangkum beberapa fungsi properti sekaligus dalam satu area pengembangan. Pusat belanja dan city walk, hotel, taman perkantoran, pusat otomotif, ruko, rumah sakit, sekolah dan ruang pameran. Disamping itu dengan mempertimbangkan pertumbuhan Kota Surakarta saat ini yang berkonsentrasi pada pembangunan MICE. Tri Star Land secara pembangunan membagi dua tahap pengembangan. Tahap I adalah pusat belanja dan city walk seluas 55.000 m2, pusat otomotif dan ruang pameran berkapasitas 2000 orang serta ruko 50 unit dan 2 menara taman perkantoran. Sedangkan tahap II hotel 400 kamar, rumah sakit, dan sekolah serta pusat belanja jilid II. Diharapkan pembangunan The Park Surakarta ini menjadi peluang bagi Kota Surakarta dalam memperkuat wilayahnya di industri MICE.

Tabel 7

Matriks Eksternal

No	Faktor	Score (1-5)	Bobot	Nilai	S x Bbt	Opportunity	Threat
1	Adanya pengakuan internasional tentang keberadaan Kota Surakarta sebagai salah satu "World Heritage Cities".	4	0,10	3	0,30	1	
2	Dalam Kebijakan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Tengah Nomor 6 Tahun 2010 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi (RTRW) Jawa Tengah Tahun 2009 – 2029 Wilayah Surakarta Telah Dijadikan Pusat Perhatian yaitu pada Pasal 88 dan Pasal 100	5	0,13	5	0,63	O1	

Tabel 7
Matriks Eksternal
(lanjutan)

No	Faktor	Score (1-5)	Bobot	Nilai	S x Bbt	Opportunity	Threat
3	Surabaya Merupakan pintu masuk bagi para wisatawan yang ingin mengunjungi gunung Bromo, sebuah atraksi terkenal di Malang, Jawa Timur	3	0,08	2	0,15		1
4	Adanya kerjasama antar daerah (SUBOSUKAWONOSRATEN : JAVA PROMO dan pengembangan kawasan JOGLO SEMAR) sehingga bisa saling berbagi pengalaman, khususnya dalam rangka penyediaan pelayanan publik yang murah dan mudah bagi masyarakat.	5	0,13	5	0,63	O2	
5	Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara Meningkat Setiap Tahunnya	3	0,08	2	0,15	1	
6	Lokasi Kota Yogyakarta yang dekat dengan Candi Borobudur dan Prambanan membuatnya menjadi pusat yang ideal bagi para wisatawan kebudayaan disamping itu Kota Yogyakarta merupakan kota destinasi MICE yang telah ditetapkan pemerintah.	5	0,13	2	0,25		T1
No	Faktor	Score (1-5)	Bobot	Nilai	S x Bbt	Opportunity	Threat
7	Kota Yogyakarta dan Surabaya termasuk dari sepuluh destinasi yang di tetapkan oleh pemerintah dalam industri mice	3	0,08	2	0,15		1
8	Dibangunnya <i>The Park</i> Solo merupakan kawasan pengembangan terintegrasi seluas 16 Ha di Solo Baru, yang merangkum beberapa fungsi properti sekaligus dalam satu area pengembangan. Pusat belanja dan <i>city walk</i> , hotel, taman perkantoran, pusat otomotif, ruko, rumah sakit, sekolah dan ruang pameran.	4	0,10	4	0,40	O3	
9	Surabaya dengan kedudukan sebagai ibu kota provinsi Jawa Timur dalam lingkup sebagai pusat pemerintahan, sosial, budaya, distribusi dan koleksi dari aktivitas Provinsi Jawa Timur.	4	0,10	1	0,10		T3
10	Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah mempunyai rencana pengembangan infrastruktur yang baik, jalan darat, bandara udara dengan berbagai penerbangan internasional dan pelabuhan laut.	4	0,10	1	0,10		T2
Total		40	1,00				

