

KAJIAN POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA *MICE* (*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION*) DI KOTA CIREBON, JAWA BARAT

TUGAS AKHIR

TP216012001



Disusun Oleh :

Muhammad Rizki Zidan

(31201900039)

PROGRAM STUDI TEKNIK PERENCANAAN WILAYAH DAN KOTA

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2025

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizki Zidan

NIM : 31201900039

Status : Mahasiswa Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik,
Universitas Islam Sultan Agung

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir/skripsi saya dengan judul “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) di Kota Cirebon, Jawa Barat” adalah karya ilmiah yang bebas plagiasi. Jika kemudian di kemudian hari terbukti terdapat plagiasi dalam Tugas Akhir/Skripsi ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pertanyaan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Februari 2026

Yang menyatakan,

Muhammad Rizki Zidan

31201900039



Mengetahui,

Pembimbing

Penguji

Ir. Hj. Eppy Yuliani, MT

NIK. 220203034

Dr. Hj. Mila Karmilah, S.T.,M.T

NIK. 210298024

HALAMAN PENGESAHAN

KAJIAN POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA MICE (*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION*) DI KOTA CIREBON, JAWA BARAT

Tugas Akhir Diajukan Kepada;
Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik
Universitas Islam Sultan Agung

Oleh:

Muhammad Rizki Zidan

31201900039

Tugas akhir ini telah berhasil dipertahankan dihadapan dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana perencanaan wilayah dan kota pada tanggal

DEWAN PENGUJI

Ir. Hj. Eppy Yuliani., M.T

Pembimbing :

NIK. 220203034

Dr. Hj. Mila Karmilah, S.T.,M.T

Penguji :

NIK. 210298024

Mengetahui,

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi Perencanaan
Wilayah dan Kota

Dr. Abdul Rochim, ST., MT

Dr. Hj. Mila Karmilah, S.T.,M.T

NIK. 210200031

NIK. 210298024

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “**Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat**”. Laporan Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat akademis dalam kegiatan perkuliahan. Tersusunnya laporan ini tidak terlepas dari peran serta dari berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan laporan ini, antara lain:

1. Dr. Abdul Rochim, S.T., M.T., selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung.
2. Dr. Hj. Mila Karmilah, S.T., M.T., selaku Ketua Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Universitas Islam Sultan Agung, serta dosen koordinator Tugas Akhir.
3. Ir. Hj. Eppy Yuliani, MT., selaku dosen pembimbing Tugas Akhir.
4. Kepada dosen-dosen Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Islam Sultan Agung yang telah memberikan ilmu saat masa belajar mengajar.
5. Pihak lainnya yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu, kritik dan saran positif sangat diperlukan dalam penyusunan laporan ini. semoga laporan tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Semarang, Februari 2026

Penulis

**PERNYATAAN PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Muhammad Rizki Zidan
NIM : 31201900039
Program Studi : Perencanaan Wilayah dan Kota
Fakultas : Teknik

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan judul :

KAJIAN POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA MICE (*MEETING, INCENTIVE, CONVENTION, EXHIBITION*) DI KOTA CIREBON, JAWA BARAT

Dan menyetujuinya menjadi hak milik Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasi di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik Hak Cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila di kemudian hari terdapat pelanggaran Hak Cipta/Plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 27 Februari 2026

Yang Menyatakan,

Muhammad Rizki Zidan

ABSTRAK

Pengembangan sektor pariwisata berbasis MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan daya saing destinasi serta mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. Kota Cirebon sebagai kota yang memiliki letak strategis di jalur Pantura serta didukung oleh potensi budaya dan sejarah, dinilai memiliki peluang untuk mengembangkan pariwisata MICE. Namun, pengembangan sektor tersebut dinilai belum optimal sehingga diperlukan kajian yang komprehensif mengenai potensi yang dimiliki. Tujuan penelitian untuk menganalisis potensi pengembangan pariwisata MICE di Kota Cirebon serta memberikan arahan pengembangannya. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deduktif kuantitatif rasionalistik dengan teknik analisis deskriptif kuantitatif. Temuan studi menunjukkan bahwa Kota Cirebon memiliki potensi yang cukup baik dalam pengembangan MICE. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan.

Kata Kunci : Pariwisata, Meeting, Incentive, Convention, Exhibition, Kota Cirebon

ABSTRACT

The development of the MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) tourism sector is one of the strategies to increase the competitiveness of destinations and drive regional economic growth. The city of Cirebon, strategically located on the Pantura route and supported by its cultural and historical potential, is considered to have opportunities to develop MICE tourism. However, the development of this sector is considered to be less than optimal, requiring a comprehensive study of its potential. The purpose of this study is to analyze the potential for MICE development in tourism development in the city of Cirebon and to provide guidance for its development. The research method used is a rationalistic quantitative deductive approach with quantitative descriptive analysis techniques. The findings of the study indicate that the city of Cirebon has considerable potential for MICE development. However, there are still several aspects that need to be improved.

Keywords : Tourism, Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions, Cirebon City

DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian.....	3
1.3.1 Tujuan.....	3
1.3.2 Sasaran.....	3
1.4 Manfaat.....	3
1.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	3
1.5.1 Ruang Lingkup Substansi.....	3
1.5.2 Ruang lingkup spasial.....	4
1.6 Keaslian Penelitian.....	6
1.7 Kerangka Pikir	13
1.8 Metodologi Penelitian.....	14
1.8.1 Metode Pendekatan Penelitian.....	14
1.8.2 Tahap persiapan	17
1.8.3 Tahap Pengumpulan Data	18
1.8.4 Tahap Pengolahan dan Penyajian Data.....	20

1.8.5	Metode Analisis	21
1.8.6	Pengujian Instrumen Penelitian	22
1.9	Sistematika Penelitian.....	25
BAB II KAJIAN TEORI		26
2.1	Pariwisata.....	26
2.2	Jenis Pariwisata.....	26
2.3	Pengembangan Pariwisata	28
2.4	Kriteria Pengembangan Pariwisata	29
2.5	Pengertian MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)	31
2.6	Pengembangan MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition).....	31
2.7	Matriks Teori.....	47
BAB III KONDISI EKSISTING KOTA CIREBON, JAWA BARAT.....		51
3.1	Gambaran Umum Wilayah Kota Cirebon.....	51
3.2	Kondisi Geografis	51
3.3	Kondisi Sosial	53
3.4	Pariwisata.....	53
3.5	Fasilitas Pertemuan	60
3.6	Fasilitas Akomodasi	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		62
4.1	Karakteristik Responden.....	62
4.2	Aksesibilitas.....	63
4.3	Fasilitas Pertemuan	65
4.4	Fasilitas Pameran	66
4.5	Fasilitas Akomodasi	67
4.6	Tempat-Tempat Menarik.....	69
4.7	Keadaan Lingkungan	70
4.8	Citra Destinasi.....	72

4.9	Profesionalitas Sumber Daya Manusia	73
4.10	Dukungan Stakeholder.....	74
4.11	Temuan Studi	75
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....		80
5.1	Kesimpulan	80
DAFTAR PUSTAKA.....		81



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian.....	6
Tabel 1. 2 Keaslian Fokus dan Metode Penelitian.....	12
Tabel 1. 3 Lokasi Fokus dan Metode Penelitian.....	12
Tabel 1. 4 Skor Pembobotan.....	21
Tabel 1. 5 Kategori Penilaian Pengembangan MICE.....	22
Tabel 1. 6 Hasil Uji Validitas.....	23
Tabel 1. 7 Uji Reabilitas.....	24
Tabel 2. 1 Standar dan Kriteria MICE.....	33
Tabel 2. 2 Matriks Teori.....	47
Tabel 2. 3 Variabel, Indikator, dan Parameter Penelitian.....	50
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 4 Analisis Aksesibilitas.....	63
Tabel 4. 5 Analisis Fasilitas Pertemuan.....	65
Tabel 4. 6 Analisis Fasilitas Pameran.....	66
Tabel 4. 7 Analisis Fasilitas Akomodasi.....	67
Tabel 4. 8 Analisis Tempat-Tempat Menarik.....	69
Tabel 4. 9 Analisis Keadaan Lingkungan.....	70
Tabel 4. 10 Analisis Citra Destinasi.....	72
Tabel 4. 11 Analisis Profesionalisme Sumber Daya Manusia.....	73
Tabel 4. 12 Analisis Dukungan Stakeholder.....	75
Tabel 4. 13 Temuan Studi.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peta Kota Cirebon, Jawa Barat	5
Gambar 1. 2 Diagram Alir Penelitian	16
Gambar 3. 1 Peta Kota Cirebon, Jawa Barat.....	52
Gambar 3. 2 Peta Pariwisata Kota Cirebon	54
Gambar 3. 3 Keraton Kasepuhan	55
Gambar 3. 4 Museum Keraton Kasepuhan	55
Gambar 3. 5 Keraton Kanoman	56
Gambar 3. 6 Keraton Kacirebonan	57
Gambar 3. 7 Masjid Sang Cipta Rasa	57
Gambar 3. 8 Situs Kalijaga	58
Gambar 3. 9 Taman Gua Sunyaragi	59
Gambar 3. 10 Taman Ade Irma Suryani	59
Gambar 3. 11 Charuban Convention Center.....	60



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Pariwisata merupakan suatu rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok orang ke suatu destinasi dengan berbagai tujuan, seperti rekreasi, bisnis, atau tujuan lainnya. Pariwisata telah berkembang menjadi salah satu sektor yang berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi nasional dan penciptaan lapangan kerja (Arlou, 2022). Menurut Wawan & Helmi (2019), industri pariwisata menjadi fokus utama pemerintah dalam upaya pembangunan, hal tersebut dikarenakan sektor pariwisata berkontribusi sangat penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia sebagai salah satu sumber pendapatan, baik untuk daerah maupun negara. Perkembangan pariwisata Indonesia menuai apresiasi dan pujian dari dunia internasional. Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) merupakan salah satu segmen yang sedang berkembang yang dapat dikategorikan sebagai pariwisata bisnis (Widyatama, 2019). Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) atau dikenal juga dengan Pertemuan, Insentif, Konferensi, dan Pameran merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi yang besar dalam meningkatkan perekonomian suatu daerah.

Dalam pengembangan pariwisata MICE, Indonesia berhasil dalam menyelenggarakan event Internasional seperti Asian Games 2018, Asian Para Games 2018, Annual Meeting Internasional Monetary Fund-World Bank Group 2018, Our Ocean Conference 2018, World Conference on Creative Economy (WCCE) 2018. Selain itu, Indonesia juga berhasil menjadi tuan rumah Konferensi Tingkat Tinggi (KTT) G20 pada tahun 2022 (Suryaningtyas & Akbar, 2022). Internasional Congress and Convention Association (ICCA) Statistics Report Country & City Rankings (2019) menjelaskan pada tahun 2018 Indonesia berada di peringkat 36, berada dibawah Malaysia dengan peringkat 33, Singapura di peringkat 31, dan Thailand di peringkat 21. Menurut Sunarto (2020), Indonesia memiliki banyak wilayah strategis untuk industri MICE dengan masing-masing daya tarik yang unik bagi warga asing. Indonesia mulai mengembangkan pariwisata MICE di beberapa kota seperti, Jakarta, Yogyakarta, Surabaya, Bali, dan Bandung. Potensi pariwisata MICE di Indonesia masih sangat besar untuk

dikembangkan, terutama di kota-kota yang memiliki kekayaan budaya dan sejarah, seperti Kota Cirebon. Dengan potensi yang dimilikinya tersebut dapat meningkatkan daya saing Kota Cirebon dengan kota lainnya pada pariwisata MICE.

Kota Cirebon merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang terletak strategis pada jalur antara Jakarta-Surabaya dan berdekatan langsung dengan Bandung yang merupakan Ibu Kota Provinsi Jawa Barat, sehingga memiliki berbagai keunggulan yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan pariwisata MICE. Letak Kota Cirebon memang cukup strategis karena dekat dengan bandar udara internasional Jawa Barat di Majalengka, didukung dengan stasiun kereta (Stasiun Cirebon Kejaksan & Cirebon Prujakan), pelabuhan laut dengan sarana bongkar muat barang. Selain itu, Kota Cirebon juga memiliki infrastruktur yang terus berkembang seperti fasilitas hotel berbintang, serta kekayaan budaya dan sejarah yang menjadi daya tarik tersendiri. Data Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Cirebon menjelaskan bahwa pada tahun 2023 tercatat jumlah kunjungan wisatawan ke Kota Cirebon mencapai 2,1 juta orang, meningkat sebesar 12% dari tahun sebelumnya. Namun dari data tersebut, pariwisata MICE di Kota Cirebon belum optimal dan masih bisa untuk dikembangkan, sehingga memerlukan kajian mendalam mengenai potensi pengembangan MICE (Meeting, Incentives, Convention, and Exhibition) dalam pengembangan pariwisata Kota Cirebon. Hal tersebut sesuai berdasarkan Peraturan Daerah Kota Cirebon Nomor 4 Tahun 2020 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan yang membahas Rencana Induk Pariwisata Daerah Kota Cirebon yang menjelaskan bahwa tujuan dari kebijakan tersebut adalah untuk mewujudkan pariwisata Kota Cirebon sebagai destinasi pariwisata berkelas dunia berlandaskan sejarah dan budaya serta nilai-nilai kearifan lokal dan untuk meningkatkan daya saing melalui pembangunan dan pengembangan pariwisata buatan dan industri kreatif khas Cirebon.

Pentingnya penelitian ini diharapkan mampu menjadi rujukan bagi pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata MICE dalam memahami kondisi aktual sektor MICE di Kota Cirebon. Hasil penelitian akan memberikan gambaran tentang potensi yang dimiliki Kota Cirebon untuk mengembangkan pariwisata MICE. Dengan pengembangan MICE yang optimal, Kota Cirebon dapat meningkatkan daya saing pariwisata, memperluas kesempatan kerja, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara kuantitatif potensi pengembangan pariwisata MICE di Kota Cirebon.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang dihadapi adalah Kota Cirebon sedang mengembangkan sektor pariwisatanya namun masih belum dilakukan secara optimal. Misalnya seperti pengembangan pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition) yang dapat meningkatkan daya saing Kota Cirebon dengan kota lainnya. Sehingga peneliti mencoba untuk mengidentifikasi potensi MICE untuk meningkatkan perkembangan pariwisata di Kota Cirebon, Jawa Barat. Berdasarkan permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan pertanyaan : Apakah Kota Cirebon berpotensi untuk mengembangkan MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) dalam pengembangan pariwisatanya?

1.3 Tujuan dan Sasaran Penelitian

1.3.1 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi yang dimiliki untuk pengembangan pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat.

1.3.2 Sasaran

Untuk mencapai tujuan dalam penelitian ini, maka sasaran yang digunakan adalah:

1. Menganalisis potensi pengembangan MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) untuk pengembangan pariwisata Kota Cirebon, Jawa Barat.
2. Mengidentifikasi potensi pengembangan pariwisata dengan MICE (Meeting, Convention, Incentive, Exhibition) berdasarkan kriteria Aksesibilitas, Atraksi (daya tarik), Amenitas, Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder.

1.4 Manfaat

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk perkembangan pariwisata Kota Cirebon dengan adanya pengembangan pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition), sehingga dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional untuk berkunjung ke Kota Cirebon, Jawa Barat.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Substansi

Ruang lingkup substansi yang dibahas pada penelitian ini berkaitan dengan komponen apa saja yang diperlukan untuk mengetahui potensi pengembangan pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon.

1.5.2 Ruang lingkup spasial

Ruang spasial dalam penelitian ini adalah Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengidentifikasi potensi pengembangan pariwisata MICE di Kota Cirebon. Secara geografis, Kota Cirebon memiliki luas wilayah administrasi sekitar 39,47 km² atau sekitar 3.947 hektar, dengan bata-batas administrasi wilayah yang telah ditetapkan, sebagai berikut :

- Sungai Kedung Pane di sebelah utara
- Sungai Kalijaga di sebelah selatan
- Sungai Banjir Kanal, Kabupaten Cirebon di sebelah barat
- Laut Jawa di sebelah timur



1.6 Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini menyajikan informasi serta perbedaan dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang bersumber dari jurnal, artikel, karya ilmiah dan skripsi, sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Keaslian Penelitian

No	Judul Penelitian	Nama Jurnal dan Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	“MICE Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia” , Chusnu Syaarifa Diah Kusuma (2019)	Jurnal Efisiensi-Kajian Ilmu Administrasi Edisi Agustus 2019, Vol. XVI No. 2 (2019)	Literature review	Menganalisis potensi dan kendala yang dimiliki oleh negara Indonesia untuk mengembangkan bisnis MICE di Indonesia.	Menunjukkan bahwa negara Indonesia memiliki potensi dalam mengembangkan industri MICE. Hal tersebut didukung oleh beberapa faktor seperti meningkatnya aksesibilitas, jasa perjalanan dan wisata, jasa penyedia makanan dan minuman, akomodasi, penyelenggaraan hiburan dan rekreasi, SDM pengelola jasa pariwisata, jasa pengelola event internasional dan MICE.
2	“Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia” , Heri Setyawan (2018)	Jurnal pariwisata terapan, vol.2 no.1 (2018)	Metode penelusuran referensi dan analisis deskriptif	Menganalisis dan mengidentifikasi bagaimana daya saing destinasi MICE di Indonesia	Mengetahui faktor penentu untuk menjadikan destinasi MICE, dan faktor apa saja yang berpengaruh untuk meningkatkan daya saing destinasi MICE Indonesia.
3	“PENERAPAN KONSEP KEBERLANJUTAN PADA PELAKU INDUSTRI MICE (MEETING, INCENTIVES, CONFERENCE, & EXHIBITION) DI INDONESIA” , Safta Pratama. MR, Amrie Firmansyah (2023)	Jurnalku, volume 3 no. 4, 2023	Metode Scooping review	Menemukan alternatif kebijakan dan memberikan masukan untuk kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif dalam merumuskan kebijakan keberlanjutan industri MICE untuk mencegah dan mengurangi dampak negatif dari industri MICE terhadap lingkungan, sosial-budaya, dan ekonomi.	Mengidentifikasi beberapa kebijakan yang dapat diterapkan untuk meningkatkan keberlanjutan dalam industri MICE di Indonesia : <ul style="list-style-type: none"> • Green meetings (mengurangi penggunaan air minum dalam kemasan, penyediaan stasiun daur ulang, sertifikasi keberlanjutan, • Green Architecture (membangun fasilitas yang ramah lingkungan dengan prinsip arsitektur hijau) • Green Innovation & Green Supply Chain (memilih mitra catering rendah limbah, pemilihan vendor dan sponsor yang ramah lingkungan, promosi penggunaan transportasi umum)

No	Judul Penelitian	Nama Jurnal dan Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
					<ul style="list-style-type: none"> Sumber Daya Manusia (SDM yang memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai)
4	<i>“Pengembangan Kota Malang Menjadi Kota MICE”</i> , Rindi Simpenti, Endratno Budi Santosa, Ida Soewarni (2015)	Pengembangan Kota MICE, Nomor 26 Vol. XIII (2015)	Metode kualitatif, pendekatan deduktif	Menganalisis faktor pemilihan lokasi untuk MICE, serta bagaimana strategi pengembangan Kota Malang menjadi Kota MICE berdasarkan analisis IFAS/EFAS.	Mengetahui strategi pengembangan MICE Kota Malang berdasarkan analisis IFAS/EFAS, yang dilihat dari faktor pemilihan lokasi MICE, aksesibilitas, dukungan lokal, peluang kegiatan tambahan, fasilitas akomodasi, fasilitas rapat, informasi, keadaan lokasi dan kriteria lainnya.
5	<i>“ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI MICE KOTA BATAM”</i> , Antonius Rizki Krisnadi, Yudhiet Fajar Dewantara (2018)	Jurnal Fame, Vol. 1 (No. 1) : no.1 – no 91. (2018)	Metode kuantitatif	Mengidentifikasi lingkungan internal dan eksternal wisata MICE dan pilihan strategi Kota Batam dalam mengembangkan wisata MICE.	Batam memiliki potensi sebagai pusat wisata MICE. Mengetahui hasil skor dari matrik IFAS adalah 2,65 dan EFAS adalah 2,85. Maka pilihan strategi yang dilakukan adalah : Penguatan Batam sebagai destinasi urban tourism, pengembangan batam sebagai creative city; Penguatan nilai daya tarik wisata pada kota batam, perluasan model promosi berdasarkan target market; Penguatan event kota batam, pengembangan media promosi kota batam berbasis teknologi; Pengembangan model promosi kota batam sebagai kota wisata, pengelompokan dan penguatan karakter event kota batam.
6	<i>“Pengembangan Destinasi MICE Kota Cirebon dalam Perspektif Pariwisata Berkelanjutan”</i> , Ahmad Rimba Dirgantara, Febriana (2020)	Jurnal Ilmiah Pariwisata, Volume 25 No. 2 Juli (2020)	Metode analisis deskriptif kuantitatif dan kualitatif	Mengidentifikasi dan memberikan gambaran bagaimana contoh pariwisata berkelanjutan melalui konsep wisata MICE.	Menunjukkan bahwa pengembangan destinasi MICE di Kota Cirebon selaras dengan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dengan beberapa rekomendasi, yaitu melakukan evaluasi terhadap kelayakan fisik lingkungan, kelayakan ekonomi, serta kelayakan sosial dan budaya.