Kesimpulan

Penelitian ini menghasilkan kesimpulan sebagai berikut : (1) Jumlah objek wisata di Kota Surakarta yang sangat beragam seperti Kraton Kasusanan, Mangkunegara, Museum Radya Pustaka, Taman Sriwedari, Wayang Orang Sriwedari, Taman Hiburan Sriwedsari, Museum Batik, Taman Satwataru (Jurug), dan Taman Balekambang yang dapat menjadi kekuatan bagi Kota Surakarta dalam persaingan industri pariwisata, namun disamping itu dengan banyak terdapatnya objek wisata di Kota Surakarta, Kota Surakarta juga dapat membidik sektor yang lain seperti pada bidang kebudayaan dan kawasan bersejarah dimana hal ini dapat dimanfaatkan

sebagai tujuan baru objek wisata, dengan cara mengemasnya semenarik mungkin seperti paket-paket wisata perjalanan hal ini dapat dijadikan sebagai peluang yang potensial untuk menghadapi persaingan dalam industri pariwisata. (2) Keberadaan hotel-hotel di Kota Surakarta masih menjadi minat utama dalam penyelenggaraan acara MICE. Hal ini dapat dari hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan pada BPW di Kota Surakarta seluruh responden menyatakan bahwa hotel menjadi pilihan utama dalam pelaksanaan event ini, Hotel sendiri dipilih dengan alasan karena belum adanya fasilitas *Convention Center* yang memadai di Kota Surakarta, jadi mereka lebih memilih hotel sebagai tempat dalam pelaksanaan

MICE karena dianggap memiliki fasilitas yang memadai dalam pelaksanaan kegiatan tersebut mulai dari fasilitas transportasi jemputan, penginapan, konsumsi, ruang pertemuan, hingga

kemudahan bagi para peserta MICE. (3) Strategi yang dapat dilakukan Kota Surakarta dalam pengembangan industri MICE dapat dilihat pada Tabel 6.1 Matrik Strategi SWOT

Tabel 8
Tabel Matrik Strategi SWOT

	STRENGTH (Kekuatan)	WEAKNES (Kelemahan)
Internal	<ul style="list-style-type: none"> • Wilayah Surakarta Yang Strategis dimana terletak diantara dua kota yang dijadikan destinasi MICE oleh pemerintah yaitu Kota Yogyakarta dan Kota Surabaya. • Pengalaman kota Surakarta dalam event berskala internasional contohnya (Federation For Asia Cultural Promotion yang diadakan pada tanggal 6-9 September 2012, dan konferensi internasional semacam World Heritage Cities Conferene) • Aksesibilitas yang mudah untuk menuju Kota Surakarta <ul style="list-style-type: none"> ○ Melalui jalan darat: wilayah ini dilalui oleh provinsi; 2 jam dari Yogyakarta, 3 jam dari Semarang dan 7 jam dari Surabaya ○ Dengan kereta api: jalur kereta api sebelah selatan yang menghubungkan Jakarta dan Surabaya melalui wilayah Solo ○ Melalui udara: Bandara Internasional Adisumarmo yang berada di luar kota Solo mempunyai jalur hubungan dengan Jakarta 	<ul style="list-style-type: none"> • Kurangnya Sumber Daya Manusia Di Bidang MICE • Belum Adanya Kajian Tentang MICE, GTZ sendiri baru mengkaji Pasar dan Basis Data Wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) Kota Surakarta • Keterbatasannya jumlah fasilitas Convention Center hal ini di buktikan dari hasil survey yang dilakukan di beberapa BPW di Kota Surakarta dimana hotel masih mendominasi sebagai tempat dalam penyelenggaraan Meeting dan Conference.
Eksternal		
THREAT (Ancaman)	ST	WT
<ul style="list-style-type: none"> • Lokasi Kota Yogyakarta yang dekat dengan Candi Borobudur dan Prambanan membuatnya menjadi pusat yang ideal bagi para wisatawan kebudayaan disamping itu Kota Yogyakarta merupakan kota destinasi MICE yang telah ditetapkan pemerintah. • Semarang sebagai ibu kota Jawa Tengah mempunyai rencana pengembangan infrastruktur yang baik, jalan darat, bandara udara dengan berbagai penerbangan internasional dan pelabuhan laut <p>Surabaya dengan kedudukan sebagai ibu kota provinsi Jawa Timur dalam lingkup sebagai pusat pemerintahan, sosial, budaya, distribusi dan koleksi dari aktivitas Provinsi Jawa Timur.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat sebuah sinergi/keterkaitan antar objek wisata dari satu kota dengan kota yang lain • Melakukan perbaikan fasilitas transportasi serta sistem transportasi agar terbentuk moda transportasi yang saling berintegrasi baik dari satu kota ke kota yang lain • Secara partisipatif <i>Stakeholder</i> masing-masing kota berkoordinasi dalam membentuk persaingan pasar industri MICE yang sehat 	<ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan profesionalisme dalam penyelenggaraan <i>Event</i> • Membuat standarisasi pelaksanaan dalam penyelenggaraan MICE • Melakukan perbaikan sarana dan prasarana kota • Melakukan kerjasama dengan kota Surabaya, Semarang, dan Yogyakarta agar terciptanya persaingan yang sehat dalam industri MICE