No	Judul Penelitian	Nama Jurnal dan Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
7	“Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batam Dalam Mengembangkan Kota Batam Sebagai Destinasi Wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) 2011-2014” , Silvia Rizki (2016)	JOM FISIP vol. 3 no. 2 (2016)	Metode deskriptif kualitatif	Untuk Mengetahui strategi dan faktor yang menghambat Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Batam dalam mengembangkan wisata MICE di Kota Batam.	Strategi yang dilakukan dinas pariwisata Kota Batam dalam pengembangan pariwisata di kota batam yaitu perbaikan infratraktur, penataan dan peningkatan objek pariwisata, promosi efektif, peningkatan kualitas dan kuantitas event, masyarakat berwawasan pariwisata. Sedangkan faktor penghambatnya adalah ; kurangnya database MICE yang online dan komprehensif, masih rendahnya kesadaran destinasi akan pentingnya MICE dan perlu dilakukan promosi MICE.
8	“Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) di Kabupaten Barito Utara” , Ajeng Suryaningtyas, Djuni Akbar, SE. M. Si (2022)	SEMINAR NASIONAL RISET TERAPAN ADMINISTRASI BISNIS & MICE XI, Vol. 11 No. 01 (2022)	Kualitatif	Mengetahui potensi dan hambatan yang dimiliki dalam penyelenggaraan industri MICE di Kabupaten Barito Utara.	Kabupaten Barito Utara memiliki potensi dalam menyelenggarakan kegiatan industri MICE berdasarkan aktivitas industri Batubara yang sangat aktif sebagai sektor pendapatan daerah terbesar, dan jumlah perusahaan terbanyak di Kalimantan Tengah hingga 231 perusahaan, hal tersebut membuktikan bahwa terdapat banyak kebutuhan penyedia jasa penyelenggaraan pertemuan.
9	“STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA MICE DI INDONESIA: POTENSI, TANTANGAN, DAN PELUANG” , Irfan Ananda Pratama, Eko Edy Susanto (2024)	Jurnal Riset Ekonomi Vol. 4 No. 3 (2024)	Metode Kualitatif	Menentukan sejauh mana pariwisata MICE di Indonesia. Menyelidiki perkembangan MICE dan menganalisis tantangan pariwisata MICE di Indonesia.	Menganalisis SWOT dari beberapa kota besar seperti Jakarta, Bali, Bandung, Yogyakarta, Surabaya. Analisis SWOT menunjukkan bahwa Indonesia masih memiliki potensi dalam mengembangkan pariwisata MICE, namun masih banyak kelemahan yang perlu diatasi seperti sumber daya manusia yang profesional dan pemangku kepentingan MICE yang cukup.

No	Judul Penelitian	Nama Jurnal dan Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
10	<i>“POTENSI INDUSTRI MICE (MEETING, INCENTIVE, CONFERENCE AND EXIBITION) DI KOTA TANGERANG SELATAN, PROVINSI BANTEN”</i> , Titus Indrajaya (2015)	Jurnal Ilmiah WIDYA, Volume 3 Nomor 2 September-Desember (2015)	kajian kepustakaan dengan pendekatan deskriptif dan eksploratif	Mengetahui potensi penyelenggaraan industri MICE di Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten, Bagaimana kesiapan Kota Tangerang Selatan untuk menjadi salah satu Kota tujuan MICE.	Kota Tangerang Selatan berpotensi pada industri MICE karena memiliki dukungan infrastruktur seperti ICE (Indonesia Convention Exhibition BSD sebagai venue MICE terbesar di Indonesia, potensi dukungan sektor lain (hotel, transportasi, restoran, percetakan, UKM, profesional conference organizer, EO), MICE memiliki multiplier effect besar dan mendorong pertumbuhan lokal. Kesiapan Kota Tangerang Selatan dapat dilihat dari : memiliki infrastruktur dan fasilitas pendukung MICE, seperti akomodasi, terletak berdekatan dengan bandara Soekarno-Hatta, atraksi wisata yang beragam; adanya dukungan pemerintah daerah mendukung penuh dengan kolaborasi bersama stakeholder (ASITA, PHRI, BPPD), peningkatan PAD dari sektor pariwisata yang signifikan pada tahun 2014.
11	<i>“STRATEGI PENGEMBANGAN MICE SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN SEKTOR PARIWISATA KOTA SURAKARTA”</i> , Sidiq Permono Nugroho, Anton Agus Setywan, Muzakar Isa, Ihwan, Susila, Aflit Nuryulia P., Liana M. (2018)	The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018 “Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis Dalam Era Digital”	metode penelitian kualitatif	Memetakan kondisi eksisting destinasi MICE, Mengidentifikasi permasalahan pengembangan destinasi MICE, merumuskan strategi pengembangan destinasi MICE di Kota Surakarta.	Strategi pengembangan MICE Kota Surakarta : 1. Penguatan branding kota surakarta sebagai kota mice budaya jawa dan kota heritage, 2. Event kegiatan mice berskala internasional, 3. Event kegiatan mice bertema batik dan budaya, 4. Pengembangan paket wisata yang disesuaikan dengan jenis wisata, 5. Kerjasama wilayah di solo raya untuk mengembangkan pariwisata pendukung MICE, 6. Peningkatan SDM untuk mendukung MICE, 7. Peningkatan fasilitas pendukung MICE, 8. Peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pengembangan pariwisata Kota Surakarta, 9. Kebijakan dalam mendukung penyelenggaraan MICE,

No	Judul Penelitian	Nama Jurnal dan Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
12	<i>“Potensi MICE Sebagai Tulang Punggung Pariwisata Bali (Potential As The Backbone Of Bali Tourism)”</i> , Kameda Delen (2023)	Gemawisata : Jurnal Ilmiah Pariwisata Vol. 19, No. 1 Januari 2023	Metode Kualitatif (observasi, interview, studi pustaka)	Mengevaluasi potensi Meeting, Incentives, Conferences and Exhibitions (MICE) sebagai tulang punggung pariwisata di Bali.	Mengidentifikasi bahwa Bali memiliki potensi untuk menjadi destinasi MICE karena memiliki sejumlah venue konferensi dan pameran yang memadai, serta daya tarik wisata yang kuat. Popularitas Bali memberikan keuntungan dalam menarik acara MICE. Tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan jumlah hotel dan transportasi yang memadai untuk mengakomodasi peningkatan jumlah wisatawan MICE; kurangnya sumber daya manusia yang terlatih dalam industri MICE; Bali lebih dikenal sebagai destinasi liburan, sehingga perlunya promosi Bali sebagai destinasi MICE.
13	<i>“KONSEP MICEHEL PADA STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DI KOTA SEMARANG”</i> , Fidyastina, Diah Meani Rahmawati Mega Dewi, Arya Pradana (2024)	Jurnal Riptek Volume 18 No. 2 (2024)	Metode pendekatan kualitatif	Mengeksplorasi potensi pariwisata Kota Semarang untuk menerapkan konsep MICEHEL (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition, Health, Education, Lifestyle) dan memberikan rekomendasi kebijakan yang dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas pariwisata.	Hasil analisis SWOT menunjukkan bahwa mengenai posisi Semarang sebagai pusat urban tourism, dengan kekuatan pada aksesibilitas dan amenities. Adapun beberapa rekomendasi strategi seperti branding kota, kerja sama investasi, digitalisasi promosi pariwisata, integrasi MICE dengan konsep kesehatan dan pendidikan. Kota Semarang menunjukkan pemenuhan dari indikator yang ditetapkan untuk pengembangan MICE mencapai 75%. Faktor dalam pengembangan pariwisata MICE di Kota Semarang adalah aksesibilitas, atraksi, amenities, dan dukungan sumber daya manusia.
14	<i>“Analisis Strategi Kebijakan Pengembangan MICE Untuk Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Di Kabupaten Semarang”</i> , Lyra	Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang Vol. 5 No. 1 Juli 2023	Metode kualitatif deduktif fenomenologis	Menganalisis potensi MICE di Kabupaten Semarang ditinjau berdasarkan 4 (empat) unsur MICE, yaitu : aksesibilitas, daya tarik, amenities, sumber daya	Kabupaten Semarang berpotensi untuk dikembangkan sebagai lokus destinasi MICE berbasis pariwisata, karena memiliki keunggulan dari keindahan alam, kekayaan budaya, peninggalan sejarah, ketersediaan hotel, penginapan, dan restoran bertaraf nasional maupun internasional. Aksesibilitas : kabupaten semarang memiliki akses yang baik melalui

No	Judul Penelitian	Nama Jurnal dan Tahun	Metode Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
	Bumantara Syarif, Antonius Aru Hadi Eka Sayoga (2023)			manusia, dan dukungan pemangku kepentingan; Mengkaji strategi kebijakan pengembangan MICE dalam rangka untuk meningkatkan daya saing pariwisata di Kabupaten Semarang.	transportasi udara dan darat, termasuk jalan tol yang mempermudah kegiatan MICE; Atraksi : terdapat beragam budaya dan keindahan alam, serta pengembangan desa wisata yang mendukung kegiatan MICE; Amenitas : Konduktivitas wilayah dan masyarakat yang ramah menjadi nilai tambah untuk penyelenggaraan MICE; Sumber Daya Manusia : terdapat potensi Sumber daya manusia yang besar, namun perlu pelatihan atau penguatan dalam hal profesionalisme dan kompetensi.
15	<i>“Strategi Pengembangan Urban Heritage Tourism Kota Cirebon Jawa Barat”</i> , Theresia Budi Jayanti (2017)	Jurnal Arsitek dan Perkotaan, vol. 08 no. 02 (2017)	Metode kualitatif deskriptif	Menganalisis daya tarik wisata menggunakan analisis SWOT untuk memberikan strategi yang tepat untuk mengembangkan pariwisata Kota Cirebon	Letak Kota Cirebon yang menghubungkan Jawa Barat dan Jawa Tengah, menjadikan beragamnya budaya yang dimiliki Kota Cirebon. Selain itu, banyak bangunan bersejarah yang menjadi potensi untuk mengembangkan pariwisata Kota Cirebon. Namun ada beberapa tantangan, seperti sarana dan prasarana belum optimal, kurangnya promosi dan branding wisata kota Cirebon. Dengan begitu dilakukan analisis SWOT, sehingga dapat mengetahui strategi yang dapat digunakan untuk pengembangan wisata Kota Cirebon.

Berdasarkan tabel keaslian penelitian di atas, dapat ditarik kesimpulan dengan mempertimbangkan fokus penelitian serta persamaan lokasi yang akan diteliti. Adapun penelitian yang berkaitan dengan judul penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1. 2 Keaslian Fokus dan Metode Penelitian

Perbedaan	Muhammad Rizki Zidan	Chusnu Syaarifa Diah Kusuma	Ahmad Rimba Dirgantara, Febriana
Judul	Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat	MICE Masa Depan Bisnis Pariwisata Indonesia	Pengembangan Destinasi MICE Kota Cirebon dalam Perspektif Pariwisata Berkelanjutan
Lokasi	Kota Cirebon	-	Kota Cirebon
Metodologi	Kuantitatif Rasionalistik	Literature review	Kualitatif deskriptif

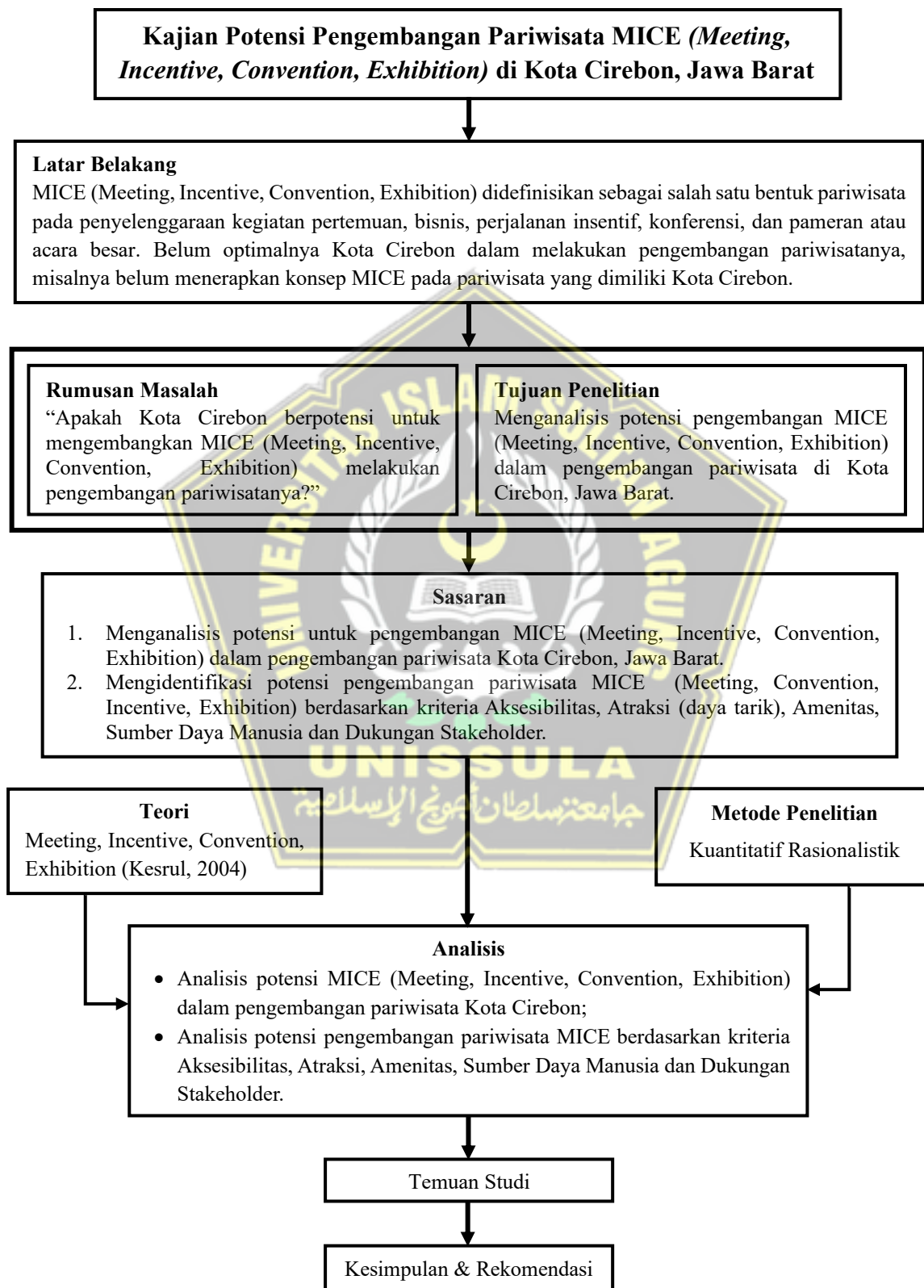
Berikut adalah keterkaitan penelitian ini berdasarkan lokasi fokus pada penelitian di Kota Cirebon, Jawa Barat dengan penelitian yang berjudul “Pengembangan Destinasi MICE Kota Cirebon dalam Perspektif Pariwisata Berkelanjutan” yang ditulis oleh Ahmad Rimba Dirgantara dan Febriana.

Tabel 1. 3 Lokasi Fokus dan Metode Penelitian

Nama Peneliti	Ahmad Rimba Dirgantara, Febriana	Muhammad Rizki Zidan
Judul	Pengembangan Destinasi MICE Kota Cirebon dalam Perspektif Pariwisata Berkelanjutan	Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat
Lokasi	Kota Cirebon	Kota Cirebon, Jawa Barat
Metodologi	Kualitatif deskriptif	Kuantitatif Rasionalistik

1.7 Kerangka Pikir

Dalam penelitian ini akan menganalisis Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat, yang dapat dilihat pada bagan berikut :



1.8 Metodologi Penelitian

Metode penelitian berasal dari kata “metode” yang artinya teknik atau cara untuk melaksanakan sesuatu, dan “logos”, yang berarti ilmu atau pengetahuan. Metodologi adalah cara yang direncanakan secara teratur untuk mencapai tujuan tertentu. Metode penelitian adalah ilmu yang menjelaskan bagaimana cara melakukan penelitian secara benar dan terstruktur. Metode penelitian akan dijelaskan setelah seorang peneliti benar-benar memahami cara melakukan penelitian secara benar, yaitu dengan memahami bagaimana penelitian harus dilakukan agar memenuhi bagaimana penelitian harus dilakukan agar memenuhi prinsip-prinsip ilmiah.

Metode penelitian adalah proses ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Proses ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri kelimuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis. Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara masuk akal, sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 2013).

1.8.1 Metode Pendekatan Penelitian

Penelitian dengan judul “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat” menggunakan pendekatan deduktif kuantitatif rasionalistik. Pendekatan ini didasarkan oleh sebuah teori yang digunakan sebagai alat penelitian dari awal. Teori tersebut kemudian diujikan terhadap sebuah kasus di lapangan dan selanjutnya dicocokkan kembali dengan teori yang digunakan, sehingga dapat membentuk hipotesis hingga hasil analisis data.

Pengertian penelitian Kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antarvariabel (John W. Creswell, 2016). Penelitian kuantitatif juga dapat diartikan sebagai pendekatan ilmiah yang mengumpulkan dan menganalisis data numerik atau angka untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis. Pendekatan kuantitatif fokus pada variabel yang sudah didefinisikan secara jelas dan dapat diubah menjadi bentuk operasional yang bisa diteliti.

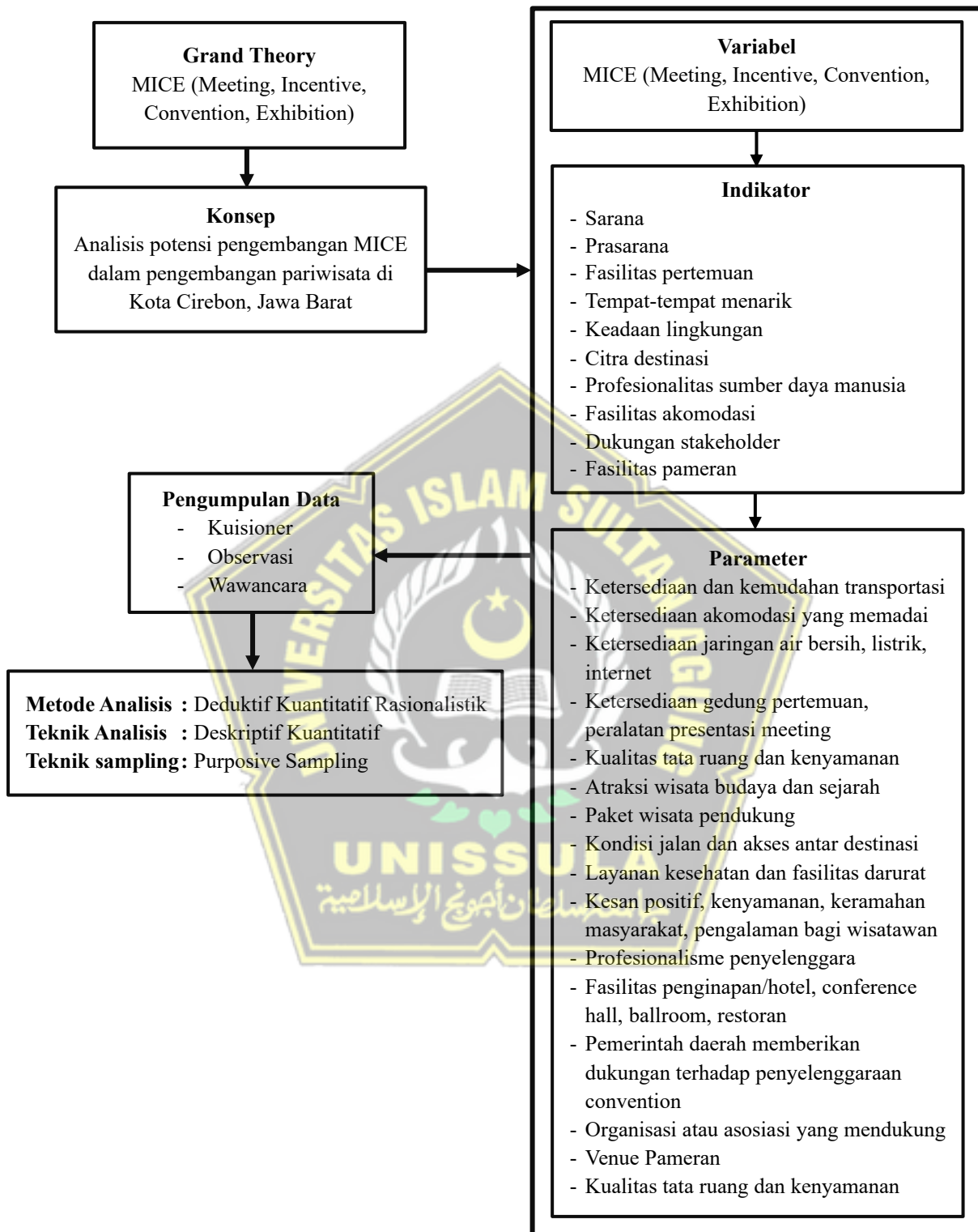
Penelitian rasionalistik didasarkan pada kerangka teori yang disusun berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, teori-teori yang sudah dikenal luas, serta pemikiran para

ahli di bidang tersebut. Landasan tersebut digunakan sebagai dasar analisis untuk mengkaji berbagai permasalahan yang masih menyisakan pertanyaan dan memerlukan penelitian lebih lanjut guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan komprehensif. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan alat penelitian dan menganalisis data secara kuantitatif dan statistik dengan tujuan menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Pendekatan penelitian kuantitatif dilakukan dengan mengumpulkan dan menganalisis data berbentuk angka, menggunakan cara seperti survei, melakukan pengukuran dan observasi, serta menguji teori melalui analisis statistik.

Penelitian yang menerapkan pendekatan dan metode analisis jenis ini diharapkan dapat menghasilkan uraian yang komprehensif dari hasil pengolahan data, sehingga mampu menjelaskan analisis mengenai Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon. Berikut adalah diagram alir untuk penelitian ini.:



Gambar 1. 2 Diagram Alir Penelitian



1.8.2 Tahap persiapan

Tahap persiapan merupakan tahapan pertama dalam sebuah penelitian, dimana semua prasyarat dipersiapkan terlebih dahulu. Pada tahap ini, tugas-tugas meliputi mengidentifikasi topik, memilih lokasi penelitian, memperoleh izin, dan melakukan tinjauan teoritis atau literatur untuk mendukung pengembangan penelitian awal. Berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan dalam tahapan persiapan yang diharapkan dapat mempermudah proses penelitian berikutnya, meliputi :

1. Penyusunan latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan sasaran penelitian.
Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini yaitu dalam melakukan analisis Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat. Kemudian, tujuan dan sasaran yang ditetapkan dalam penelitian ini digunakan untuk mengatasi permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.
2. Penentuan lokasi penelitian
Lokasi penelitian ditentukan berdasarkan kemudahan lokasi untuk dijangkau oleh peneliti, serta permasalahan yang dibahas sesuai dengan kebutuhan. Penelitian ini dilakukan di Kota Cirebon, Provinsi Jawa Barat.
3. Kajian teori dan literatur
Kajian teori yang digunakan berhubungan dengan kajian teori MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition). Sedangkan, kajian literatur membahas penelitian terdahulu dari lokus maupun fokus penelitian yang sama, serta metode analisis yang dipakai pada penelitian serta hal lain sebagainya yang mendukung dalam penelitian ini. Oleh karena itu, dalam mengkaji pustaka peneliti diharuskan untuk mempelajari buku-buku referensi, jurnal, maupun penelitian sebelumnya.
4. Pengumpulan dan penelitian
Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer berasal dari pengamatan lapangan atau observasi langsung melalui wawancara dengan daftar pertanyaan terlebih dahulu. Kemudian, data sekunder berasal dari studi literatur, data yang diberikan oleh instansi atau dinas yang berkaitan dengan penelitian, dan dari peraturan perundang-undangan
5. Tahapan persiapan akhir berupa tahap penyusunan teknis
Tahapan persiapan merupakan pelaksanaan survei ke lapangan termasuk mengumpulkan data, menggunakan metode pengolahan dan penyajian data,

menentukan jumlah dan sasaran responden, melakukan observasi, dan membuat format daftar pertanyaan.

1.8.3 Tahap Pengumpulan Data

Data yang dibutuhkan pada pengumpulan ini ada data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan menggunakan data primer seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan, Teknik pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan dokumen instansi terkait sesuai penelitian ini. Berikut metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian :

1) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya.

a) Observasi

Observasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa fisik ataupun non fisik. Observasi dilakukan dengan cara melihat dan mengamati kondisi dan fenomena yang terjadi di lokasi penelitian yang terkait dengan pembahasan. Sehingga dalam melakukan observasi peneliti harus memiliki sifat objektif dan tidak memihak ataupun memberikan data yang tidak ada dilapangan. Peneliti memerlukan data berupa kondisi lingkungan serta aktivitas masyarakat di lokasi penelitian.

b) Teknik Sampling

Teknik sampling (pengambilan sampel) digunakan untuk pengambilan sampel yang ada pada lokasi penelitian. Dalam pengambilan teknik sampling terdapat beberapa teknik sampling yang dipakai dalam penelitian. Beberapa teknik sampling ditunjukkan pada gambar berikut ini. Pengambilan sampel untuk penelitian “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat” menggunakan jenis *Non Probability Sampling* yaitu Purposive Sampling, karena sasaran responden dengan teknik purposive sampling yaitu Pemerintah Daerah, Lembaga-lembaga atau organisasi yang berkaitan dengan pengelolaan dan kepengurusan kepariwisataan Kota Cirebon, Jawa Barat. Pengambilan sampel dilakukan karena penelitian yang mempunyai keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya. Dalam pengambilan sampel didapat keuntungan antara lain dapat memperkecil biaya, perolehan data lebih cepat, materi lebih luas tetapi tetap mempertahankan

keakuratan. Berikut ini rumus untuk menentukan jumlah sampel yang dijelaskan oleh Slovin (1960), yaitu :

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

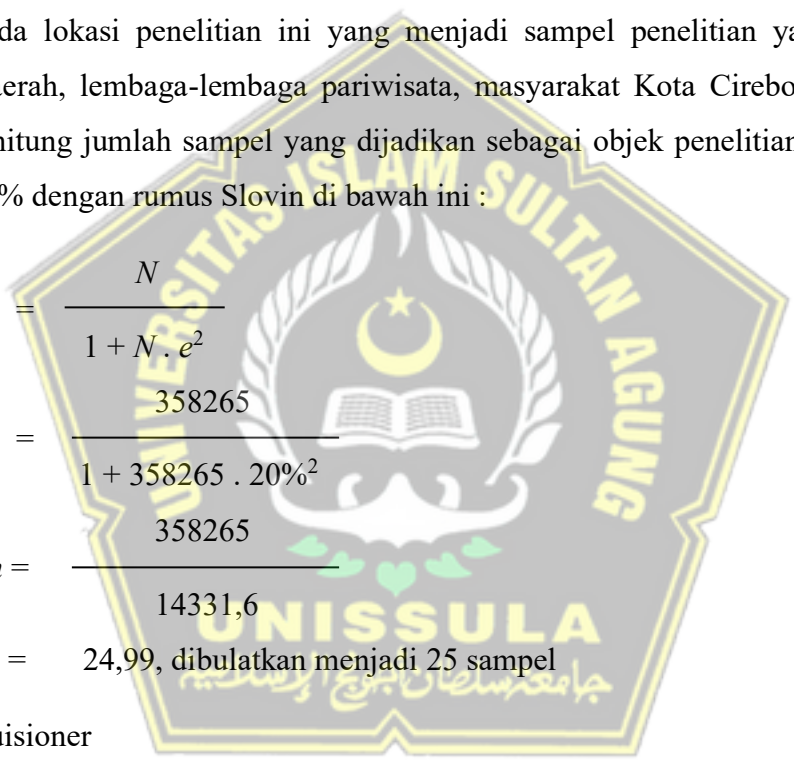
Ketengan :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan taraf kesalahan bisa 1%,10%,20%

Pada lokasi penelitian ini yang menjadi sampel penelitian yaitu Pemerintah Daerah, lembaga-lembaga pariwisata, masyarakat Kota Cirebon. Maka, dapat dihitung jumlah sampel yang dijadikan sebagai objek penelitian dengan presisi 20% dengan rumus Slovin di bawah ini :


$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$
$$n = \frac{358265}{1 + 358265 \cdot 20\%^2}$$
$$n = \frac{358265}{14331,6}$$

$n = 24,99$, dibulatkan menjadi 25 sampel

c) Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberi sebuah pertanyaan secara lisan maupun pertanyaan tertulis kepada narasumber atau responden. Penggunaan teknik kuisisioner dapat mengumpulkan data lebih efisien.

2) Data Sekunder

Data yang diperoleh melalui pemahaman dokumen melalui instansi atau dinas yang terkait dengan topik penelitian disebut sebagai data sekunder. Teknik ini berguna untuk mendapatkan data-data sekunder yang berupa dokumen, dokumen tersebut berkaitan dengan “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat” untuk dipergunakan

sebagai data yang diperlukan dalam proses penelitian seperti dalam buku, jurnal, website, dan lain-lain.

1.8.4 Tahap Pengolahan dan Penyajian Data

Tahapan setelah mendapatkan data adalah dengan melakukan pengolahan data primer dan sekunder dari yang sudah didapatkan sebelumnya. Manfaat dari pengolahan data yaitu memberikan jawaban sebagai penyelesaian suatu permasalahan yang terdapat di lokasi penelitian sehingga dapat di buat sebagai pertanyaan dalam penelitian. Tahapan yang harus dicantumkan pada pengolahan data dan penyajian data, yaitu :

1) Tahap Pengolahan Data

Menurut tujuan, rancangan dan karakteristik penelitian, data lapangan diartikan melalui proses pengolahan data. Tahapan ini dikumpulkan untuk mendapatkan kesimpulan tentang data yang diolah dan digunakan untuk menjawab pernyataan dan masalah peneliti pada saat ini. Kemudian, data yang telah diperoleh akan dikategorikan. Tujuan dari pengelompokan data ini adalah untuk memastikan bahwa berbagai jenis data yang telah dikumpulkan dan disusun secara sistematis sehingga proses analisis menjadi lebih mudah. Data saat ini dikelompokkan menjadi data primer dan sekunder. Dalam kegiatan penelitian ini akan menggunakan teknik pengolahan data sebagai berikut :

a) Pengklarifikasian data

Pengklarifikasian data, yaitu dengan menggolongkan aneka ragam jawaban tersebut ke dalam beberapa kategori yang jumlahnya lebih terbatas. Pengklarifikasian perangkat kategori tersebut penyusunannya harus memenuhi bahwa setiap perangkat kategori dibuat dengan berdasarkan kriterium tunggal, bahwa setiap perangkat kategori harus dibuat secara lengkap sehingga tidak ada satupun jawaban responden yang tidak mendapat tempat, dan kategori yang satu dengan lainnya harus terpisah secara jelas dan tidak saling tumpang tindih.

b) Pengkodean Data

Usaha mengklarifikasikan jawaban yang diperoleh dari responden dengan jalan menandai masing-masing kode tertentu. Bila analisis kuantitatif maka kode yang diberikan adalah berupa angka, sehingga angka tersebut berlaku sebagai skala pengukuran yang disebut dengan skor.

c) Tabulasi data

Tabulasi data yaitu tindakan yang bertujuan untuk mempermudah dalam proses analisis dengan cara mengelompokkan data sesuai dengan tiap-tiap kategori.

2) Tahap Penyajian Data

Teknik penyajian data terdapat beberapa bentuk teknik penyajian data yang digunakan dalam penelitian yaitu:

- a) Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul.
- b) Foto ialah bentuk penyajian data berupa tampilan gambar dari hasil survey obyek secara eksisting.

1.8.5 Metode Analisis

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat” yaitu menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Analisis dilakukan dengan interpretasi skor rata-rata dilakukan dengan menggunakan skala Likert 4 poin yang umum digunakan dalam penelitian kuantitatif 1 sampai 4, terutama untuk analisis deskriptif dengan pendekatan interval kelas.

Tabel 1. 4 Skor Pembobotan

Skor	Keterangan
4	Sangat Setuju
3	Setuju
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Karena skor tertinggi dari masing-masing skor adalah 4 dan skor terendahnya adalah 1 maka dapat dihitung :

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{Skor Tertinggi}-\text{Skor Terendah}}{\text{Jumlah Kategori}} \\ &= \frac{4-1}{4} = 0,75 \end{aligned}$$

Dengan panjang interval 0,75 dan dengan presentase minimal 1,00 , maka diperoleh tingkatan :

Tabel 1. 5 Kategori Penilaian Pengembangan MICE

No	Interval Presentase	Keterangan
1	3,26 – 4,00	Sangat Baik
2	2,51 – 3,25	Baik
3	1,76 – 2,50	Tidak Baik
4	1,00 – 1,75	Sangat Tidak Baik

1.8.6 Pengujian Instrumen Penelitian

Pengujian terhadap instrumen penelitian bertujuan untuk mengukur dan mengetahui tingkat validitas (keabsahan) dan reabilitas (konsisten). Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Selanjutnya, jika instrumen yang realibel adalah instrumen yang bila digunakan secara berulang-ulang untuk mengukur objek sama maka masih menghasilkan data yang sama.

1) Uji Validitas

Uji validitas instrumen dilakukan pada beberapa orang responden sebagai sampel uji coba diluar responden yang dijadikan sampel penelitian. Sampel uji coba instrumen minimal dilakukan kepada 10 orang responden sebagai sampel idealnya dilakukan kepada 20 orang responden. Uji validitas instrumen untuk mengukur angket atau skala menggunakan rumus Korelasi Product Moment dari Pearson, seperti dibawah ini :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(n \sum X^2) - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

Rxy = koefisien korelasi skor butir (X) dengan skor total (Y)

N = ukuran sampel (responden)

X = skor butir

Y = skor total

X² = kuadrat skor butir X

Y² = kuadrat skor butir Y

XY = perkalian skor X dengan skor Y

Untuk menguji validitas instrumen penelitian, maka peneliti menggunakan aplikasi SPSS. Sementara itu, pengujian dilakukan dengan asumsi $\alpha = 0,05$ serta $n =$

25 responden. Dalam penelitian ini, uji validitas dipergunakan untuk menilai sejauh mana butir pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur variabel yang seharusnya diukur. Suatu pernyataan dianggap valid apabila nilai r hitung $>$ r tabel. Berdasarkan jumlah responden sebanyak 25 orang, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,396. Tabel berikut menampilkan penjelasan:

Tabel 1. 6 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
1	0,566	0,396	valid
2	0,440	0,396	valid
3	0,421	0,396	valid
4	0,536	0,396	valid
5	0,423	0,396	valid
6	0,665	0,396	valid
7	0,744	0,396	valid
8	0,581	0,396	valid
9	0,672	0,396	valid
10	0,639	0,396	valid
11	0,751	0,396	valid
12	0,664	0,396	valid
13	0,399	0,396	valid
14	0,674	0,396	valid
15	0,801	0,396	valid
16	0,698	0,396	valid
17	0,700	0,396	valid
18	0,659	0,396	valid
19	0,423	0,396	valid
20	0,404	0,396	valid
21	0,087	0,396	tidak valid
22	0,452	0,396	valid
23	0,638	0,396	valid
24	0,688	0,396	valid
25	0,439	0,396	valid
26	0,437	0,396	valid
27	0,709	0,396	valid
28	0,681	0,396	valid
29	0,745	0,396	valid
30	0,588	0,396	valid
31	0,627	0,396	valid
32	0,661	0,396	valid
33	0,745	0,396	valid

Pernyataan	R-hitung	R-tabel	Keterangan
34	0,614	0,396	valid
35	0,784	0,396	valid

Hasil uji validitas instrumen penelitian memperlihatkan jika dari 35 item pernyataan dalam kuesioner, sebanyak 34 item dinyatakan valid karena mempunyai nilai rhitung > rtabel (0,396). Dengan demikian, peneliti menetapkan hanya 34 item valid tersebut yang dipergunakan dalam penyebaran kuesioner pada responden pada tahap pengambilan data.

2) Uji Reabilitas

Alat ukur yang reliabel jika digunakan untuk mengukur suatu tanda yang berbeda maka akan menunjukkan hasil yang sama. Sehingga, saat menunjukkan hasil yang sama secara konsisten maka alat tersebut reliabel (S.Nasution daalam Supardi, 2017). Sebuah instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alfa Cronbach lebih besar dari 0,70 pada taraf signifikan tertentu. Perhitungan reabilitas butir instrumeen penelitian berbentuk skala menggunakan rumus Alpha Cronbach seperti di bawah ini:

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si}{\sum St} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = realibitas yang dicari

k = banyaknya butir tes

$\sum Si$ = skor varians butir

$\sum St$ = skor varians total

Jika perhitungan uji reliabilitas menghasilkan nilai lebih besar dari 5%, itu dianggap dapat diterima.

Tabel 1. 7 Uji Reabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
.941	35	Reliabel

1.9 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian pada Tugas Akhir yang berjudul “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat” terdiri dari :

BAB I PENDAHULUAN

Pada pendahuluan ini berisikan penjelasan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan sasaran penelitian, ruang lingkup baik ruang lingkup materi maupun ruang lingkup wilayah, keaslian penelitian, metodologi penelitian yang digunakan dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

Kajian Pustaka berisi hasil review terhadap teori yang melatarbelakangi penelitian ini yaitu teori MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition).

BAB III GAMBARAN WILAYAH STUDI

Berisikan keadaan eksisting pada wilayah studi baik dalam rangka makro maupun yang berkaitan dengan tujuan studi. Bab ini juga berisi data-data yang telah berhasil dikumpulkan selama penelitian.

BAB IV ANALISIS

Pada bagian ini menjelaskan tentang analisis Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon.

BAB V

Pada bagian ini menjelaskan secara ringkas hasil penelitian berupa temuan studi, kesimpulan, dan rekomendasi terhadap fokus dan lokasi penelitian.

BAB II KAJIAN TEORI

2.1 Pariwisata

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjelaskan bahwa kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Menurut Bakaruddin (2008:17) pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun berkelompok untuk sementara waktu, dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha dan mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, akan tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beranekaragaman.

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (business) atau untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna bertamasya dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

2.2 Jenis Pariwisata

Pariwisata memiliki beberapa jenis yang dapat ditentukan berdasarkan tujuan dari individu maupun kelompok dalam berpariwisata, berikut jenis pariwisata menurut Spillane (1987) dalam (Anim Jauhariyah et al., 2021) :

1. ***Pleasure Tourism*** atau Pariwisata untuk menikmati perjalanan merupakan bentuk pariwisata yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui daerah wisata dengan meninggalkan daerah asal dengan tujuan untuk berlibur, untuk melihat sesuatu yang baru, dan mendapatkan ketenangan dan kedamaian.
2. ***Recreation Tourism*** atau Pariwisata untuk rekreasi merupakan pariwisata yang dilakukan oleh orang-orang yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya dengan memanfaatkan hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohani.

3. **Cultural Tourism** atau Pariwisata untuk kebudayaan merupakan jenis pariwisata yang ditandai dengan adanya rangkaian keinginan untuk mempelajari adat-istiadat, sejarah, kesenian dan cara hidup rakyat di daerah wisata, adapun dengan mengunjungi monumen bersejarah ataupun peninggalan peradaban masa lalu.
4. **Sport Tourism** atau Pariwisata untuk olahraga merupakan pariwisata yang dilakukan untuk mengikuti event olahraga atau hanya menonton kejuaraan olahraga. Pariwisata ini dibagi menjadi 2 kategori, yaitu :
 - a) Big Sport Events : peristiwa olahraga besar seperti Olympiade Games, Piala Dunia, dan lainnya yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
 - b) Sporting Tourism of the Practitioners : pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berolahraga berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti berkuda, pendakian gunung, berburu, dan lain-lain.
5. **Bussiness Tourism** atau Pariwisata untuk urusan dagang merupakan bentuk profesional travel atau perjalanan karena ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya pilihan daerah tujuan atau waktu perjalanan.
6. **Convention Tourism** atau Pariwisata untuk berkonvensi merupakan suatu pariwisata dalam rangka mengikuti kegiatan konvensi atau pertemuan, seminar, dan pameran yang diselingi dengan kegiatan wisata lainnya.

Menurut Pendit (1980), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat, jenis-jenis pariwisata tersebut adalah :

1. **Wisata Budaya**
Perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka.
2. **Wisata Maritim atau Bahari**
Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritim.

3. Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)

Jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang.

4. Wisata Konvensi

Berbagai negara pada dewasa ini membangun wisata konvensi ini dengan menyediakan fasilitas bangunan dengan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya, baik yang bersifat nasional maupun internasional.

5. Wisata Pertanian (Agrowisata)

Wisata pertanian adalah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun lihat keliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur-mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

6. Wisata Ziarah

Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, dan tempat pemakaman tokoh.

2.3 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata merupakan upaya yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat setempat untuk meningkatkan ekonomi target pariwisata dengan mencapai keterpaduan dalam pemanfaatan sumber daya yang ada (Suwena & Widyatmaja, 2017). Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada didalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya.

Dikutip dari Alwi Hasan dkk (2016), pengembangan pariwisata tidak luput dari pembangunan berkelanjutan, menyatakan bahwa pembangunan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola, dan membuat objek-objek baru

sebagai objek dan daya tarik wisata. Pembangunan objek dan daya tarik wisata dilakukan dengan memperhatikan :

- Kemampuan untuk mendorong peningkatan pengembangan kehidupan ekonomi dan sosial budaya,
- Nilai-nilai agama, adat istiadat, serta pandangan dan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat,
- Kelestarian budaya dan lingkungan hidup,
- Kelangsungan pariwisata itu sendiri.

2.4 Kriteria Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Cooper dkk (1995) terdapat 4 aspek atau kriteria pengembangan pariwisata (*Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary*) bisa diuraikan sebagai berikut :

2. **Attraction** merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk datang. *Attraction* merupakan suatu produk wisata dari sebuah tempat wisata yang mempunyai daya tarik. Menurut Suwena (2010), Atraksi terbagi menjadi 3 jenis, yaitu atraksi wisata alam (air terjun, pantai, perkebunan, bukit, gunung, sungai, dan lainnya), atraksi wisata budaya (kesenian, kuliner, kearifan lokal, bangunan bersejarah), atraksi wisata buatan (pameran, wisata olahraga, taman bermain, festival dan konferensi).
3. **Accessibility** meliputi akses yang dilalui dalam menuju lokasi daya tarik wisata. *Accessibility*/aksesibilitas terdiri dari seluruh prasarana dan sarana yang diperlukan pengunjung untuk mencapai tujuan, antara lain meliputi aksesibilitas transportasi umum, faktor operasional termasuk frekuensi pelayanan dan rute pengoperasian, bandar udara, pelabuhan, jalur kereta api, dan lain-lain.
4. **Amenity** yang meliputi fasilitas penunjang dan pendukung daya tarik wisata. *Amenity* bisa mempengaruhi kenyamanan wisatawan, yang harus ditunjang dengan fasilitas yang baik agar dapat dimanfaatkan oleh para wisatawan selama berada pada sebuah destinasi, misalnya seperti tempat penginapan, penyediaan makanan dan minuman, tempat hiburan, tempat perbelanjaan, serta fasilitas layanan lainnya.
5. **Ancillary** yang meliputi petugas dan lembaga yang mendukung dalam kegiatan berwisata. Kehadiran institusi pariwisata yang menawarkan layanan tambahan memungkinkan pengunjung merasakan peningkatan rasa perlindungan dan keamanan (Sugiama, 2011).

Menurut Suwantoro, Gamal (2004), unsur pokok guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pengembangan dan pengembangannya meliputi 5 unsur, yaitu :

- a. Objek dan daya tarik wisata : merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.
- b. Prasarana wisata : sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam menunjang perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lainnya. Prasarana wisata perlu dibangun dengan disesuaikan dengan lokasi dan kondisi objek wisata yang bersangkutan.
- c. Sarana wisata : merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisata. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan, serta sarana pendukung lainnya.
- d. Tata insfrastruktur : situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah tanah.
- e. Masyarakat/lingkungan : daerah dan tujuan wisata yang memiliki berbagai objek dan daya tarik wisata akan mengundang kehadiran wisatawan yang didukung oleh masyarakat disekitar objek wisata akan menyambut kehadiran wisatawan tersebut dan sekaligus akan memberikan layanan yang diperlukan oleh wisatawan; lingkungan alam disekitar objek wisata perlu diperhatikan dengan seksama agar tidak rusak dan tercemar; kelestarian budaya yang tidak boleh tercemar oleh budaya asing, tetapi harus ditingkatkan kualitasnya sehingga dapat memberikan kenangan yang mengesankan bagi wisatawan.

Terdapat 3 hal dalam mengembangkan suatu daerah untuk menjadi daya tarik wisata yang baik, yaitu :

- Adanya *something to see* atau sesuatu yang menarik untuk dilihat;
- Adanya *something to buy* atau sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli;
- Adanya *something to do* atau sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut.

2.5 Pengertian MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)

Istilah MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) merupakan industri yang terdiri dari berbagai macam penyelenggara, pemasok, dan fasilitas yang terlibat dalam pengembangan dan penyelenggaraan pertemuan, konferensi, pameran dan acara terkait lainnya, yang diadakan untuk mencapai berbagai tujuan profesional, bisnis, budaya, atau akademis (Pratama & Firmansyah, 2023).

Berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata No. 5 Tahun 2017 yang menjelaskan bahwa MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) 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.

Menurut Kesrul (2004) dalam (Krisnadi & Dewantara, 2018), Pengertian MICE adalah, sebagai berikut :

- a. **Meeting** merupakan suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan.
- b. **Incentive** merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau barang.
- c. **Conference** atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata krama, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian international mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.
- d. **Exhibition** adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda.

2.6 Pengembangan MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)

Menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan beberapa usaha pariwisata yang terkait dengan pengembangan penyelenggaraan

pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran atau MICE (Meeting, incentive, conference, exhibition). Dalam pengembangan MICE menurut Cooper (1993), sebuah destinasi pariwisata MICE memiliki beberapa kriteria, yaitu : Attraction, Accesibility, Amenity, Anciliary.

Pengembangan pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) memiliki beberapa indikator atau kriteria-kriteria seperti pendapat yang dijelaskan Kim dan Ko (2020); Moi dan Cabiddu (2021); Safaeva dan Adilova (2020) dalam (Syarif & Sayoga, 2023), yaitu : Aksesibilitas (sarana dan prasarana), Daya tarik (fasilitas pertemuan, fasilitas pameran, fasilitas akomodasi, dan tempat-tempat menarik), Amenitas (keadaan lingkungan dan citra destinasi), Sumber daya manusia dan dukungan stakeholder (profesionalitas SDM dan dukungan stakeholder).

Dalam Peraturan Menteri Pariwisata No. 5 Tahun 2017 menyebutkan bahwa pengembangan destinasi MICE meliputi 4 (empat) bagian, yaitu :

- **Aksesibilitas MICE** merupakan semua jenis sarana dan prasarana yang mendukung percepatan dan kemudahan jalur masuk dari luar ke suatu destinasi MICE, baik untuk arus orang maupun barang, termasuk pergerakan di dalam wilayah destinasi MICE itu sendiri.
- **Atraksi (Daya Tarik) MICE** merupakan daya tarik yang dapat menarik wisatawan MICE untuk berkunjung ke destinasi MICE atau seberapa besar destinasi mampu menyediakan fasilitas sebagai daya tarik untuk tempat penyelenggaraan kegiatan MICE dengan menghubungkan satu ukuran dengan ukuran lainnya. Atraksi (daya tarik) memiliki 4 (empat) kriteria :
 - a. Fasilitas pertemuan (meeting)
 - b. Fasilitas pameran
 - c. Fasilitas akomodasi
 - d. Tempat-tempat menarik
- **Amenitas MICE** merupakan segala fasilitas penunjang yang memberikan kemudahan bagi wisatawan MICE. Amenitas MICE memiliki 2 (dua) kriteria :
 - a. Keadaan lingkungan
 - b. Citra destinasi
- **Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder MICE** merupakan tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan MICE. Sumber daya manusia dan dukungan stakeholder memiliki 2 (dua) kriteria :

- a. Profesionalitas sumber daya manusia,
- b. Dukungan stakeholder

Standar yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan beberapa referensi lainnya adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Standar dan Kriteria MICE

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif nomor 5 tahun 2017	1	Aksesibilitas MICE merupakan kemudahan jalur masuk dari luar ke suatu destinasi MICE baik untuk arus orang maupun barang.	Aksesibilitas bisa ditempuh melalui darat, udara, atau laut.
	2	Fasilitas Pertemuan (Meeting) dan Konferensi Merupakan fasilitas yang ada di venue di destinasi tersebut yang dapat menampilkan informasi kapasitas, variasi, tata letak, biaya, suasana, keamanan, dan pelayananan.	<p>a. Variasi venue Venue dalam destinasi tersebut tersedia dalam berbagai pilihan yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan pengunjung (baik venue dalam hotel, maupun venue mandiri (stand-alone venue) maupun venue khusus.</p> <p>b. Kapasitas Jumlah ruang meeting (pertemuan) yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan meeting para pengunjung.</p> <p>c. Tata Letak Ruang pertemuan memiliki kesesuaian tata letak dan perencanaan ruang.</p> <p>d. Suasana Ruang pertemuan mampu memberikan suasana serta</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>lingkungan nyaman yang diperlukan selama pertemuan. Kemampuan fasilitas pertemuan untuk menciptakan suasana dan lingkungan yang sesuai.</p> <p>e. Pelayanan Kepuasan yang didapat oleh peserta pertemuan dalam destinasi dengan mengukur persepsi kompetensi sumber daya manusia dalam destinasi dengan mengukur persepsi terhadap kualitas.</p> <p>f. Keamanan Perasaan terlindungi selama berada dalam lingkup ruang pertemuan dalam destinasi.</p>
	3	<p>Fasilitas Pameran Merupakan fasilitas yang ada pada venue pameran dengan berbagai jenis, kapasitas, tata letak, suasana, pelayanan dan keamanan dari sebuah tempat pameran.</p>	<p>a. Variasi Venue Pameran Venue pameran dalam destinasi tersebut tersedia dalam berbagai pilihan yang dapat dipilih sesuai keinginan pengunjung destinasi (baik venue yang didalam hotel, venue mandiri (stand alone venue)/ exhibition hall).</p> <p>b. Kapasitas Jumlah ruang pameran atau exhibition hall yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan industri pameran yang akan digelar.</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>c. Tata letak Ruang pameran memiliki kesesuaian tata letak dan perencanaan ruang.</p> <p>d. Suasana Ruang pameran mampu memberikan suasana serta lingkungan nyaman yang diperlukan selama pameran berlangsung. Kemampuan fasilitas pameran untuk menciptakan suasana dan lingkungan sesuai.</p> <p>e. Pelayanan Kepuasan yang didapat oleh peserta pameran dalam destinasi dengan mengukur persepsi kompetensi SDM dalam destinasi serta persepsi terhadap kualitas pelayanan.</p> <p>f. Keamanan Perasaan terlindungi selama berada dalam lingkup ruang pameran dalam destinasi tersebut. Sampai seberapa jauh fasilitas dapat menyediakan keselamatan dan keamanan di lokasi pameran.</p>
	4	<p>Fasilitas akomodasi Merupakan fasilitas hotel dan berbagai jenis</p>	<p>a. Variasi Jenis Akomodasi Akomodasi dalam destinasi tersebut tersedia dalam berbagai pilihan yang dapat</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
		<p>penginapan yang terdapat pada suatu destinasi.</p>	<p>dipilih sesuai keinginan pengunjung destinasi, seperti jenis akomodasi mulai dari hotel bintang lima, non bintang sampai dengan homestay.</p> <p>b. Kapasitas Jumlah kamar yang tersedia dari berbagai jenis hotel berbintang maupun non bintang.</p> <p>c. Harga Jumlah uang yang dikeluarkan untuk membiayai akomodasi yang dipilih oleh pengunjung di destinasi.</p> <p>d. Kualitas Pelayanan Kepuasan yang didapat oleh pengunjung destinasi dengan mengukur persepsi terhadap kualitas pelayanan.</p> <p>e. Keamanan Perasaan aman dan terlindungi selama berada dalam lingkup akomodasi dalam destinasi tersebut.</p>
	5	<p>Tempat-tempat menarik Tempat-tempat menarik yang bisa menjadi daya tarik bagi pengunjung (seperti tersedianya gedung dengan arsitektur unik, museum, monumen,</p>	<p>a. Pusat perbelanjaan Keberadaan pusat perbelanjaan yang aman dan nyaman didalam destinasi dengan harga yang terjangkau seluruh kalangan pengunjung destinasi (seperti</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
		atraksi wisata, taman kota, taman bertema, tempat bersejarah, tur lokal, dan lainnya.	<p>tersedianya shopping mall, departement store utama).</p> <p>b. Restoran Destinasi memiliki berbagai restaurant dengan cita rasa kuliner yang diterima oleh pengunjung, serta tersedianya restoran lokal dan internasional dengan variasi menu, dan harga.</p> <p>c. Tempat Hiburan Destinasi menyediakan berbagai tempat hiburan, contohnya seperti bar, theatre, klub malam, restoran, dan lain-lain.</p> <p>d. Daya Tarik Wisata Alam, Budaya, dan Buatan Manusia Destinasi tersebut memiliki tempat-tempat indah, unik dan menarik yang dapat menjadi daya tarik pengunjung, contohnya seperti pemandangan alam, ragam budaya, adat istiadat, dan lain-lain.</p> <p>e. Rekreasi Destinasi menyediakan tempat untuk melakukan aktivitas rekreasi, olahraga, maupun taman hiburan, serta peserta dapat ikut terlibat dalam kegiatan tersebut</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>maupun hanya sebagai penonton.</p> <p>f. Peluang Bisnis Keberadaan industri unggulan dan kesempatan menjalin hubungan bisnis, contohnya seperti dengan mengunjungi dan melakukan pertemuan dengan client lokal, negosiasi, business deals, penjualan, dan lain sebagainya.</p>
	6	<p>Keadaan Lingkungan Merupakan kriteria yang menyangkut informasi terkait dimensi iklim, situasi alam dan lingkungan yang menarik, infrastruktur dan keramah tamahan penduduknya.</p>	<p>a. Infrastruktur Destinasi memiliki infrastruktur lokal yang sesuai dengan standar yang telah ditentukan.</p> <p>b. Kepolisian Penyebaran kantor dan kualitas pelayanan. Keberadaan kepolisian dalam destinasi tersebut serta yang siap mendukung keamanan dan perijinan suatu event.</p> <p>c. Pusat Informasi Pariwisata Destinasi memiliki usaha penyediaan informasi mengenai kepariwisataan suatu destinasi dalam bentuk bahan cetak, maupun elektronik.</p> <p>d. Rumah Sakit</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>Destinasi memiliki fasilitas rumah sakit, baik rumah sakit umum daerah maupun rumah sakit internasional dengan lokasi yang mudah dijangkau dari seluruh area destinasi serta yang siap mendukung keberadaan suatu event.</p> <p>e. Money Changer Destinasi dilengkapi dengan tempat penukaran mata uang dengan lokasi yang mudah dijangkau.</p> <p>f. Perbankan Destinasi memiliki layanan dan lembaga perbankan untuk memfasilitasi kebutuhan finansial pengunjung. Destinasi memiliki layanan dan lembaga perbankan untuk memfasilitasi kebutuhan finansial pengunjung.</p>
	7	<p>Citra Destinasi Merupakan informasi terkait reputasi destinasi serta usaha pemasaran destinasi yang dilakukan.</p>	<p>a. Keamanan Destinasi memiliki citra aman dimata dunia internasional terkait dengan tindak kriminal dan perilaku bom teroris, khususnya bagi delegasi saat di destinasi pada penyelenggaraan suatu event.</p> <p>b. Pengalaman Destinasi</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>Destinasi pernah menyelenggarakan kegiatan MICE Tingkat internasional dengan kinerja memuaskan.</p> <p>c. Reputasi Reputasi destinasi di mata asosiasi nasional, para meeting planner, serta asosiasi internasional sebagai tempat penyelenggaraan MICE internasional.</p> <p>d. Kondisi Sosial Politik Destinasi memiliki kestabilan sosial politik sehingga bisa menjamin kenyamanan pengunjung destinasi.</p> <p>e. Kebersihan Destinasi memenuhi standar kebersihan internasional dan mampu memberikan kenyamanan serta tidak mengganggu Kesehatan pengunjung.</p> <p>f. Pemasaran Destinasi Pemasaran destinasi Destinasi memiliki program pemasaran yang pemasaran yang efektif untuk memasarkan destinasi.</p>
	8	Profesionalitas Sumber Daya Manusia (SDM) MICE	a. PCO (Professional Congress/Conference/Convention Organizer)

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
		<p>Destinasi memiliki SDM MICE yang memiliki nilai kompetitif dan memperoleh pengakuan kompetensi nasional serta internasional.</p>	<p>Destinasi memiliki tenaga profesional khusus dan tersertifikasi di bidang penyelenggaraan konvensi dan kongres yang berpengalaman, baik skala lokal, nasional, maupun internasional.</p> <p>b. PEO (Professional Exhibition Organizer) Destinasi memiliki tenaga profesional khusus dan tersertifikasi di bidang penyelenggaraan pameran yang berpengalaman dalam skala nasional, maupun internasional.</p> <p>c. DMC (Destination Management Company) Destinasi dilengkapi dengan Perusahaan jasa profesional khusus dalam design dan pelaksanaan event, tour, transport dan logistic yang telah terlisensi.</p> <p>d. EO (event aorganizer) Destinasi dilengkapi dengan Perusahaan jasa profesional khusus pelaksanaan event yang telah terlisensi.</p> <p>e. Usaha Perjalanan Wisata Destinasi dilengkapi dengan perusahaan jasa profesional khusus pelaksanaan kegiatan tour yang telah terlisensi</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>seperti Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan Wisata (travel agent).</p> <p>f. Penyedia Transportasi Destinasi memiliki usaha jasa transportasi darat, transportasi laut, transportasi udara dalam berbagai jenis yang dibutuhkan untuk kegiatan MICE.</p> <p>g. Pemandu Wisata Destinasi memiliki pemandu wisata profesional dan berpengalaman di bidangnya sehingga dapat memberikan pengetahuan baru yang menarik serta mampu bersikap persuasif kepada pengunjung untuk revisit.</p> <p>h. Sanggar Seni Budaya dan Hiburan Lainnya Destinasi memiliki tenaga profesional dalam bidang seni budaya yang mampu memberikan citra positif terhadap budaya dalam destinasi.</p> <p>i. Lembaga Pendidikan Terkait MICE Destinasi mempunyai lembaga pendidikan yang mampu mencetak lulusan yang memahami MICE</p>

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			sehingga menjadi aset yang penting di masa depan.
	9	Dukungan Stakeholder merupakan dukungan dari berbagai pihak antara lain pemerintah daerah, lembaga pemasar destinasi, dan asosiasi profesi atau industri tertentu yang dapat dijadikan duta destinasi MICE (ambassador) bagi destinasi tersebut.	Pemerintah Daerah Dukungan pemerintah daerah dalam memberikan dukungan, misalnya memberikan insentif atau subsidi lain yang menjadi daya tarik bagi pengunjung destinasi. Seberapa besar destinasi (pemerintah) menawarkan potongan harga dan subsidi lain.
Peraturan Pariwisata Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2017 Tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (Venue) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi Dan Pameran	10	Fasilitas Minimum Venue	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki ruang utama dengan daya tampung utama dengan daya tampung minimum 300 (tiga ratus) orang dalam bentuk classroom. • Tersedia fasilitas pendukung dan pelayanan konvensi yang baik untuk sesi yang dibutuhkan seperti plenary, breakout, banquet, dan exhibition. • Tersedia ruangan sekretariat dengan fasilitas memadai seluas 20m² (dua puluh meter persegi) yang berada terpisah dan dekat dengan ruang utama. • Memiliki ruang/area makan dengan kapasitas 60% (enam puluh persen) dari kapasitas ruang utama.

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia foyer/lobby dan circulation area dengan ketersediaan listrik, telepon dan internet yang dapat digunakan untuk melaksanakan kegiatan antara lain: registrasi; rehat kopi; poster session; information counter; pra-resepsi; dan/atau display materi promosi. • Tersedia akses yang terpisah dari akses tamu untuk masa persiapan dan masa pembongkaran kegiatan yang memadai. • Memiliki fasilitas keamanan dan sistem proteksi kebakaran sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan. • Tersedia board room, ruang singgah (VVIP dan VIP room), dan gudang. • Tersedia sistem cadangan sumber tenaga listrik (genset) sesuai dengan karakteristik penggunaan venue sebagai berikut: <ol style="list-style-type: none"> 1) Untuk fungsi venue convention harus mampu menyuplai seluruh kebutuhan tenaga listrik; 2) Untuk fungsi venue exhibition mampu menyuplai minimum

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<p>public area, sistem pengendali suhu udara dan general lighting pada area/ruang tempat dilangsungkannya kegiatan/event.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tersedia fasilitas parkir sesuai ketentuan peraturan perundang-undangan.
	12	<p>Infrastruktur Pendukung Dalam Kota</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia akomodasi hotel minimum kategori bintang 3 (tiga) di sekitar venue yang dapat ditempuh dengan berjalan kaki atau menggunakan taksi/bis/transportasi umum lainnya secara singkat. • Tersedia transportasi umum dari bandar udara (airport) terdekat, atau pintu masuk lain seperti terminal, pelabuhan, atau stasiun kereta api. • Tersedia atraksi dan tempat daya tarik wisata di lokasi/kota tempat venue berada. • Tersedia fasilitas pelayanan kesehatan, kantor polisi, pemadam kebakaran, tempat penukaran mata uang asing (money changer), dan pusat perbelanjaan di lokasi/kota tempat venue berada.

Standar Peraturan	No	Kriteria	Keterangan
			<ul style="list-style-type: none"> • Tersedia usaha jasa pendukung seperti perusahaan transportasi, professional convention organizer (PCO), professional exhibition organizer (PEO) serta stand contractor yang berada di lokasi/kota yang sama dimana venue berada.



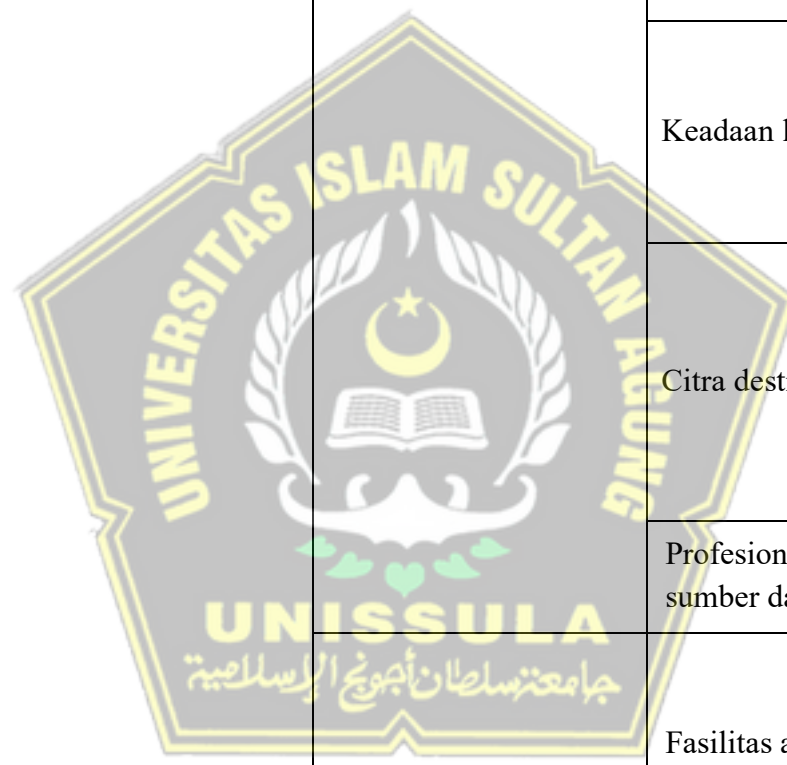
2.7 Matriks Teori

Kajian teori tersebut dirangkum dalam bentuk tabel matriks teori untuk memudahkan dalam mengelompokkan dan membaca berbagai teori ataupun literatur secara sistematis dan mudah dipahami bagi pembaca. Berikut tabel matriks teori :

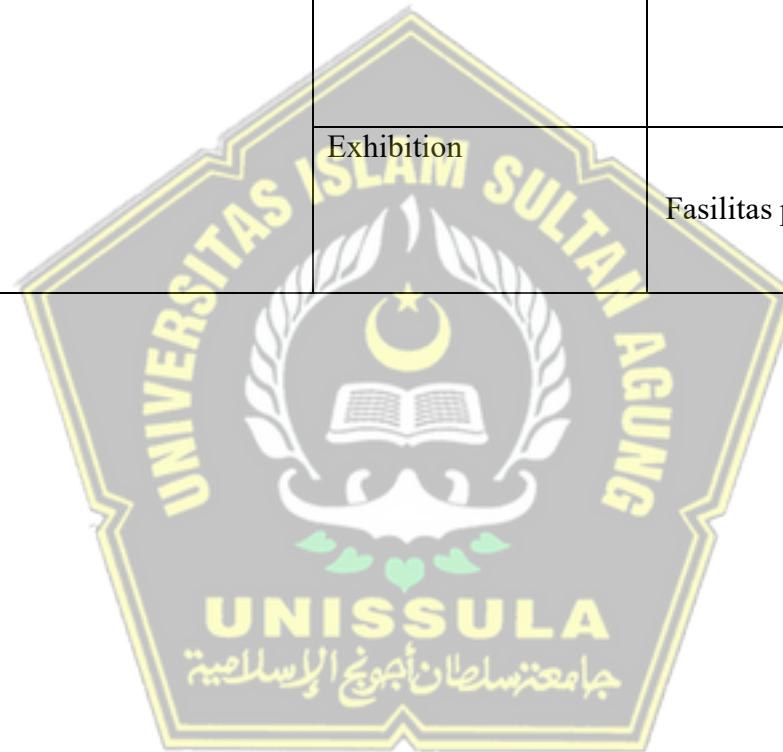
Tabel 2. 2 Matriks Teori

Teori	Sumber	Uraian	Variabel	Indikator	Parameter
MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)	Kesrul (2004)	MICE merupakan suatu kegiatan kepariwisataan yang aktivitasnya merupakan perpaduan dari leisure dan business, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk meetings, incentive, travels, conventions, congress, conference dan exhibition.	Meeting	Sarana	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan dan kemudahan transportasi - Ketersediaan akomodasi yang memadai
				Prasarana	Ketersediaan jaringan air bersih, listrik, internet
				Fasilitas pertemuan	<ul style="list-style-type: none"> - Ketersediaan gedung pertemuan - Kualitas tata ruangan, peralatan presentasi meeting, dan kenyamanan
			Incentive	Tempat-tempat menarik	- Atraksi wisata budaya dan sejarah

Teori	Sumber	Uraian	Variabel	Indikator	Parameter
					- Paket wisata pendukung (city tour, kuliner, belanja)
				Keadaan lingkungan	- Kondisi jalan dan akses antar destinasi - Layanan kesehatan dan fasilitas darurat
				Citra destinasi	- Kesan positif, kenyamanan, keramahan masyarakat, pengalaman bagi wisatawan
				Profesionalitas sumber daya manusia	- Profesionalisme penyelenggara
			Conference/Convention	Fasilitas akomodasi	- Fasilitas penginapan/hotel, conference hall, ballroom, restoran
				Dukungan stakeholder	- Pemerintah daerah memberikan dukungan



Teori	Sumber	Uraian	Variabel	Indikator	Parameter
					terhadap penyelenggaraan convention - Organisasi atau asosiasi yang mendukung
			Exhibition	Fasilitas pameran	- Venue Pameran - Kualitas tata ruang dan kenyamanan



Tabel 2. 3 Variabel, Indikator, dan Parameter Penelitian

Variabel	Indikator	Parameter
Meeting	Sarana	- Ketersediaan dan kemudahan transportasi - Ketersediaan akomodasi yang memadai
	Prasarana	- Ketersediaan jaringan air bersih, listrik, internet
	Fasilitas pertemuan	- Ketersediaan gedung pertemuan - Kualitas tata ruangan, peralatan presentasi meeting dan kenyamanan
Incentive	Tempat-tempat menarik	- Atraksi wisata budaya dan sejarah - Paket wisata pendukung (city tour, kuliner, belanja)
	Keadaan lingkungan	- Kondisi jalan dan akses antar destinasi - Layanan kesehatan dan fasilitas darurat
	Citra destinasi	- Kesan positif, kenyamanan, keramahan masyarakat, pengalaman bagi wisatawan
	Profesionalitas sumber daya manusia	- Profesionalisme penyelenggara
Conference atau Convention	Fasilitas akomodasi	- Fasilitas penginapan/hotel, conference hall, ballroom, restoran
	Dukungan stakeholder	- Pemerintah daerah memberikan dukungan terhadap penyelenggaraan convention - Organisasi atau asosiasi yang mendukung
Exhibition	Fasilitas pameran	- Venue Pameran - Kualitas tata ruang dan kenyamanan

BAB III

KONDISI EKSISTING KOTA CIREBON, JAWA BARAT

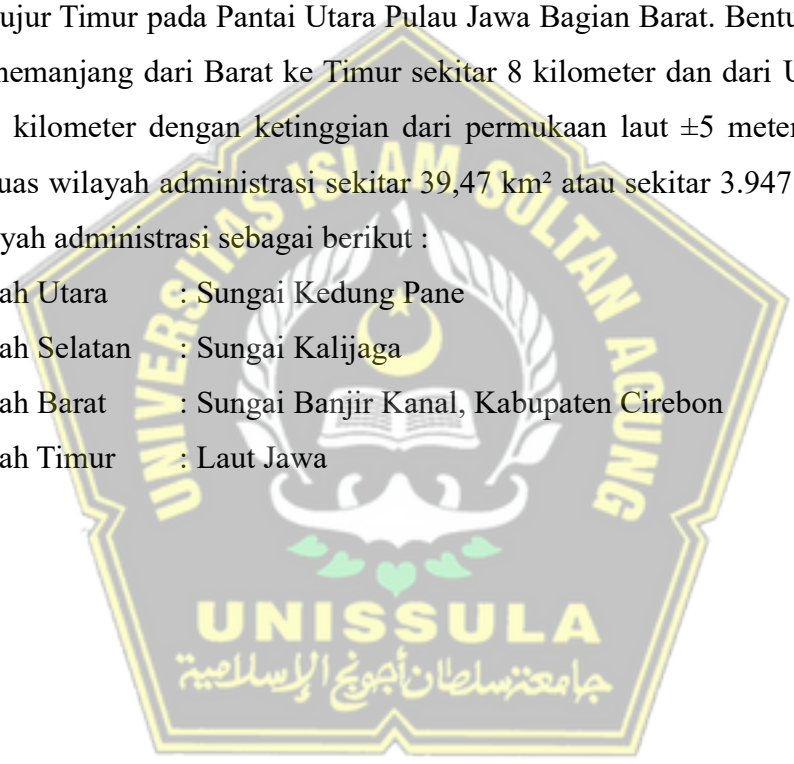
3.1 Gambaran Umum Wilayah Kota Cirebon

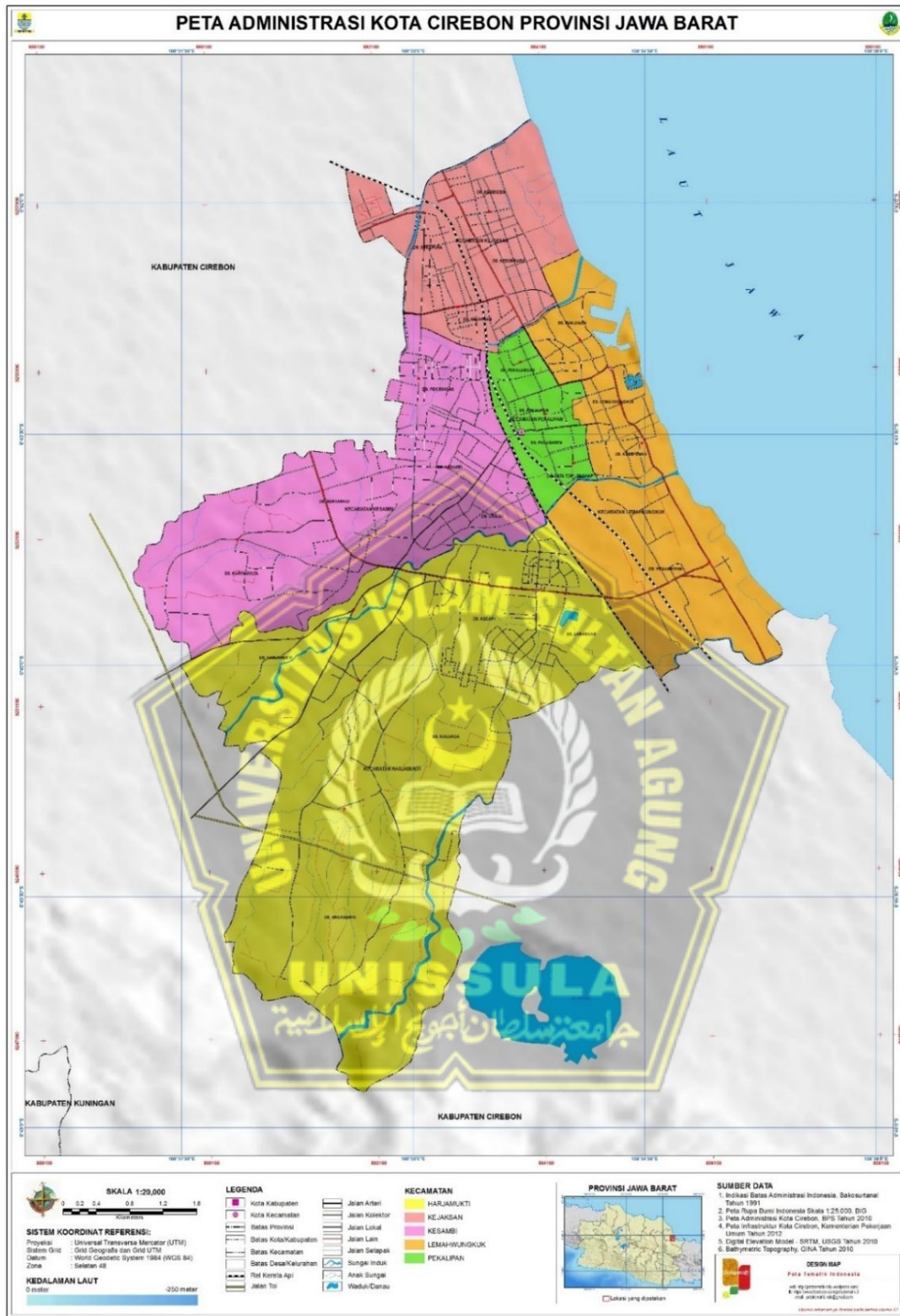
Kota Cirebon adalah salah satu kota yang berada di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini berada di pesisir utara Pulau Jawa yang menghubungkan Jakarta dengan Surabaya di lintas utara dan tengah Jawa, terdiri dari 5 Wilayah Kecamatan, yaitu Harjamukti, Lemahwungkuk, Pekalipan, Kejaksan dan Kesambi.

3.2 Kondisi Geografis

Secara geografis Kota Cirebon berada pada posisi 6,41° Lintang Selatan dan 108,33° Bujur Timur pada Pantai Utara Pulau Jawa Bagian Barat. Bentuk wilayah Kota Cirebon memanjang dari Barat ke Timur sekitar 8 kilometer dan dari Utara ke Selatan sekitar 11 kilometer dengan ketinggian dari permukaan laut ± 5 meter. Kota Cirebon memiliki luas wilayah administrasi sekitar 39,47 km² atau sekitar 3.947 hektar. Dengan batas wilayah administrasi sebagai berikut :

- Sebelah Utara : Sungai Kedung Pane
- Sebelah Selatan : Sungai Kalijaga
- Sebelah Barat : Sungai Banjir Kanal, Kabupaten Cirebon
- Sebelah Timur : Laut Jawa





Gambar 3. 1 Peta Kota Cirebon, Jawa Barat

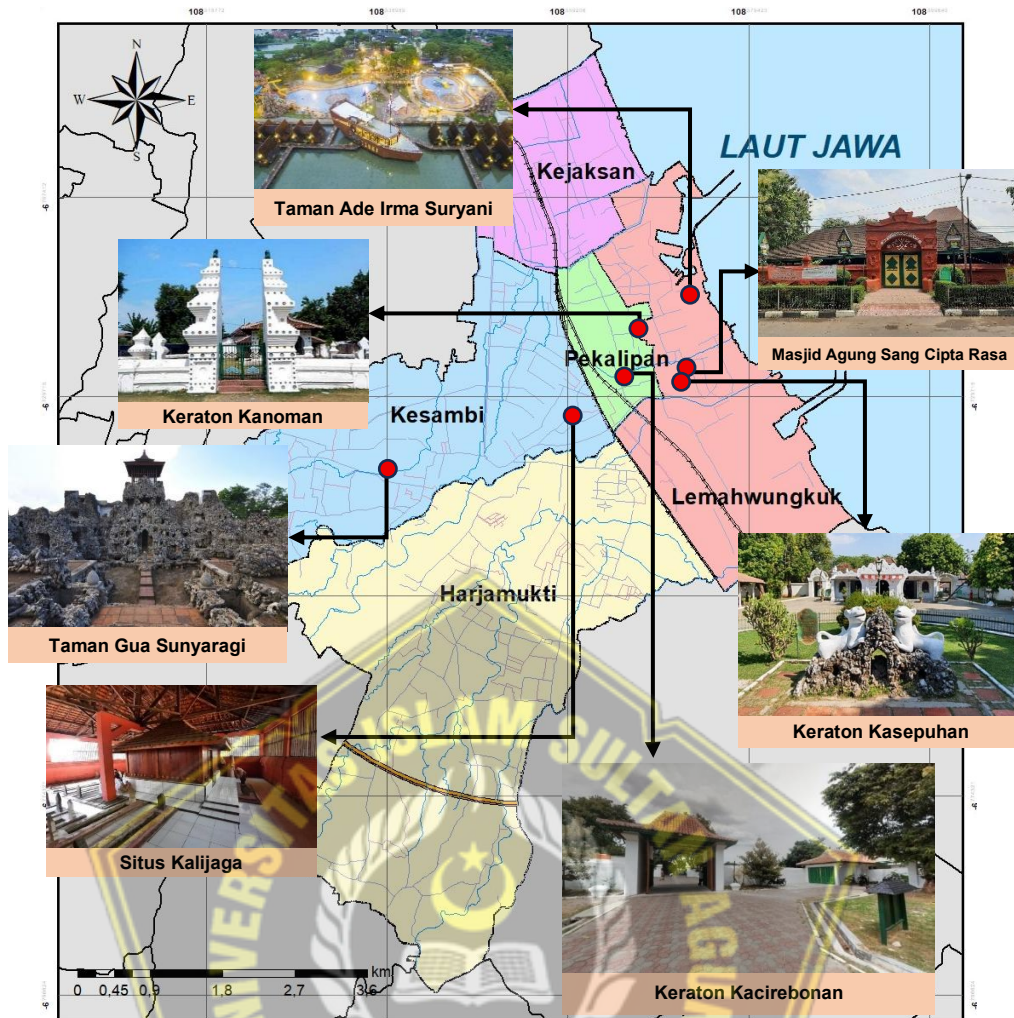
3.3 Kondisi Sosial

Kota Cirebon adalah salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang memiliki posisi strategis karena berada di jalur utama penghubung Jakarta-Surabaya dan berdekatan dengan Bandung, yang merupakan ibukota provinsi Jawa Barat. Kondisi ini memberikan berbagai keuntungan yang dapat dimanfaatkan untuk pengembangan sektor pariwisata MICE. Kota Cirebon telah ditetapkan sebagai PKN Kawasan Rebana oleh Peraturan Presiden nomor 87 tahun 2021 sebagai kota perdagangan dan jasa. Hal itu menjadi daya tarik yang menyebabkan perpindahan penduduk dari pedesaan ke Kota Cirebon. Akibatnya jumlah penduduk Kota Cirebon terus meningkat setiap tahun. Jumlah penduduk Kota Cirebon menurut data dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Cirebon saat ini adalah 358.265 jiwa dengan 179.703 jiwa laki-laki dan 178.562 jiwa perempuan.

Secara geografis, Kota Cirebon juga diuntungkan karena letaknya yang dekat dengan Bandara Internasional Jawa Barat Kertajati di Majalengka, serta dilengkapi infrastruktur transportasi seperti Stasiun Cirebon Kejaksan, Stasiun Cirebon Prujakan, Terminal Harjamukti dan Pelabuhan laut dengan fasilitas bongkar muat. Selain sarana transportasi, Cirebon juga terus membangun infrastruktur pendukung seperti hotel berbintang, dan memiliki kekayaan budaya serta sejarah yang menjadi daya tarik wisata. Kota Cirebon juga memiliki kuliner tradisional seperti empal gentong, nasi jambang, docang, tahu gejrot. Selain itu, ada juga kesenian tradisional Kota Cirebon seperti tari topeng, wayang kulit, tari serimpi, tarling, serta tradisi dan unsur budaya lainnya yang merupakan faktor penunjang dalam pembangunan di wilayah Kota Cirebon. Sejarah dan kebudayaan Kota Cirebon menjadi suatu potensi yang dapat dikembangkan dan diberdayakan menjadi komoditas pariwisata sebagai daya tarik Kota Cirebon.

3.4 Pariwisata

Kota Cirebon sebagai Kota Perdagangan dan Jasa, namun yang lebih populer dikenal oleh masyarakat adalah sektor pariwisata yang memang digolongkan sebagai jasa oleh Pemerintah Kota Cirebon.



Gambar 3. 2 Peta Pariwisata Kota Cirebon

Kota Cirebon memiliki daya tarik wisata yang sangat menarik, seperti wisata sejarah, budaya dan kuliner. Kota Cirebon memiliki destinasi wisata seperti :

1. Keraton Kasepuhan

Keraton Kasepuhan merupakan salah satu objek wisata unggulan Kota Cirebon yang didirikan oleh Syekh Syarif Hidayatullah pada 1529 M atau 1451 tahun saka oleh Pangeran Mas Mochammad Arifin II bergelar Panembahan Pakungwati I (cicit dari Sunan Gunung Jati) yang menggantikan tahta dari Sunan Gunung Jati pada tahun 1506, beliau bersemayam di dalam Agung Pakungwati Cirebon. Sebutan Pakungwati berasal dari nama Ratu Dewi Pakungwati binti Pangeran Cakrabuana yang menikah dengan Sunan Gunung Jati. Keraton Kasepuhan terletak di kelurahan Kasepuhan, kecamatan Lemahwungkuk. Keraton Kasepuhan memiliki fasilitas pendukung, seperti : Museum yang berisi barang peninggalan sejarah dari kesultanan terdahulu, kantor pengelola keraton, pemandu

wisata, sanggar tari, tempat pementasan dan pertunjukan, toilet umum, tempat parkir kendaraan pengunjung.

Banyak objek daya tarik wisata di Keraton Kasepuhan seperti acara Pesisir Cirebon yang di dalamnya terdapat acara kirab budaya yaitu pawai budaya yang diikuti oleh beberapa kabupaten/kota di Jawa Barat diantaranya Kabupaten Cirebon, Kabupaten Majalengka, Kabupaten Kuningan serta Kabupaten Indramayu. Dalam acara Kirab Budaya ini, masing-masing kabupaten/kota menunjukkan atraksi budaya yang dimiliki oleh daerahnya. Selain itu ada festival topeng nusantara, festival keraton nusantara, grebeg syawal, dan lain-lain.



Gambar 3. 3 Keraton Kasepuhan



Gambar 3. 4 Museum Keraton Kasepuhan

2. Keraton Kanoman

Keraton Kanoman didirikan oleh Sultan Kanoman I (Sultan Badridin) turunan ke VII dari Sunan Gunung Jati (syarief hidyatullah) pada tahun 510 tahun saka atau tahun 1588 Masehi. Komplek keraton kanoman yang mempunyai luas sekitar 6 hektar berlokasi di belakang pasar Kanoman. Keraton Kanoman berlokasi di Jalan Kanoman, Kelurahan Lemahwungkuk, Kecamatan Lemahwungkuk, Kota Cirebon, Jawa Barat. Jalan masuk keraton kanoman berada di salah satu lubang tembok tinggi yang berbentuk lengkung, melewati pasar, sebuah area hijau luas

dengan tembok tinggi di sebelah kiri, melewati gerbang dengan ukiran indah. Keraton ini menjadi tempat dilaksanakannya berbagai kegiatan budaya seperti tari topeng, tari tradisional Cirebon, pertunjukan musik, dan wayang kulit. Di dalamnya juga terdapat koleksi keris dan artefak bersejarah lainnya.



Gambar 3. 5 Keraton Kanoman

3. Keraton Kacirebonan

Keraton Kacirebonan dibangun pada tahun 1800 dengan menggunakan uang pensiunan oleh Ratu Raja Resminingpuri. Pembangunan dimulai dengan bangunan induk, *paseban* dan *tajug*. Seperti bangunan keraton pada masa itu, bangunan induk merupakan tempat tinggal sehari-hari sultan beserta keluarganya. Bangunan ini terdiri dari ruang tidur, ruang kerja sultan, *pecira* (ruang menyimpan benda kuno istana), kamar jimat, *prabayasa* (ruang besar di sayap bangunan), dapur dan teras (berfungsi sebagai ruang tunggu bila prajurit rendah ingin menghadap Sultan). Keraton Kacirebonan adalah pecahan dari Keraton Kanoman yang luasnya sekitar 2,5 hektar. Hal ini berawal pada saat Keraton Kanoman dipimpin oleh Sultan Kanoman ke IV yang bernama Pangeran Haerudhin pada tahun 1670-an. Keraton Kacirebonan terbuka untuk umum dan bisa dikunjungi sebagai destinasi wisata sejarah. Keraton tersebut masih dihuni oleh keluarga keraton yang berperan sebagai pelestari budaya. Terkadang digunakan sebagai lokasi penelitian, studi budaya, dan wisata edukasi.



Gambar 3. 6 Keraton Kacirebonan

4. Masjid Agung Sang Cipta Rasa

Masjid Agung Sang Cipta Rasa adalah sebuah masjid yang terletak di dalam kompleks Keraton Kasepuhan, Kota Cirebon, Jawa Barat. Masjid ini dibangun oleh Sunan Gunung Jati dan melibatkan para sunan lainnya pada tahun 1498 M. Masjid ini merupakan pengewanjataan dari rasa dan kepercayaan yang memiliki bentuk arsitektur unik dan indah serta sarat akan makna-makna religius yang dikandungnya. Nama masjid ini diambil dari kata “sang” yang bermakna keagungan, “cipta” yang berarti dibangun, dan “rasa” yang berarti digunakan. Kekhasan masjid ini antara lain terletak pada atapnya yang tidak memiliki kemuncak atap sebagaimana yang lazim ditemui pada atap masjid-masjid di Pulau Jawa. Arsitektur Masjid Agung Sang Cipta Rasa memadukan gaya Demak, Majapahit, dan Cirebon. Pada bagian mihrab masjid, terdapat ukiran berbentuk bunga teratai yang dibuat oleh Sunan Kalijaga. Selain itu, di bagian mihrab juga terdapat tiga buah ubin bertanda khusus yang melambangkan tiga ajaran pokok agama, yaitu Iman, Islam, dan Ihsan.



Gambar 3. 7 Masjid Sang Cipta Rasa

5. Situs Kalijaga

Salah satu daya tarik wisata religi yang berada di Kota Cirebon yang merupakan petilasan Sunan Kalijaga pada saat menyiarkan agama Islam di Cirebon. Zaman dulu tempat tersebut merupakan sebuah hutan yang kemudian dibangun sebuah taman yang indah dan asri oleh sunan kalijaga sebagai tempat mengajarkan ilmu agama kepada masyarakat Cirebon. Sebagai sebuah tempat wisata religi, petilasan Sunan Kalijaga sering didatangi rombongan peziarah. Ciri khas dari Petilasan Sunan Kalijaga adalah adanya dua sumur keramat yang sering diambil airnya oleh pengunjung, serta adanya kawanan monyet yang berkeliaran di sekitar makam. Keunikan dari situs ini adalah selain suasananya yang teduh dan menyegarkan, tempat ini juga merupakan habitat asli sekumpulan kera yang jinak dan kerap turun menghampiri pengunjung.



Gambar 3. 8 Situs Kalijaga

6. Taman Gua Sunyaragi

Taman Gua Sunyaragi atau yang dikenal dengan Gua Sunyaragi, merupakan sebuah bekas taman sari pesanggrahan dari Keraton Kasepuhan. Sunyaragi berasal dari kata “sunya” berarti sepi dan “ragi” berarti raga yang berarti tempat untuk menyepi atau mengasingkan raga. Gaya arsitektur tamansari ini banyak menyerupai gua yang berhiaskan air yang menjadi daya tarik utama dari Taman Gua Sunyaragi. Petilasan dengan arsitektur estetik bernilai historis, serta mengungkap nilai-nilai spritual yang merupakan salah satu warisan budaya masa lalu yang terdapat di wilayah Cirebon, Pembangunannya dilakukan pada tahun 1703, sedangkan gagasannya berasal dari benak Sang Patih Keraton Kasepuhan yang bernama Pangeran Arya Cirebon.



Gambar 3. 9 Taman Gua Sunyaragi

7. Taman Ade Irma Suryani

Taman Ade Irma Suryani terletak berdampingan dengan pelabuhan Kota Cirebon dengan lokasi di pinggir laut pantai utara Cirebon. Tempat wisata ini berdiri di atas lahan seluas 3 hektar yang merupakan aset milik Pemerintah Kota Cirebon. Kehadiran Waterpark ini diharapkan mampu menarik wisatawan domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Tepat di dekat pintu masuk, tersedia tiga jenis kolam renang, ditambah suasana taman dengan pasir putih seperti di pantai, ayunan, dan miniatur kapal kayu. Selain menyuguhkan arena permainan air dan wahana lainnya, Cirebon Waterland Ade Irma Suryani juga menyediakan cottage yang bisa disewa sebagai tempat menginap. Desain bangunan cottage ini terinspirasi dari rumah adat Minangkabau, dengan atap berbentuk limas dan berdiri di atas permukaan laut, mirip dengan konsep penginapan di Pulau Seribu atau Bali. Saat akan menuju cottage, terdapat sebuah restoran yang bentuknya menyerupai kapal. Untuk menuju ke lokasi wisata ini, pengunjung dari arah Jakarta bisa melalui Gerbang Tol Palimanan Cirebon, lalu mengikuti rute Jalan Panglima Sudirman atau Jalan Raya Aryawinangun–Palimanan. Sedangkan dari arah Jawa Tengah, bisa mengambil rute Jalan Pantura, dengan jarak sekitar 32 km dari perbatasan Losari.



Gambar 3. 10 Taman Ade Irma Suryani

3.5 Fasilitas Pertemuan

Fasilitas pertemuan merupakan sarana maupun prasarana yang disediakan untuk mendukung suatu kegiatan yang melibatkan sejumlah orang seperti rapat, seminar, konferensi atau konvensi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut di wilayah Kota Cirebon terdapat venue atau gedung pertemuan mandiri maupun gedung serbaguna misalnya Charuban Convention Center. Adapun fasilitas pertemuan yang tersedia di hotel-hotel yang dapat disewakan secara terpisah untuk acara formal, seminar, atau acara besar maupun kecil, yaitu The Luxton Cirebon Hotel & Convention, Aston Cirebon Hotel & Convention, Swiss-Bel Hotel, Grage Hotel, Patra Cirebon Hotel & Convention.



Gambar 3. 11 Charuban Convention Center

3.6 Fasilitas Akomodasi

Fasilitas akomodasi merupakan suatu sarana yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan tempat tinggal sementara bagi wisatawan maupun peserta kegiatan selama berada di suatu destinasi. Fasilitas akomodasi dalam konteks MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) tidak hanya berfungsi sebagai tempat menginap, tetapi juga menjadi bagian dari sistem pelayanan untuk menunjang kelancaran, kenyamanan, dan keamanan aktivitas wisata maupun kegiatan bisnis. Dalam menunjang kebutuhan tersebut, Kota Cirebon telah dilengkapi fasilitas akomodasi hotel berbintang 4, yaitu;

1. The Luxton Cirebon Hotel & Convention
2. Aston Cirebon Hotel & Convention
3. Swiss-Bel Hotel Cirebon
4. Grage Hotel Cirebon
5. Patra Cirebon Hotel & Convention

Selain hotel bintang 4, Kota Cirebon juga memiliki hotel bintang 3, seperti :

1. Batiqa Hotel Cirebon
2. Hotel Santika

3. Grand Dian Hotel Cirebon
4. Metland Hotel Cirebon
5. Hotel Prima
6. Bentani Hotel
7. Grand Tryas Hotel
8. Neo Hotel Cirebon
9. Verse Hotel

Namun di Kota Cirebon belum memiliki fasilitas hotel bintang 5 yang dapat menunjang kebutuhan MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) dalam skala internasional dengan fasilitas yang premium.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Identitas responden merupakan segala aspek yang melekat pada individu responden, meliputi kondisi, karakteristik, serta ciri-ciri khusus yang dapat memberikan gambaran mengenai profil dan karakter personalnya. Dalam penelitian ini, responden terdiri atas perwakilan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah Kota Cirebon, Akademi Pariwisata, serta Pengelola Kegiatan MICE di Kota Cirebon yang memiliki pemahaman dan kompetensi terkait MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) sebanyak 25 responden.

Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Keterangan	Populasi	Presentase
1	Laki-laki	7	28%
2	Perempuan	18	72%
Jumlah		25	100%

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dilihat sebagian besar dari responden adalah perempuan yaitu sebanyak 18 responden atau sebesar 72 persen, sedangkan untuk responden laki-laki yaitu sebanyak 7 responden atau sebesar 28 persen.

Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Populasi	Presentase
1	19-26 tahun	5	20%
2	27-34 tahun	4	16%
3	35-42 tahun	5	20%
4	43-50 tahun	6	24%
5	>50 tahun	5	20%
Jumlah		25	100%

Berdasarkan tabel diatas, sebagian besar usia responden adalah rentang usia 19–26 tahun sebesar 20 persen, rentang usia 27–34 tahun sebesar 16 persen dengan jumlah

paling sedikit, kemudian rentang usia 35-42 tahun sebesar 20 persen, rentang usia 43-50 tahun sebesar 24 persen, dan dengan rentang usia >50 tahun sebesar 20 persen.

Tabel 4. 3 Responden Berdasarkan Status Pekerjaan

No.	Keterangan	Populasi	Presentase
1	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata	10	40%
2	Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah	6	24%
3	Akademi Pariwisata	5	20%
4	Pengelola Hotel	4	16%
Jumlah		25	100%

Berdasarkan tabel diatas, responden berasal dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon, Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian, dan Pengembangan Daerah Kota Cirebon, Akademi Pariwisata, serta Pengelola Hotel di Kota Cirebon, yang paling dominan yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Cirebon sebesar 40%.

4.2 Aksesibilitas

Aksesibilitas MICE adalah kemudahan untuk mencapai suatu destinasi dari luar, baik untuk perjalanan orang maupun pengangkutan barang. Aksesibilitas bisa dicapai dengan menempuh akses darat, udara, atau laut.

Tabel 4. 4 Analisis Aksesibilitas

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Aksesibilitas						
1	Kemudahan akses transportasi untuk menjangkau lokasi kegiatan MICE dengan tersedianya bandar udara.	8	15	2	0	3,24
2	Kemudahan akses transportasi untuk menjangkau lokasi kegiatan MICE dengan tersedianya stasiun kereta api.	19	6	0	0	3,76
3	Kemudahan akses transportasi untuk menjangkau lokasi kegiatan MICE dengan tersedianya terminal.	14	10	1	0	3,52
4	Tersedia transportasi umum dari bandar udara terdekat, atau pintu masuk lain seperti terminal, pelabuhan, atau stasiun kereta api.	13	12	0	0	3,52
5	Bandar udara atau pintu masuk lain seperti terminal, pelabuhan, atau stasiun kereta api memiliki akses untuk terhubung ke tempat penyelenggaraan kegiatan MICE, fasilitas akomodasi, tempat-tempat menarik.	10	15	0	0	3,40
Nilai rata-rata parameter						3,49

Berdasarkan pernyataan nomor 1 mendapatkan nilai mean **3,24** menunjukkan bahwa kemudahan akses transportasi menuju lokasi kegiatan MICE melalui bandar udara berada pada kategori **“baik”**. Mayoritas responden memberikan penilaian pada skala 3 dan 4, yang mengindikasikan bahwa keberadaan bandara telah mendukung mobilitas peserta kegiatan cukup optimal. Namun, masih terdapat sebagian kecil responden yang memberikan nilai 2, sehingga dapat diasumsikan bahwa belum seluruh aspek akses seperti frekuensi penerbangan, konektivitas lanjutan, atau waktu tempuh menuju pusat kegiatan kurang maksimal. Oleh karena itu, meskipun tergolong baik, peningkatan integrasi transportasi lanjutan dari bandara menuju venue MICE tetap diperlukan guna memperkuat daya saing destinasi.

Berdasarkan pernyataan nomor 2 mendapatkan nilai mean sebesar **3,76** yang termasuk kategori **“sangat baik”**. Hal ini menandakan bahwa infrastruktur untuk stasiun kereta api telah berfungsi efektif dalam menunjang pergerakan peserta MICE, terutama bagi wisatawan domestik. Tingginya nilai ini menunjukkan bahwa moda kereta api berperan signifikan sebagai tulang punggung aksesibilitas darat, sekaligus menjadi potensi strategis dalam pengembangan pariwisata MICE.

Berdasarkan pernyataan nomor 3 mendapatkan nilai mean sebesar **3,52** termasuk kategori **“sangat baik”**. Sebagian besar responden menilai positif kemudahan transportasi darat berbasis angkutan umum maupun bus antarkota. Meski demikian, masih terdapat responden yang memberikan nilai 2, yang dapat mengindikasikan adanya persepsi terhadap keterbatasan fasilitas, kenyamanan.

Pernyataan nomor 4 memperoleh nilai mean **3,52** yang termasuk dalam kategori **“sangat baik”**. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai sistem transportasi lanjutan telah tersedia dan relatif mudah diakses. Ketersediaan moda transportasi penghubung dapat menentukan kelancaran perpindahan dari titik kedatangan menuju lokasi kegiatan.

Nilai mean pada pernyataan nomor 5 sebesar **3,40** menunjukkan bahwa akses dari pintu masuk utama menuju lokasi penyelenggaraan MICE, fasilitas akomodasi, dan daya tarik wisata berada pada kategori **“sangat baik”**. Secara umum responden menilai konektivitas antar destinasi telah terbangun dengan cukup baik. Hal ini menandakan adanya integrasi antara infrastruktur transportasi dan komponen utama pariwisata. Dalam perspektif pengembangan MICE, keterpaduan akses antar fasilitas merupakan faktor strategis yang memengaruhi pengalaman peserta serta keberlanjutan daya saing destinasi.

4.3 Fasilitas Pertemuan

Fasilitas pertemuan merupakan bagian dari amenities destinasi yang secara khusus menunjang kegiatan MICE. Dengan demikian, kualitas gedung pertemuan, kenyamanan ruangan, dan kelengkapan fasilitas teknis menjadi indikator utama dalam menilai kesiapan destinasi sebagai tuan rumah kegiatan meeting.

Tabel 4. 5 Analisis Fasilitas Pertemuan

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Fasilitas Pertemuan						
1	Tersedia berbagai pilihan venue pertemuan (venue mandiri maupun venue dalam hotel)	10	15	0	0	3,40
2	Kapasitas ruang meeting yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan para pengunjung.	11	14	0	0	3,44
3	Ruangan meeting tertata dengan rapi dan fungsional yang dilengkapi peralatan presentasi (LCD, sound system, dll)	11	14	0	0	3,44
4	Ruang pertemuan mampu memberikan suasana serta lingkungan nyaman yang diperlukan selama pertemuan.	11	14	0	0	3,44
Nilai rata-rata parameter						3,43

Berdasarkan tabel diatas, pernyataan nomor 1 mendapat nilai mean sebesar 3,40 menunjukkan bahwa ketersediaan berbagai pilihan venue pertemuan berada pada kategori **“sangat baik”**. Mayoritas responden memberikan penilaian pada skala 3 dan 4, yang menunjukkan bahwa Kota Cirebon telah memiliki alternatif ruang pertemuan yang beragam, baik berupa gedung mandiri maupun fasilitas yang terintegrasi dengan hotel.

Pernyataan nomor 2 memperoleh nilai mean 3,44 yang termasuk kategori **“sangat baik”**. Hal ini mengindikasikan bahwa responden menilai kapasitas ruang yang tersedia telah mampu mengakomodasi kebutuhan penyelenggaraan kegiatan. Penilaian positif menunjukkan bahwa Kota Cirebon relatif siap dalam menampung kegiatan dengan jumlah peserta tertentu.

Pernyataan nomor 3 mendapatkan nilai mean sebesar 3,44 menunjukkan kategori **“sangat baik”**. Hal ini menandakan bahwa ruangan meeting dinilai telah tertata secara fungsional serta dilengkapi dengan peralatan pendukung seperti LCD proyektor, sistem suara, dan perangkat teknis lainnya. Kelengkapan fasilitas teknis menjadi faktor determinan dalam keberhasilan penyelenggaraan kegiatan MICE, karena berkaitan dengan kelancaran komunikasi dan profesionalitas acara.

Pernyataan mengenai kemampuan ruang pertemuan dalam memberikan suasana nyaman memperoleh nilai mean **3,44**, termasuk kategori **sangat baik**. Responden secara umum menilai bahwa aspek kenyamanan seperti pencahayaan, sirkulasi udara, kebersihan, serta tata interior telah mendukung pelaksanaan kegiatan. Hasil ini menunjukkan bahwa destinasi telah mampu menyediakan lingkungan yang kondusif untuk kegiatan formal. Namun demikian, peningkatan kualitas desain interior, akustik ruangan, serta standar pelayanan pendukung tetap diperlukan guna menciptakan pengalaman acara yang lebih optimal dan berdaya saing tinggi.

4.4 Fasilitas Pameran

Exhibition merupakan bagian dari industri MICE yang membutuhkan ruang luas, fleksibel, dan terorganisir dengan baik. Fasilitas pameran harus memenuhi aspek kapasitas, aksesibilitas, utilitas, serta kenyamanan pengunjung. Tata ruang yang baik akan mempengaruhi sirkulasi pengunjung, efektivitas interaksi bisnis, serta keberhasilan kegiatan exhibition secara keseluruhan.

Tabel 4. 6 Analisis Fasilitas Pameran

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Fasilitas Pameran						
1	Tersedia berbagai pilihan venue pameran (venue mandiri maupun venue dalam hotel)	9	16	0	0	3,36
2	Jumlah ruang pameran atau exhibition hall yang tersedia dapat memenuhi kebutuhan industri pameran yang akan digelar.	11	14	0	0	3,44
3	Ruang pameran mampu memberikan suasana serta lingkungan nyaman yang diperlukan selama pameran berlangsung.	12	13	0	0	3,48
Nilai rata-rata parameter						3,42

Berdasarkan tabel diatas, pada pernyataan 1 mendapat nilai mean sebesar 3,36 yang termasuk dalam kategori **“sangat baik”**. Mayoritas responden memberikan penilaian pada skala 3 dan 4, yang mengindikasikan bahwa destinasi telah memiliki alternatif lokasi penyelenggaraan pameran, baik berupa gedung mandiri maupun yang terintegrasi dengan hotel. Keberagaman venue merupakan aspek penting dalam industri exhibition karena memungkinkan penyelenggara menyesuaikan konsep acara, kapasitas peserta, serta kebutuhan teknis pameran.

Pernyataan nomor 2 mendapatkan nilai mean sebesar 3,44, termasuk kategori **“sangat baik”**. Hasil ini menunjukkan bahwa kapasitas ruang yang tersedia dinilai telah mampu memenuhi kebutuhan industri pameran yang akan diselenggarakan. Dalam

konteks pengembangan MICE, kuantitas dan kapasitas ruang pameran merupakan indikator utama dalam menentukan skala event yang dapat ditampung. Tingginya penilaian ini mencerminkan kesiapan infrastruktur dasar untuk mendukung kegiatan pameran berskala menengah.

Pada pernyataan mengenai kenyamanan ruang pameran mendapatkan nilai mean sebesar 3,48 menunjukkan kategori “**sangat baik**” dan menjadi sektor tertinggi pada parameter ini. Responden menilai bahwa ruang pameran telah mampu memberikan suasana yang kondusif, baik dari segi tata ruang, sirkulasi udara, pencahayaan, maupun kebersihan lingkungan. Kenyamanan ruang merupakan faktor penting dalam keberhasilan pameran karena memengaruhi pengalaman pengunjung dan efektivitas interaksi bisnis. Hasil ini mengindikasikan bahwa secara kualitas lingkungan fisik, fasilitas pameran telah memenuhi standar dasar penyelenggaraan. Meski demikian, peningkatan desain interior, sistem pendingin ruangan, serta manajemen arus pengunjung dapat semakin mengoptimalkan kualitas penyelenggaraan exhibition.

4.5 Fasilitas Akomodasi

Fasilitas akomodasi merupakan bagian dari amenities destinasi yang berfungsi menyediakan tempat tinggal sementara bagi wisatawan. Dalam kegiatan conference atau convention, ketersediaan ballroom, conference hall, serta layanan restoran yang memadai menentukan keberhasilan penyelenggaraan acara berskala formal.

Tabel 4. 7 Analisis Fasilitas Akomodasi

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Fasilitas Akomodasi						
1	Tersedia hotel bintang 4 di Kota Cirebon	14	11	0	0	3,56
2	Kapasitas atau jumlah kamar dari berbagai jenis hotel berbintang maupun non bintang memadai.	16	9	0	0	3,64
3	Akomodasi yang tersedia mendukung kebutuhan peserta MICE.	16	9	0	0	3,64
4	Hotel atau penginapan yang tersedia mendukung kegiatan conference/convention.	15	10	0	0	3,60
5	Conference hall atau ballroom tersedia sesuai kebutuhan kegiatan.	14	11	0	0	3,56
Nilai rata-rata parameter						3,60

Pada pernyataan nomor 1 mendapatkan nilai mean sebesar **3,56** menunjukkan bahwa ketersediaan hotel bintang 4 di Kota Cirebon berada pada kategori “**sangat baik**”. Mayoritas responden memberikan penilaian tinggi, yang mengindikasikan bahwa

keberadaan hotel berbintang telah mampu memenuhi standar pelayanan dan fasilitas yang dibutuhkan dalam kegiatan MICE. Hotel bintang 4 umumnya menyediakan fasilitas penunjang seperti ruang pertemuan, restoran, layanan profesional, serta sistem reservasi yang terintegrasi, sehingga menjadi elemen strategis dalam mendukung penyelenggaraan acara. Hasil ini mencerminkan bahwa dari sisi kualitas akomodasi, destinasi telah memiliki fondasi yang cukup kuat. Namun demikian, pengembangan jumlah unit atau peningkatan standar layanan internasional tetap diperlukan untuk menarik event berskala lebih besar.

Pada pernyataan mengenai kapasitas atau jumlah kamar hotel memperoleh nilai mean **3,64**, termasuk kategori **sangat baik** dan menjadi salah satu skor tertinggi dalam parameter ini. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai ketersediaan kamar dari berbagai klasifikasi hotel telah memadai untuk menampung peserta kegiatan. Kapasitas kamar merupakan faktor krusial dalam industri MICE karena berkaitan langsung dengan kemampuan destinasi menampung tamu dalam jumlah besar secara bersamaan. Tingginya nilai ini mengindikasikan bahwa secara kuantitatif, daya tampung akomodasi sudah relatif mencukupi.

Pada pernyataan mengenai dukungan akomodasi terhadap kebutuhan peserta MICE mendapat nilai mean sebesar **3,64** menunjukkan kategori **sangat baik**. Responden menilai bahwa fasilitas dan layanan hotel telah sesuai dengan karakteristik kegiatan bisnis, seperti ketersediaan akses internet stabil, layanan makanan dan minuman, serta pelayanan yang responsif. Dukungan ini mencerminkan kesiapan sektor perhotelan dalam memahami kebutuhan pasar MICE yang menuntut efisiensi, profesionalisme, dan kenyamanan. Walaupun demikian, peningkatan inovasi layanan berbasis teknologi serta penguatan standar hospitality internasional akan semakin memperkuat posisi destinasi dalam persaingan industri MICE.

Pernyataan nomor 5 mendapatkan nilai mean sebesar **3,56** menunjukkan bahwa ketersediaan conference hall atau ballroom telah sesuai dengan kebutuhan kegiatan dan berada pada kategori **sangat baik**. Responden secara umum menilai bahwa fasilitas ruang skala besar telah tersedia dan dapat dimanfaatkan untuk berbagai jenis acara, seperti seminar, rapat, maupun konvensi. Keberadaan ballroom dengan kapasitas memadai menjadi indikator penting dalam menentukan kelayakan destinasi sebagai tuan rumah event berskala menengah hingga besar. Meskipun hasilnya positif, peningkatan kualitas desain interior, sistem akustik, serta fleksibilitas tata ruang tetap diperlukan agar dapat mengakomodasi variasi konsep acara secara lebih optimal.

4.6 Tempat-Tempat Menarik

Daya tarik wisata menjadi faktor pendukung untuk kegiatan incentive travel. Oleh karena itu, keberadaan atraksi budaya, sejarah, kuliner, dan paket wisata pendukung menjadi salah satu faktor untuk memberikan pengalaman peserta incentive. Semakin kuat daya tarik destinasi, semakin besar juga peluang untuk dikembangkan sebagai destinasi MICE berbasis pengalaman wisata.

Tabel 4. 8 Analisis Tempat-Tempat Menarik

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Tempat-Tempat Menarik						
1	Tersedia atraksi wisata budaya dan sejarah yang menarik untuk mendukung kegiatan MICE.	12	13	0	0	3,48
2	Tersedia pusat perbelanjaan yang aman dan nyaman (seperti shopping mall, departement store utama).	12	13	0	0	3,48
3	Destinasi memiliki berbagai restoran lokal dan internasional.	11	13	1	0	3,40
4	Tersedia tempat untuk melakukan aktivitas rekreasi, olahraga, maupun taman hiburan	10	12	2	1	3,24
Nilai rata-rata parameter						3,40

Dalam perspektif pengembangan destinasi, keberadaan atraksi budaya dan sejarah berperan sebagai faktor penunjang (supporting attraction) yang memperpanjang lama tinggal peserta serta meningkatkan pengeluaran wisata. Pada pernyataan nomor 1 mendapatkan nilai mean sebesar 3,48 menunjukkan bahwa ketersediaan atraksi wisata budaya dan sejarah berada pada kategori **sangat baik** dalam mendukung kegiatan MICE. Mayoritas responden memberikan penilaian pada skala 3 dan 4, yang mengindikasikan bahwa daya tarik budaya dan historis dinilai mampu menjadi elemen pendukung aktivitas bisnis. Hasil ini mencerminkan bahwa potensi wisata berbasis budaya dapat diintegrasikan dengan agenda MICE melalui paket city tour atau program pendamping.

Pernyataan mengenai ketersediaan pusat perbelanjaan yang aman dan nyaman memperoleh nilai mean 3,48, termasuk kategori **sangat baik**. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas belanja dinilai mampu mendukung kebutuhan peserta kegiatan, baik untuk keperluan pribadi maupun aktivitas leisure setelah acara berlangsung. Pusat perbelanjaan memiliki peran strategis dalam menciptakan pengalaman destinasi yang lengkap, terutama bagi wisatawan bisnis yang cenderung memiliki waktu terbatas. Tingginya penilaian ini mengindikasikan bahwa aspek keamanan, kenyamanan, dan aksesibilitas pusat belanja telah terpenuhi. Namun, peningkatan variasi produk lokal

unggulan dan integrasi promosi dengan event MICE dapat menjadi strategi untuk memaksimalkan dampak ekonomi lokal.

Pernyataan nomor 3 mendapat nilai mean sebesar **3,40** menunjukkan bahwa keberagaman restoran lokal dan internasional berada pada kategori **sangat baik**. Responden secara umum menilai bahwa destinasi telah menyediakan pilihan kuliner yang memadai untuk memenuhi preferensi peserta dengan latar belakang berbeda. Dalam konteks MICE, ketersediaan restoran menjadi faktor penting karena berkaitan dengan jamuan resmi, networking session, maupun kebutuhan konsumsi individu. Meskipun hasilnya positif, masih terdapat sebagian kecil responden yang memberikan nilai 2, yang dapat mengindikasikan perlunya peningkatan dalam aspek variasi menu internasional, kapasitas tempat duduk, atau standar pelayanan. Penguatan identitas kuliner lokal sebagai bagian dari pengalaman khas destinasi juga dapat menjadi keunggulan kompetitif.

Pernyataan terkait ketersediaan tempat rekreasi, olahraga, dan taman hiburan memperoleh nilai mean **3,24**, yang berada pada kategori **baik** dan menjadi skor terendah dalam parameter ini. Meskipun mayoritas responden tetap memberikan penilaian positif, terdapat variasi jawaban yang menunjukkan bahwa fasilitas rekreasi belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi seluruh responden. Nilai yang relatif lebih rendah ini mengindikasikan perlunya pengembangan atau revitalisasi sarana rekreasi agar mampu meningkatkan daya tarik destinasi secara menyeluruh. Penyediaan ruang terbuka hijau yang representatif serta fasilitas hiburan modern dapat menjadi strategi peningkatan kualitas.

4.7 Keadaan Lingkungan

Keadaan lingkungan berkaitan dengan aspek aksesibilitas, keamanan, serta kenyamanan destinasi. Kondisi lingkungan yang aman, mudah diakses, dan didukung infrastruktur yang baik seperti kemudahan akses antar destinasi, layanan kesehatan, serta fasilitas darurat merupakan faktor penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan menjadi bagian dari jaminan keamanan dan kenyamanan peserta kegiatan.

Tabel 4. 9 Analisis Keadaan Lingkungan

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Keadaan Lingkungan						
1	Keberadaan kantor kepolisian mendukung keamanan dan perijinan suatu event.	14	11	0	0	3,56

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
2	Tersedia informasi mengenai kepariwisataan suatu destinasi dalam bentuk cetak, maupun elektronik.	13	12	0	0	3,52
3	Tersedia fasilitas rumah sakit, baik rumah sakit umum daerah maupun rumah sakit internasional dengan lokasi yang mudah dijangkau.	16	9	0	0	3,64
4	Tersedia money changer tempat penukaran mata uang dengan lokasi yang mudah dijangkau.	12	13	0	0	3,48
Nilai rata-rata parameter						3,55

Pada pernyataan keberadaan kantor kepolisian mendukung keamanan mendapatkan nilai mean **3,56** menunjukkan pada kategori **sangat baik**. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan institusi keamanan formal menjadi faktor krusial dalam menciptakan rasa aman sekaligus legitimasi administratif bagi penyelenggaraan kegiatan. Dukungan kepolisian juga mempercepat proses perizinan dan meminimalkan potensi gangguan sosial. Dengan demikian, aspek ini dapat dikategorikan sebagai elemen pendukung lingkungan eksternal yang kuat dalam menunjang keberhasilan suatu event.

Pernyataan nomor 2 mendapatkan nilai mean sebesar **3,52** termasuk kategori **sangat baik**. Tidak adanya penilaian rendah menunjukkan bahwa sistem informasi pariwisata telah berjalan secara efektif. Ketersediaan informasi dalam format cetak dan elektronik memperluas jangkauan komunikasi destinasi kepada wisatawan dengan karakteristik dan preferensi yang beragam. Secara teoritis, akses informasi yang memadai berkontribusi terhadap peningkatan minat kunjungan, pengambilan keputusan wisata, serta citra destinasi. Oleh karena itu, parameter ini menunjukkan bahwa aspek promosi dan komunikasi destinasi telah mendukung daya saing lingkungan pariwisata secara optimal.

Pada pernyataan nomor 3 mendapatkan nilai mean sebesar **3,64** yang menunjukkan kategori **sangat baik**. Tingginya penilaian ini menegaskan bahwa fasilitas kesehatan merupakan faktor fundamental dalam mendukung penyelenggaraan event maupun aktivitas pariwisata. Keberadaan rumah sakit yang mudah dijangkau meningkatkan rasa aman pengunjung, terutama bagi wisatawan luar daerah maupun mancanegara yang mempertimbangkan aspek keselamatan dalam memilih destinasi. Dalam konteks manajemen risiko, akses terhadap layanan kesehatan menjadi bagian dari mitigasi keadaan darurat yang dapat meningkatkan kepercayaan publik.

Nilai mean sebesar **3,48** pada pernyataan tersedia money changer tempat penukaran mata uang dengan lokasi yang mudah dijangkau, termasuk dalam kategori

sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa fasilitas penukaran mata uang telah tersedia dan cukup mudah diakses, namun masih memiliki ruang untuk peningkatan dibandingkan aspek keamanan dan kesehatan. Keberadaan money changer sangat penting dalam mendukung kenyamanan wisatawan mancanegara karena berkaitan langsung dengan kemudahan transaksi ekonomi selama berada di destinasi. Kemudahan akses terhadap layanan keuangan juga mencerminkan kesiapan destinasi dalam menerima pasar internasional.

4.8 Citra Destinasi

Citra destinasi merupakan persepsi dan kesan yang terbentuk dalam benak wisatawan terhadap suatu tempat. Citra positif berperan penting dalam menarik penyelenggara maupun peserta untuk memilih destinasi tertentu, dengan persepsi mengenai kenyamanan, keramahan masyarakat, dan pengalaman menyenangkan akan memperkuat daya saing destinasi.

Tabel 4. 10 Analisis Citra Destinasi

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Citra Destinasi						
1	Wisatawan merasa aman dan nyaman selama berada di destinasi.	16	9	0	0	3,64
2	Destinasi memiliki program pemasaran yang efektif untuk memasarkan destinasi.	14	8	3	0	3,44
3	Pengalaman berwisata memberikan kesan yang menyenangkan untuk peserta	14	11	0	0	3,56
Nilai rata-rata parameter						3,54

Pada pernyataan wisatawan merasa aman dan nyaman selama berada di destinasi, mendapatkan nilai mean sebesar **3,64** menunjukkan kategori **sangat baik.** Hal ini mengindikasikan bahwa destinasi telah mampu menciptakan lingkungan yang kondusif bagi wisatawan. Rasa aman dan nyaman merupakan komponen utama dalam pembentukan citra destinasi karena berkaitan langsung dengan pengalaman emosional pengunjung.

Pernyataan nomor 2 mendapatkan nilai mean sebesar **3,44** termasuk dalam kategori **sangat baik.** Namun, ada 3 responden yang memberikan skor 2, yang mengindikasikan masih adanya persepsi kurang optimal terhadap efektivitas pemasaran. Secara konseptual, pemasaran destinasi memegang peranan penting dalam membentuk persepsi awal wisatawan melalui promosi, branding, serta komunikasi media. Oleh karena itu, meskipun secara umum dinilai baik, diperlukan penguatan pada inovasi promosi digital,

segmentasi pasar yang lebih tepat, serta konsistensi pesan merek destinasi agar citra yang dibangun semakin kuat dan kompetitif.

Pernyataan nomor 3 memperoleh nilai mean sebesar **3,56** termasuk dalam kategori **sangat baik**. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berwisata memberikan kesan yang menyenangkan untuk peserta kegiatan MICE. Destinasi mampu memberikan pengalaman yang memuaskan dan berkesan secara positif. Pengalaman wisata merupakan faktor kunci dalam bentuk citra destinasi serta memengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas.

4.9 Profesionalitas Sumber Daya Manusia

Kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh kompetensi dan profesionalisme penyelenggara kegiatan. Profesionalisme sumber daya manusia menjadi faktor kunci dalam menciptakan kepercayaan dan kepuasan peserta. Dalam kegiatan incentive penyelenggara harus memiliki kemampuan manajerial, koordinasi, komunikasi, serta penyelesaian masalah yang baik agar kegiatan berjalan lancar.

Tabel 4. 11 Analisis Profesionalisme Sumber Daya Manusia

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Profesionalitas Sumber Daya Manusia (SDM) MICE						
1	Destinasi memiliki PCO atau profesional congress/conference/convention organizer yang merupakan jasa penyelenggara konvensi, perjalanan insentif, dan pameran	10	15	0	0	3,40
2	Destinasi dilengkapi dengan perusahaan jasa profesional khusus pelaksanaan kegiatan tour yang telah terlisensi seperti Biro Perjalanan Wisata dan Agen Perjalanan Wisata (travel agent)	9	16	0	0	3,36
3	Destinasi memiliki pemandu wisata profesional dan berpengalaman di bidangnya sehingga dapat memberikan pengetahuan baru yang menarik serta mampu bersikap persuasif kepada pengunjung untuk revisit.	13	12	0	0	3,52
4	Terdapat lembaga pendidikan yang mampu mencetak lulusan yang memahami MICE.	15	10	0	0	3,60
Nilai rata-rata parameter						3,47

Pada pernyataan nomor 1 mendapatkan nilai mean sebesar **3,40** termasuk dalam kategori **sangat baik**. Hal tersebut menunjukkan bahwa keberadaan PCO (Professional Convention Organizer) di Kota Cirebon dinilai baik oleh responden. Meskipun nilainya sudah berada pada kategori baik, rata-rata yang belum mencapai kategori sangat tinggi mengindikasikan perlunya peningkatan kapasitas, sertifikasi profesional, serta

pengalaman internasional agar daya saing destinasi dalam menarik event berskala besar semakin meningkat.

Pernyataan nomor 2 mendapatkan nilai mean sebesar **3,36** merupakan kategori **sangat baik**, tanpa penilaian negatif. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan biro perjalanan dan agen perjalanan wisata yang terlisensi sudah memadai, namun persepsinya belum sekuat parameter lain. Optimalisasi peran agen perjalanan, terutama dalam inovasi paket wisata yang integrasi layanan digital, dapat meningkatkan nilai tambah destinasi. Dengan demikian, meskipun sudah dinilai baik, penguatan kualitas layanan, jejaring internasional, serta standarisasi kompetensi menjadi faktor penting untuk meningkatkan persepsi profesionalitas secara keseluruhan.

Pada pernyataan nomor 3 mendapatkan nilai mean sebesar **3,52** menunjukkan kategori **sangat baik** terhadap kompetensi pemandu wisata di destinasi. Hal ini menegaskan bahwa pemandu wisata telah mampu menjalankan perannya secara efektif, baik dalam menyampaikan informasi secara edukatif maupun dalam membangun interaksi yang komunikatif dan persuasif. Dalam industri MICE dan pariwisata, pemandu wisata berfungsi sebagai representasi langsung citra destinasi karena mereka berinteraksi intensif dengan peserta.

Pernyataan nomor 4 memperoleh nilai mean tertinggi sebesar **3,60**, yang termasuk kategori **sangat baik** terhadap dukungan lembaga pendidikan dalam menghasilkan SDM yang kompeten di bidang MICE. Keberadaan institusi pendidikan yang relevan menjadi fondasi penting dalam menjamin keberlanjutan dan regenerasi tenaga profesional di industri MICE. Dengan demikian, indikator ini mencerminkan kesiapan sumber daya manusia yang berkelanjutan dan menjadi keunggulan kompetitif destinasi dalam pengembangan industri MICE.

4.10 Dukungan Stakeholder

Keberhasilan suatu organisasi atau kegiatan dipengaruhi oleh keterlibatan pihak-pihak yang memiliki kepentingan. Pemerintah daerah, asosiasi, dan pelaku industri memiliki peran penting dalam menciptakan regulasi, promosi, serta dukungan operasional terhadap penyelenggaraan kegiatan MICE.

Tabel 4. 12 Analisis Dukungan Stakeholder

No	Pernyataan	Jawaban				Mean
		4	3	2	1	
Dukungan Stakeholder						
1	Terdapat dukungan pemerintah daerah dalam memberikan insentif atau subsidi lain menjadi daya tarik bagi pengunjung destinasi	10	14	1	0	3,36
2	Organisasi atau asosiasi turut mendukung pelaksanaan conference/convention.	14	11	0	0	3,56
Nilai rata-rata parameter						3,46

Pada pernyataan pertama mendapat nilai mean sebesar **3,36** termasuk dalam kategori **sangat baik**, menunjukkan bahwa dukungan pemerintah daerah dalam bentuk insentif atau subsidi dinilai baik oleh responden, meskipun belum mencapai kategori sangat optimal. Terdapat 1 responden yang memberikan skor 2, yang mengindikasikan masih adanya persepsi bahwa dukungan tersebut belum sepenuhnya maksimal.

Pernyataan nomor 2 mendapat nilai mean sebesar **3,56** menunjukkan bahwa dukungan organisasi atau asosiasi di Kota Cirebon mendukung pelaksanaan convention dan termasuk dalam kategori **sangat baik** tanpa adanya penilaian negatif. Hal ini mengindikasikan bahwa kolaborasi antara destinasi dengan organisasi profesi, asosiasi industri, maupun komunitas terkait telah berjalan secara efektif. Oleh karena itu, tingginya penilaian pada indikator ini menunjukkan bahwa sinergi antar pemangku kepentingan telah menjadi kekuatan utama dalam mendukung keberhasilan penyelenggaraan kegiatan MICE di destinasi.

4.11 Temuan Studi

Hasil dari analisis data yang telah dilakukan sesuai dengan kondisi sebenarnya dan analisis yang dilakukan pada penelitian Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat ditemukan beberapa temuan studi seperti :

Tabel 4. 13 Temuan Studi

Kriteria	Indikator	Temuan Studi
Aksesibilitas MICE	Aksesibilitas merupakan kemudahan jalur masuk dari luar ke suatu destinasi	Secara keseluruhan, nilai rata-rata pada Aksesibilitas sebesar 3,49 menunjukkan bahwa aksesibilitas berada pada kategori Sangat Baik . Hal ini menunjukkan bahwa infrastruktur dan konektivitas transportasi di Kota Cirebon telah

Kriteria	Indikator	Temuan Studi
		<p>mampu mendukung penyelenggaraan kegiatan MICE. Akses darat seperti stasiun kereta api dan terminal menjadi kekuatan utama, sementara akses berbasis udara masih memerlukan optimalisasi lebih lanjut. Aksesibilitas dapat dinyatakan sebagai faktor pendukung yang kuat untuk pengembangan pariwisata MICE di Kota Cirebon.</p>
Atraksi (Daya Tarik) MICE	Fasilitas Pertemuan	<p>Secara keseluruhan, nilai rata-rata parameter sebesar 3,43 menunjukkan bahwa aspek fasilitas pertemuan berada pada kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa ketersediaan venue, kapasitas ruang, kelengkapan fasilitas, dan tingkat kenyamanan telah memenuhi kebutuhan dasar penyelenggaraan kegiatan MICE di Kota Cirebon. Meskipun demikian, penguatan standar kualitas, inovasi teknologi, serta diferensiasi kapasitas ruang menjadi strategi yang perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan daya saing destinasi. Dengan demikian, parameter fasilitas pertemuan dapat dinyatakan sebagai salah satu komponen pendukung utama dalam pengembangan pariwisata MICE di Kota Cirebon yang berkelanjutan.</p>
	Fasilitas Pameran	<p>Nilai rata-rata parameter sebesar 3,42 menunjukkan bahwa fasilitas pameran di Kota Cirebon berada pada kategori sangat baik dalam mendukung pengembangan MICE. Ketersediaan venue, jumlah ruang, dan tingkat kenyamanan menjadi indikator bahwa Kota</p>

Kriteria	Indikator	Temuan Studi
		Cirebon memiliki potensi infrastruktur yang cukup memadai untuk menyelenggarakan kegiatan pameran.
	Fasilitas Akomodasi	Nilai rata-rata parameter memiliki nilai sebesar 3,60 menunjukkan bahwa aspek fasilitas akomodasi di Kota Cirebon berada dalam kategori sangat baik . Ini menjadi suatu kekuatan utama dalam mendukung pengembangan MICE di Kota Cirebon. Ketersediaan hotel berbintang, dengan kapasitas kamar yang banyak, serta fasilitas konferensi yang memadai mencerminkan kesiapan sektor perhotelan dalam menunjang kegiatan bisnis dan pertemuan. Dengan seluruh ketersediaan ini, destinasi memiliki modal infrastruktur akomodasi yang kuat, namun tetap perlu strategi peningkatan kualitas layanan, diversifikasi kelas hotel, dan standarisasi fasilitas untuk meningkatkan daya saing.
	Tempat-Tempat Menarik	Pada indikator tempat-tempat menarik secara keseluruhan mendapatkan nilai rata-rata parameter sebesar 3,40 menunjukkan termasuk dalam kategori sangat baik dalam mendukung pariwisata MICE. Atraksi budaya, pusat perbelanjaan, dan keberagaman kuliner yang dimiliki Kota Cirebon menjadi kekuatan utama, sementara fasilitas rekreasi masih memerlukan peningkatan.
Amenitas MICE	Keadaan Lingkungan	Pada indikator ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,55 menunjukkan bahwa aspek keadaan lingkungan berada pada kategori sangat baik , menunjukkan bahwa keadaan

Kriteria	Indikator	Temuan Studi
		lingkungan Kota Cirebon telah memberikan dukungan yang kuat terhadap penyelenggaraan event dan aktivitas pariwisata di Kota Cirebon.
	Citra Destinasi	Secara keseluruhan, nilai rata-rata pada indikator citra destinasi sebesar 3,54 termasuk dalam kategori sangat baik , menunjukkan bahwa citra destinasi Kota Cirebon telah memberikan wisatawan rasa aman, efektivitas pemasaran dan pengalaman wisata telah memberikan kontribusi positif dalam membangun citra Kota Cirebon yang kuat dan kompetitif.
Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder	Profesionalitas Sumber Daya Manusia	Pada indikator ini mendapatkan nilai rata-rata sebesar 3,47 menunjukkan bahwa profesionalitas sumber daya manusia MICE berada pada kategori sangat baik . Hal ini menandakan bahwa Kota Cirebon telah memiliki dukungan sumber daya manusia yang kompeten dan cukup siap dalam menunjang penyelenggaraan kegiatan MICE, meskipun tetap diperlukan peningkatan kualitas dan standarisasi untuk mencapai daya saing yang lebih optimal.
	Dukungan Stakeholder	Pada indikator ini mendapat nilai rata-rata sebesar 3,46 menunjukkan bahwa dukungan stakeholder berada pada kategori sangat baik . Hal ini mencerminkan adanya kolaborasi yang cukup solid antara pemerintah daerah dan organisasi/asosiasi dalam mendukung pengembangan destinasi, meskipun masih diperlukan peningkatan pada aspek kebijakan

Kriteria	Indikator	Temuan Studi
		insentif agar dukungan yang diberikan semakin optimal dan berkelanjutan.



BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis dalam penelitian yang berjudul “Kajian Potensi Pengembangan Pariwisata MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) di Kota Cirebon, Jawa Barat” dapat disimpulkan bahwa Kota Cirebon memiliki potensi yang cukup signifikan untuk dikembangkan sebagai destinasi MICE skala regional.

Dari aspek aksesibilitas, Kota Cirebon memiliki posisi geografis yang strategis di jalur Pantura yang menghubungkan kota-kota besar di Pulau Jawa. Dukungan infrastruktur transportasi seperti Stasiun Cirebon Kejaksan dan Cirebon Prujakan, akses jalan tol, serta kedekatan dengan Bandara Internasional Jawa Barat di Kertajati menjadi kekuatan utama dalam menunjang mobilitas peserta kegiatan MICE. Selain itu, ketersediaan jaringan listrik, air bersih, dan internet relatif memadai untuk mendukung penyelenggaraan kegiatan pertemuan dan konvensi.

Pada aspek amenities dan fasilitas pendukung, Kota Cirebon telah memiliki hotel berbintang, ballroom, convention hall, serta beberapa gedung pertemuan yang dapat digunakan untuk kegiatan meeting dan skala menengah. Namun demikian, kapasitas venue untuk penyelenggaraan event berskala nasional besar maupun internasional masih terbatas, terutama untuk kegiatan exhibition atau pameran berskala luas.

Keberadaan keraton, situs sejarah, wisata religi, serta kekayaan kuliner khas Cirebon menjadi daya tarik pendukung kegiatan incentive dan post-event tour. Potensi ini dapat menjadi diferensiasi Kota Cirebon dibandingkan destinasi MICE lainnya di Jawa Barat. aspek sumber daya manusia dan dukungan stakeholder menunjukkan bahwa terdapat dukungan kebijakan dari pemerintah daerah melalui regulasi dan rencana induk kepariwisataan. Selain itu, sinergi antar pemangku kepentingan seperti pemerintah, pelaku usaha, asosiasi pariwisata, dan event organizer belum sepenuhnya terintegrasi dalam satu strategi branding Kota Cirebon sebagai destinasi MICE.

Secara keseluruhan dari hasil analisis deskriptif kuantitatif yang menunjukkan skala penilaian Kota Cirebon berada pada kategori “**Baik**” hingga “**Sangat Baik**” dalam beberapa indikator utama pengembangan MICE, sehingga berpotensi untuk dikembangkan lebih lanjut sebagai destinasi MICE berbasis budaya dan sejarah.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliansyah, H., & Hermawan, W. (2019). Peran sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi Kabupaten/Kota di Jawa Barat. *Bina Ekonomi*, 23(1), 39-55.
- (Alwi Hasan dkk, 2005;269). (2016). *Pengembangan Objek Pariwisata*. 4(1), 1-23
- Arlou, S. (2022). International tourism and recreation development trends in 2022: new tourism trends. *Journal of Pharmaceutical Negative Results*, 13(9), 3426-3431.
- Creswell, John W. 2016. *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Delen, K. (2023). Potensi MICE sebagai tulang punggung pariwisata Bali (Potential as the backbone of Bali tourism). *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 19(1), 49-54.
- Dirgantara, A. R., & Febriana, F. (2020). Pengembangan Destinasi Mice Kota Cirebon dalam Perspektif Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*.
- Indrajaya, T. (2015). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*, 3(2), 81-3.
- International Congress and Convention Association 2018 ICCA Statistics Report Country & City Rankings. (2019). www.iccaworld.org
- Jauhariyah, N. A., Habibulloh, H., & Yazid, A. A. (2021). Potret Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Dalam Perspektif Islam Di Kabupaten BANYUWANGI. *Jurnal Ekonomi Syariah Darussalam*, 2(1), 86-99.
- Jayanti, T. B. (2017). Strategi pengembangan urban heritage tourism Kota Cirebon, Jawa Barat. *Jurnal Koridor*, 8(2), 195-205.
- Kesrul, M. 2004. *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Graha Ilmu
- Krisnadi, A. R., & Dewantara, Y. F. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Pariwisata Di Mice Kota Batam. *Journal FAME: Journal Food and Beverage, Product and Services, Accomodation Industry, Entertainment Services*, 1(1).
- Kusuma, C. S. D. (2019). MICE-Masa depan bisnis pariwisata Indonesia. *Efisiensi*, 16(2), 52-62.

- MR, S. P., & Firmansyah, A. (2023). Penerapan konsep keberlanjutan pada pelaku industri MICE (Meeting, Incentives, Conference, & Exhibition) di Indonesia.
- Mulyadi. (2015). Studi Kebijakan Publik Dan Pelayanan Publik. Bandung: Alfabeta.
- M., C. D., F. M., & E. R. (2019). Kajian Lokasi Potensial Perumahan Dan Permukiman Di Kabupaten Pesawaran Dengan Sistem Informasi Geografis (Sig). *Jurnal Geofisika Eksplorasi* Vol. 5/No.3, 185-192.
- Nugroho, S. P., Setyawan, A. A., Isa, M., Susila, I., Praswati, A. N., & Mangifera, L. (2018). Strategi Pengembangan Mice Sebagai Upaya Peningkatan Sektor Pariwisata Kota Surakarta. In *The National Conferences Management and Business (NCMAB)* (pp. 176-189).
- Pradana, A. (2024). Konsep MICEHEL pada Strategi Pengembangan Pariwisata di Kota Semarang. *Jurnal Riptek*, 18(2), 149-164.
- Pratama, I. A., & Susanto, E. E. (2024). Strategi pengembangan pariwisata MICE di Indonesia: Potensi, tantangan, dan peluang. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 4(3), 681-692.
- Rizki, S., & Hasanuddin, H. (2016). *Strategi Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kota Batam Dalam Mengembangkan Kota Batam Sebagai Destinasi Wisata Mice (Meeting, Intencive, Conference And Exhibition) Tahun 2011-2014* (Doctoral dissertation, Riau University).
- Setyawan, H. (2018). Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(1), 26.
- Simpenti, R., Santosa, E. B., & Soewarni, I. (2015). Pengembangan kota malang menjadi kota mice. *Spectra*, 13(26), 11-24.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryaningtyas, A., & Akbar, D. (2022, December). Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) di Kabupaten Barito Utara. In *Seminar Nasional Riset Terapan* (Vol. 11, No. 01, pp. 173-180).
- Syarif, L. B., & Sayoga, A. A. H. E. (2023). Analisis Strategi Kebijakan Pengembangan MICE Untuk Meningkatkan Daya Saing Pariwisata Di Kabupaten Semarang. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 5(1), 377-391.

- Van Meter, D. S., & Van Horn, C. E. (1975). *The policy implementation process: A conceptual framework*. *Administration & Society*, 6(4), 445–488. <https://doi.org/10.1177/009539977500600404>
- Widyatama, U. (2019). Identifikasi Potensi Event Venue Dalam Mendukung Kegiatan Mice Di Kota Bandung Desy Oktaviani. 17(2)