Daftar Pustaka

- Nasution, M. N. Manajemen Transportasi. Ghalia Indonesia, Jakarta, 2004
- Abullah, Iqbal Alan. Manajemen Konferensi dan Event. Gadjah Mada University Press, Nov. 2009, Yogyakarta, 2009
- Tiyanto, Prihatin, Widodo, dan Baharudin, Agus. Strategi Pengembangan Kota Semarang Menuju Kota MICE (meetings, incentive, conference, exhibition), Upaya Percepatan Pembangunan Menuju Kota Semarang Setara Jurnal Riptek Vol. 5, Semarang, 2011
- Aliyah. Istijabatul “Partisipasi Masyarakat Dalam Penataan Ruang Kota Surakarta Untuk Mendukung Pembangunan Kota MICE Berwawasan Eco-Culture”.
- Pendit, Wisata Konvensi, Potensi Gede Bisnis Besar, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1999
- Fred R. David. (strategic Management) Manajemen Strategis-Konsep. Salemba Empat. Edisi 12 Buku 1, 2009
- Yunus, Hadi. Struktur Tata Ruang Kota. Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta. 2002
- GTZ (Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit). 2008. Summary Report Strategi Pengembangan Pariwisata Wilayah Solo. 2008
- Keputusan Menteri Parpostel No. KM.108/ HM 703/ MPT 91 tentang Usaha Jasa Konvensi, Perjalanan Insentif, dan Pameran
- Keputusan Dirjen Pariwisata No.Kep.06/ u / IV / 1992 tentang penanganan Wisata Konvensi (MICE).
- Peraturan Daerah No. 16 tahun 1998, tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Jawa Timur Tahun 1999 / 2000-2014
- Marya, Selvia. 2011. Pendekatan SWOT Dalam Pengembangan Objek Wisata Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal, Tugas Akhir, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang, 2011
- Lestari, Dian. Analisis Kompetisi Keunggulan Kompetitif Telkom Flexi Pasca Migrasi Frekuensi. Tesis. Program Pasca Sarjana Bidang Ilmu Teknik, UI. Depok, 2007
- Setiawan, Iwan Eli. Penerapan Customer Relationship Management Pada Pt. Multistrada Arah Sarana Tbk . Karya Akhir. Jurusan Manajemen Operasi, UI. Depok, 2007
- UU RI No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan Bab 1 Pasal 3 dan 4
- Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 12 Tahun 2010 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Kota Surakarta Tahun 2010-2015
- UU No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan;