

**DESTINASI MICE: KOTA DEPOK SEBAGAI DESTINASI
ALTERNATIF MICE DI JAWA BARAT
(MICE DESTINATION: THE CITY OF DEPOK AS AN
ALTERNATIVE MICE DESTINATION IN WEST JAVA)**

Yustisia Pasfatima Mbulu¹

Universitas Pancasila

yustisia.pm@univpancasila.ac.id

Yosi Erfinda²

Universitas Pancasila

yosi.erfinda@univpancasila.ac.id

Fetty Nurmala Rossi³

Universitas Pancasila

fetty.nr@univpancasila.ac.id

ABSTRACT

This study aims to map the existing conditions of MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) destinations in Depok City, analyse the attributes of MICE destinations in Depok City as an alternative to MICE destinations in West Java, and formulate a strategy for developing MICE destinations in Depok City in West Java. The research method used is descriptive qualitative with field data surveys or direct observation to the city of Depok. As well as interviews with EOs, hotels, malls, and the Department of Youth, Sports, Culture and Tourism. The results obtained from the MICE destination components have been fulfilled, all of which only need improvement from the aspects of MICE accessibility, MICE attractions and HR. Meanwhile, the attributes of MICE destinations in Depok City as an alternative MICE destination in West Java have been fulfilled. Everything needs to improve accessibility, extra opportunities, information, meetings, accommodation facilities and meeting facilities. Based on calculations using the SWOT approach, the City of Depok as an alternative destination for MICE in West Java is in the quadrant I position. This shows a very favourable situation for Depok City to carry out aggressive growth/growth. Then the results of the IFE and EFE get the value of strength and opportunity (SO) 5.51, strength and threat (ST) 3.16, weakness and opportunity (WO) 2.9, and weakness and threat (WT) 0, 55. The strategy that has the highest value is SO 5.51.

Keywords: *MICE Destination Components, MICE Destination Attributes, SWOT*

ABSTRAK

Tujuan Penelitian ini untuk memetakan kondisi eksisting destinasi MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) di Kota Depok, untuk menganalisis atribut destinasi MICE di kota depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat, serta untuk merumuskan strategi pengembangan Kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di

Jawa Barat. Metode penelitian yang digunakan deskriptif kualitatif dengan pengumpulan data survey lapangan atau observasi langsung ke kota Depok. Serta melakukan wawancara dengan pihak EO (Event Organizer), Hotel, Mall, dan Dinas Pemuda Olahraga Kebudayaan dan Pariwisata. Hasil yang di dapat bahwa komponen destinasi MICE di kota Depok sudah dipenuhi semua hanya masih perlu perbaikan dari aspek aksesibilitas MICE, atraksi MICE dan SDM (Sumber Daya Manusia). Sedangkan atribut destinasi MICE di kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat sudah dipenuhi semua hanya masih perlu perbaikan di aspek aksesibilitas, kesempatan ekstra, Informasi, pertemuan, fasilitas akomodasi dan fasilitas pertemuan. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan pendekatan SWOT dapat disimpulkan bahwa kota Depok sebagai alternatif destinasi MICE di Jawa Barat berada di posisi kuadran I sehingga menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi kota Depok tersebut untuk melakukan strategi agresif/pertumbuhan. Kemudian hasil IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan hasil EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) di dapat nilai *Strength* dan *Opportunities* (SO) sebesar 5,51, *Strength* dan *Threats* (ST) sebesar 3,16, *Weakness* dan *Opportunities* (WO) sebesar 2,9, dan *Weakness* dan *Threat* (WT) sebesar 0,55. Strategi yang mempunyai nilai tertinggi yaitu SO sebesar 5,51.

Kata Kunci: Komponen Destinasi MICE, Atribut Destinasi MICE, SWOT

Received: February 5, 2021/ Reviewed: April 2, 2021/ Published: July 25, 2021

PENDAHULUAN

Dewasa ini Indonesia telah mulai diperhitungkan oleh pasar wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*) sebagai salah satu tempat diselenggarakannya event MICE. Hal ini dapat dilihat dari sejumlah kegiatan besar bertaraf internasional yang mulai diselenggarakan di Indonesia sebagai bentuk kepercayaan masyarakat dunia terhadap Indonesia. Wisata MICE di Indonesia semakin berkembang karena keadaan pertumbuhan ekonomi, stabilitas politik dan keamanan yang kian membaik. Keadaan ini menyebabkan meningkatnya ketertarikan investor asing maupun lokal untuk berinvestasi dalam menyelenggarakan event maupun hanya sekedar berpartisipasi sebagai peserta dalam suatu event MICE. Industri MICE merupakan salah satu indikator perkembangan ekonomi suatu negara di mana pada tiap penyelenggaraan sebuah event baik, yang bertaraf nasional maupun bertaraf internasional memerlukan dukungan perangkat keras berupa infrastruktur fisik, dan perangkat lunak yang meliputi dukungan sumber daya manusia yang ahli yang memiliki mentalitas pelayanan kelas utama. Agar Indonesia dapat lebih diperhitungkan oleh pasar wisata MICE maka dukungan infrastruktur seperti akses udara, jalan atau rel kereta api, *convention center* serta sarana akomodasi yang berkualitas sangatlah penting. Selain dukungan infrastruktur yang memadai faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan karena dapat meningkatkan nilai tambah suatu destinasi adalah keatraktifan destinasi itu sendiri, adanya jaringan pemasaran yang baik serta terdapat Professional Conference Organizer (PCO) nasional/lokal yang ahli dan berkualitas (DJPEN, 2011).

Kedatangan wisatawan MICE ke Indonesia memang tidak sebanyak wisatawan leisure, tetapi lamanya kunjungan dan banyaknya uang yang dibelanjakan wisatawan MICE menjadi daya tarik sendiri. Berdasarkan data dari ICCA (*International Congress*

& *Convention Association*) dirilis pada tahun 2012, jumlah devisa yang dikeluarkan oleh wisatawan MICE adalah tujuh kali lipat dari wisatawan biasa. Wisatawan MICE umumnya diklasifikasikan sebagai “quality tourist” yang cenderung tinggal lebih lama dan menghabiskan uang lebih banyak dari wisatawan biasa (VenueMagz.com). Berikut ini tabel 1 menjelaskan tentang realisasi sebaran event dan wisman MICE terhadap segment MICE tahun 2015-2019. Berdasarkan data tahun 2015-2019 terjadinya peningkatan dari event MICE dimana tahun 2015 jumlah event dari segmen *Corporate* mencapai 201, *Association* mencapai 116, *Government* mencapai 99, *Universities & lainnya* mencapai 59, sedangkan tahun 2019 jumlah event dari segmen *Coporate* mencapai 405, *Association* mencapai 232, *Government* mencapai 196, dan *Universities & lainnya* mencapai 117.

Tabel 1. Realisasi Sebaran Event dan Wisman MICE Terhadap Segment Market MICE tahun 2015-2019

Total Event MICE Berdasarkan Segmen Market	Tahun									
	2015		2016		2017		2018		2019	
Event	Wisman	Event	Wisman	Event	Wisman	Event	Wisman	Event	Wisman	
Corporate	201	157,870	120	185,117	239	309,580	348	524,989	405	864,415
Association	116	88,281	120	103,299	170	172,854	195	293,197	232	488,847
Government	99	69,544	103	81,405	144	136,122	168	231,111	196	397,751
Universities & Others	59	39,051	62	45,641	88	76,454	99	129,703	117	248,987
Total Event MICE per tahun	475	354,746	495	415,522	700	695,010	810	1.179.000	950	2,000,000

Sumber: VenueMagz.com

Pengembangan destinasi MICE di Indonesia fokusnya pada tujuh kota, yaitu Jakarta, Yogyakarta, Bandung, Surabaya, Medan dan Lombok, sambil mendorong destinasi potensial MICE lainnya menjadi destinasi existing seperti Bali dan Jakarta (VenueMagz.com). Salah satu kota yang mempunyai potensi dalam pengembangan destinasi MICE di Jawa Barat adalah Kota Depok.

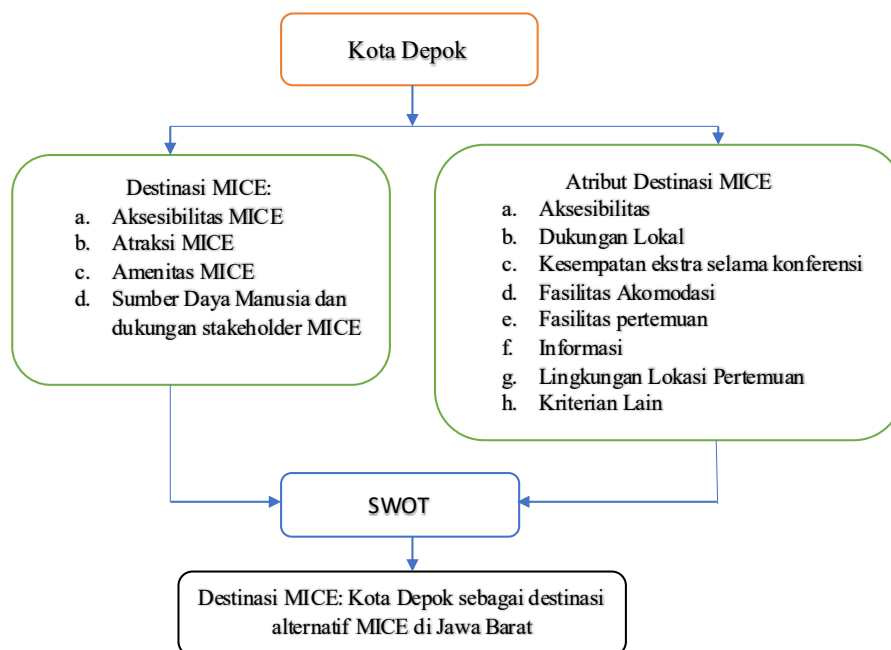
Kota Depok adalah sebuah kota di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Kota ini terletak tepat di selatan Jakarta, yakni antara Jakarta dan Bogor. Depok merupakan kota penyangga Jakarta. Ketika menjadi kota administratif pada tahun 1982, penduduknya hanya 240.000 jiwa, dan ketika menjadi Kotamadya pada tahun 1999 penduduknya 1,2 juta jiwa. Universitas Indonesia (kecuali fakultas Kedokteran, fakultas Kedokteran Gigi, dan sebagian Program Pasca Sarjana) berada di wilayah kota Depok. Pada tahun 2015, Depok merupakan satu dari 10 kota di Indonesia yang mendapatkan penghargaan Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah. Penghargaan ini diberikan kepada pemerintah daerah yang mampu meningkatkan pendapatan daerah. Setiap tahun, Laporan Penyelenggaraan Pemerintahan Daerah (LPPD) “disetor” ke Kementerian Dalam Negeri sebagai indikator tingkat keberhasilan suatu pemerintahan daerah dalam melaksanakan otonomi daerah (westjavainc.org).

Depok sudah berubah, kalimat ini sepertinya sangat tepat bila melihat kondisi kota Depok sekarang ini maju pesat sejak ditetapkannya kota Administratif Depok menjadi Kotamadya Depok berdasarkan Undang-undang nomor 15 tahun 1999 tentang pembentukan Kotamadya Depok dan Kotamadya Cilegon. Begitu banyak perubahan yang sudah terjadi di Kota Depok. Pembangunan terlihat dimana-mana, ada sekolah-sekolah dibangun, puskesmas dibangun, jalan-jalan diperbaiki. Bahkan tingkat

perekonomian Kota Depok tumbuh diatas rata-rata nasional. Masyarakatnya pun hidup dalam alam toleransi dan mendapatkan perlakuan yang sama dari para pemimpinnya yang berdiri di atas semua golongan (westjavainc.org).

Kota Depok menjadi destinasi alternatif MICE di Jawa Barat perlu dilakukan pemetaan kondisi eksisting dari kota Depok itu sendiri dengan melihat komponen destinasi MICE yang terdiri dari Aksesibilitas MICE, Atraksi MICE, Amenitas MICE, dan Sumber Daya Manusia dan dukungan stakeholder hal tersebut sangat penting untuk bisa menentukan apakah kota Depok bisa dijadikan destinasi alternatif MICE di Jawa Barat. Selain melihat komponen destinasi MICE di kota Depok perlu juga dilihat dari atribut Destinasi MICE untuk melihat kesiapan kota Depok sebagai penyelenggara MICE. Atribut Destinasi MICE menurut Crouh & Richie (1998) terdiri dari (1) Aksesibilitas (2) Dukungan lokal (3) Kesempatan ekstra selama konferensi (4) Fasilitas Akomodasi (5) Fasilitas pertemuan (6) Informasi (7) Lingkungan Lokasi Pertemuan (8) Kriterion Lain. Permasalahannya belum adanya peta profil keunggulan destinasi MICE, khususnya di kota Depok sebagai destinasi MICE.

Alasan peneliti melakukan kegiatan penelitian ini untuk membantu pemerintah daerah khususnya kota Depok dalam menentukan strategi yang tepat bagi kota Depok dalam mengembangkan kegiatan MICE agar kota Depok menjadi destinasi alternatif MICE di Jawa Barat. Dengan cara menganalisis unsur SWOT di kota Depok dan dapat memberikan gambaran bagi pemerintah kota serta para stakeholder terkait dalam mengembangkan destinasi MICE di kota Depok yang berdaya saing global dan berkelanjutan. Dari uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah memetakan kondisi eksisting destinasi MICE di Kota Depok, menganalisis Atribut Destinasi MICE di kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat, merumuskan strategi pengembangan Kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat. Berikut ini gambar 1 kerangka pemikiran dari alur penelitian ini untuk menggambarkan proses riset secara keseluruhan.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Selain itu, studi deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi, atau perubahan terhadap variabel-variabel yang diteliti melainkan menggambarkan kondisi apa adanya. Satu-satunya prosedur yang diberikan adalah studi itu sendiri, dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu:

- a. Data primer, yang diperoleh melalui survey lapangan atau observasi langsung ke kota Depok. Serta melakukan wawancara dengan pihak Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata kota Depok, Marketing Hotel Margo, Marketing Hotel Savero, Marketing Mall Margo, EO Tiga Enterprise.
- b. Data sekunder, yang diperoleh dari instansi-instansi terkait, dokumen studi yang pernah dilakukan pada pokok masalah yang sama serta menggali dari studi literatur. Data sekunder diperoleh dengan mengumpulkan bahan-bahan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Depok, mempelajari atau membaca buku-buku teks, serta website. Data sekunder dimaksudkan untuk melengkapi data primer sehingga diharapkan data menambah data yang tidak terdeteksi.

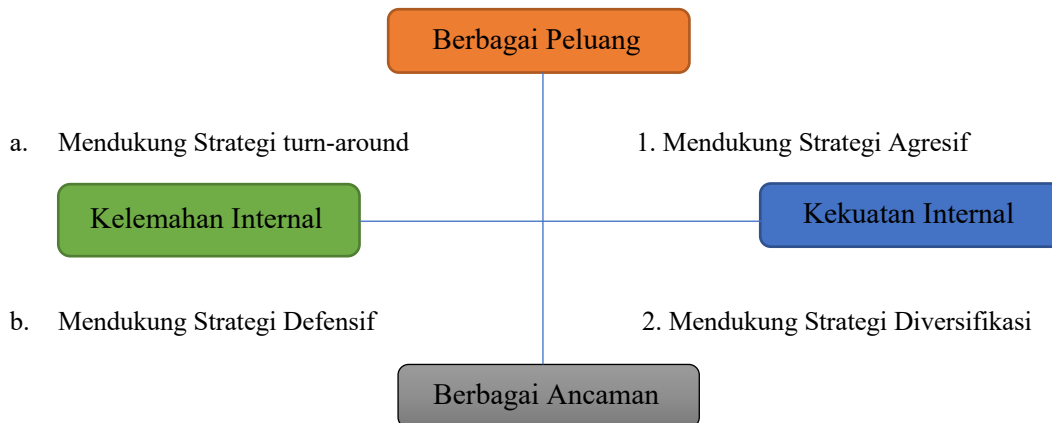
Definisi Operasional Variabel

Tabel 2. Definisi Operasional variable

Variabel	Indikator	Teknik Pengumpulan
Komponen Destinasi MICE	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas MICE • Atraksi (Daya Tarik) MICE • Amenitas MICE • Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder MICE 	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi
Atribut Destinasi MICE	<ul style="list-style-type: none"> • Aksesibilitas • Dukungan Lokal • Kesempatan Ekstra Selama Konferensi • Fasilitas Akomodasi • Fasilitas Pertemuan • Informasi • Lingkungan Lokasi Pertemuan • Kriteria lain 	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi
SWOT	<ul style="list-style-type: none"> • Kekuatan • Kelemahan • Peluang • Ancaman 	<ul style="list-style-type: none"> • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi • Wawancara, Observasi

Dalam penelitian ini menggunakan analisis SWOT (*Strenghts, Weakness, Opportunities and Threats*). Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan sebagai instrumen dalam pemilihan strategis dasar adalah melalui analisis SWOT Rangkuti (2006) menjelaskan bahwa analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi organisasi. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*).

Analisis SWOT digunakan untuk membandingkan faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal terdiri dari peluang dan ancaman, sedangkan faktor internal terdiri dari kekuatan dan kelemahan. Berikut ini gambar 2 Matriks Grand Strategy merupakan tahapan pencocokan (*matching stage*) pada proses formulasi strategi. Matrik ini didasarkan pada dua dimensi evaluasi yaitu posisi kompetitif (*Competitive position*) dan pertumbuhan pasar (*Market growth*).



Gambar 2. Matriks Grand Strategy

Kuadran I:

Ini merupakan situasi yang menguntungkan dimana hal tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif.

Kuadran II :

Meskipun menghadapi berbagai ancaman tetapi masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran III :

Situasi ini menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Fokus strategi ini yaitu meminimalkan masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut pasar yang lebih baik (*turn around*).

Kuadran IV :

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal. Fokus strategi yaitu melakukan tindakan penyelamatan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar (defensive).

Dalam analisis SWOT, dilakukan perbandingan antara faktor-faktor strategis internal maupun eksternal untuk memperoleh strategi terhadap masing-masing faktor tersebut, kemudian dilakukan skoring. Berdasarkan hasil yang diperoleh kemudian ditentukan fokus rekomendasi strategi. Alat yang digunakan dalam menyusun faktor-faktor strategis perusahaan adalah matriks SWOT. Matriks ini menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman internal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan internal yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis, seperti pada Tabel 3 berikut :

Tabel 3. Matriks SWOT

IFE	STRENGTH (S)	WEAKNESSES
EFE	(Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal)	(Tentukan 5-10 faktor kelemahan internal)
OPPORTUNITIES (O)	Strategi SO	Strategi WO
(Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal)	Daftar kekuatan untuk meraih keuntungan dari peluang yang ada	Daftar untuk memperkecil kelemahan dengan memanfaatkan keuntungan dari peluang yang ada
THREATS (T)	Strategi ST	Strategi WT
(Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal)	Daftar kekuatan untuk menghindari ancaman	Daftar untuk memperkecil kelemahan dan menghindari ancaman

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Destinasi MICE di Kota Depok

a. Aksesibilitas MICE

Kota Depok memiliki Aksesibilitas yang sangat mudah di jangkau dari mana saja karena Kota Depok berada di tengah-tengah antara DKI Jakarta dan Jawa Barat. Maka di sini bisa dikatakan kota Depok mempunyai peluang yang sangat besar dalam pengembangan destinasi MICE di kota Depok. Wisatawan MICE menuju kota Depok dapat melalui akses penerbangan, kereta api, serta bis antar kota. Untuk jalur penerbangan bisa di lalu oleh 2 (dua) bandara yaitu bandara soekarno hatta dan bandara Halim khusus wisatawan MICE baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Sedangkan akses kereta api khusus wisatawan MICE pulau jawa dan akses bis antar kota dapat digunakan oleh wisatawan MICE Nasional. Aksesibilitas di kota Depok sendiri yang sekarang sedang di perluas baik jalan raya maupun jalan tol memudahkan jalur masuk maupun jalur keluar menuju ke kota Depok sehingga kegiatan MICE dapat berjalan dengan lancar tanpa ada kendala dari aspek Aksesibilitas itu sendiri. Hanya kendala yang paling sering terjadi adalah kemacetan di kota Depok.

b. Atraksi (Daya Tarik) MICE

Kota Depok memiliki atraksi wisata berupa wisata alam seperti Setu. Setu yang dimiliki kota Depok sendiri mencapai 23 Setu yang sekarang sedang diperbaiki fungsi dan kegunaannya oleh Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata agar Setu tersebut dapat menjadi atraksi wisata penunjang dari kegiatan MICE di Kota Depok. Untuk atraksi MICE di kota Depok masih perlu dioptimalkan lagi karena masih banyak atraksi lainnya yang bisa ditawarkan pada wisatawan MICE hanya belum tertata dengan baik salah satu contohnya atraksi wisata budaya. Sehingga perlu kerjasama antara pemerintah kota Depok maupun pengelola atraksi wisata yang ada di kota Depok dalam pengembangan atraksi tersebut.

c. Amenitas MICE

Kota Depok sudah memiliki amenitas MICE berupa Hotel berbintang 4+ (empat +), bintang 3 (tiga) & bintang 2 sebagai tempat penyelenggaraan kegiatan MICE. Selain hotel, kota Depok juga memiliki Mall yang dapat digunakan sebagai kegiatan pameran. Salah satu contoh kegiatan pameran yang diadakan di Mall Margo yaitu pameran UMKM bekerjasama antara Mall Margo dengan Pemerintah kota Depok tujuannya untuk meningkatkan UMKM serta menunjang kegiatan MICE di kota Depok. Sedangkan untuk restoran atau café kekinian sudah banyak di kota Depok serta fasilitas penunjang lainnya seperti money charge, rumah sakit, bank, ATM, dll. Keadaan lingkungan kota Depok sendiri sekarang makin rapih dan bersih menambah daya tarik bagi wisatawan MICE, serta citra kota Depok sendiri sekarang layak dijadikan sebagai kota MICE karena memiliki berbagai aspek untuk menyelenggarakan kegiatan MICE.

d. Sumber Daya Manusia dan Dukungan Stakeholder MICE

Sumber daya manusia (SDM) dalam pengembangan kota Depok sebagai destinasi MICE bisa dikatakan siap dilihat dengan SDM yang ada di hotel memiliki ketrampilan yang sangat baik dalam melayani tamu MICE serta dalam melaksanakan kegiatan MICE itu sendiri. Sedangkan untuk SDM dari Event Organizer (EO) sendiri yang berdomisili di kota Depok hanya memiliki 1 (satu) EO profesional yang sudah berdiri selama 20 tahun, tetapi event yang diselenggarakan oleh EO masih banyak diselenggarakan di luar kota Depok sehingga masih perlu kerjasama yang baik antara EO dengan pemerintah kota Depok, industri hotel, pengelola atraksi, dll untuk mengembangkan kegiatan MICE di kota Depok.

2. Atribut Destinasi MICE di kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat.

a. Aksesibilitas

Aksesibilitas menuju kota Depok baik dari dalam negeri maupun luar negeri dapat menggunakan akses penerbangan melalui bandara soekarno hatta maupun bandara halim dengan tujuan Jakarta. Frekuensi penerbangan menuju ibu kota Jakarta bisa dikatakan sangat mudah karena berbagai macam maskapai penerbangan baik dari dalam maupun luar negeri semuanya ada rute menuju Jakarta. Ada juga akses menggunakan kereta api, khusus akses kereta api hanya bisa digunakan wisatawan MICE di pulau Jawa saja. Sedangkan akses menggunakan Bis antar kota bisa digunakan wisatawan nasional menuju kota Depok. Untuk jadwal penerbangan, kereta api, maupun bis antar Kota sangat fleksibel sehingga memudahkan kegiatan MICE di kota Depok. Hambatan yang di dapat pada aksesibilitas hanya kota Depok selalu mengalami kemacetan sehingga dapat mengganggu kegiatan MICE itu sendiri. Dapat dikatakan untuk aksesibilitas menuju kota Depok sangat mudah dicapai baik dari dalam negeri maupun luar negeri sehingga kota Depok bisa dijadikan destinasi alternatif MICE di Jawa Barat.

b. Dukungan Lokal

Dukungan asosiasi lokal seperti PHRI, kolam renang, arena permainan anak, destinasi wisata yang ada di kota Depok sangat besar. Begitu juga dukungan subsidi yang diberikan oleh pemerintah ke kota Depok berupa *special rate /corporate rate* kepada calon wisatawan MICE yang akan melakukan kegiatan MICE di kota Depok. Tidak hanya

itu saja dari sektor restaurant dan Kawasan lainnya memberikan kontribusi yang sangat baik terhadap pemerintah kota Depok yaitu dengan membayar retribusi dan pajak dengan baik sehingga hasil dari pajak tersebut dapat digunakan untuk membangun kota Depok khususnya peningkatan kegiatan MICE di kota Depok.

c. Kesempatan Ekstra selama Konferensi

Kota Depok sudah memiliki Mall seperti Mall Margo. Mall Margo sendiri termasuk salah satu mall yang memiliki fasilitas hiburan/entertainment karena memiliki beragam restoran dan theater. Selain itu juga mall margo bisa dijadikan sebagai pilihan untuk berbelanja/shopping, dan rekreasi khususnya olahraga karena mall margo memiliki tenant utk gym. Restoran atau café di luar mall juga sudah banyak di kota Depok khususnya restoran atau café kekinian. Untuk atraksi wisata alam maupun budaya masih dalam pengembangan untuk menunjang kegiatan MICE, masih membutuhkan kerjasama antara pemerintah kota Depok dan pengelola atraksi wisata yang ada di kota Depok agar atraksi wisata alam maupun budaya dapat dioptimalkan untuk kegiatan MICE.

d. Fasilitas Pertemuan

Fasilitas Pertemuan di kota Depok sudah memadai dari hotel bintang 4+ (empat +), Bintang 3 (tiga), & Bintang 2 (dua). Salah satu hotel bintang 4+ (empat+) di kota Depok seperti Margo hotel memiliki 11 ruang meeting bernama burgundy 1-11 dan Grand Ballroom dengan kapasitas mencapai 1200 tamu. Tidak hanya itu Margo Hotel juga memiliki executive lounge. Grand Ballroom bisa di breakout menjadi 3 (tiga) bagian dengan masing-masing kapasitas sebanyak 350 peserta/ruangan. Margo hotel bisa dijadikan lokasi untuk event pameran. Bahkan beberapa kali Margo hotel mengadakan exhibition seperti pameran budaya, kerajinan di area foyer ballroom. Margo Hotel memiliki beberapa Paket meeting seperti full day (8 jam), half day (4 jam), dan Residential meeting (Kamar & Paket Meeting) untuk memenuhi kegiatan MICE di kota Depok data lengkap dapat di lihat pada gambar 3 paket MICE di margo hotel beserta Harga.

THE MARGO HOTEL

LUNCH MEETING PACKAGE IDR.250.000.-Nett/Persons

Inclusive:
Three (3) Hours use of Meeting Room
One (1) Time of Lunch Buffet
21% Service and Taxes

COFFEE BREAK MEETING PACKAGE IDR.200.000.-Nett/Persons

Inclusive:
Three (3) Hours use of Meeting Room
One (1) Times of Coffee Break
21% Service and Taxes

Meeting Equipment:
Two (2) Microphone with Standard Sound System,
One (1) Flipchart, LCD Projector, Note Pad, Pencil,
Screen, Mineral Water, Candy, Registration desk

Additional (if any):

Additional Lunch	IDR. 200.000 Net
Additional Dinner	IDR. 210.000 Net
Additional Coffee break	IDR. 110.000 Net
Additional Microphone	IDR. 250.000 Net
Additional Flipchart	IDR. 150.000 Net

DELUXE ROOM : Rp. 968.000, nett/room/night
SUITE ROOM : Rp.1.270.500, nett/room/night
EXECUTIVE SUITE ROOM : Rp.1.875.500, nett/room/night
(Inclusive Breakfast for Maximum 2 Persons)

Inclusive of:
Room and Breakfast for (Two Person)
A non-alcoholic welcome drink
Two bottles of mineral water in each guest room, replenished daily
Free Fitness Center and Swimming Pool
Free WiFi

Additional (if Any):
Additional Breakfast **Rp.121.000, nett / person / day**

Room Facilities:	Hotel Facilities:
- LED TV with Satellite and Premium TV Channel	- M pool & Bistro
- Individually Controlled AC	- Lobby Lounge
- 2 Complimentary Bottles of Mineral Water	- 24 hours room service
- Safe Deposit Box	- Free Wi-Fi
- Hair Dryer	- IPTV
- Mini Bar	- Business center
- Full Bathroom Amenities	- Swimming Pool
- Coffee & tea maker	- Fitness Center
- Hi speed 24 hours Wi-Fi internet access	- Executive Lounge
- Full bathroom amenities	

J. Margonda Raya No.358 Depok 16423-INDONESIA P+6221 29515888 F+ 6221 29515889
www.themargohotel.com

Gambar 3. Paket MICE di Margo Hotel beserta Harga
Sumber: Margo Hotel

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Margo Hotel terhadap kegiatan MICE sudah sesuai dengan standard national maupun standard internasional. Terbukti Kegiatan MICE yang ada di Margo hotel lebih banyak mengarah ke *meeting, conference, dan exhibition* serta *social event* (wedding & ulang tahun). Acara *meeting* paling banyak dari kementerian seperti Kementerian Tenaga Kerja, ESDM, Universitas Jayabaya, Universitas Pancasila, Gunadharma dan Universitas Indonesia. Sedangkan dari *Corporate* seperti Antam, Nestle, Frisian Flag, dan Panasonic.

Margo hotel memiliki sistem keamanan seperti keamanan yang sudah ada dari lobby hotel, dan memiliki sebanyak 33 *security* yang bertanggung jawab di hotel margo setiap harinya guna menyediakan keselamatan dan keamanan lingkungan hotel. Margo hotel juga memiliki jalur evakuasi, tangga darurat. Jadi biasanya pada saat kegiatan MICE H-1 sebelum acara pihak margo akan mengadakan *safety briefing* dengan seluruh tim *security* yang menjelaskan secara detail utk jalur evakuasi, tangga darurat, area titik kumpul dan kebutuhan lainnya. Berikut gambar 4 merupakan ruang meeting margo hotel Depok yang terdiri dari Burgundy 1-11 dan Grand Ballroom dengan kapasitas mencapai 1200 tamu.

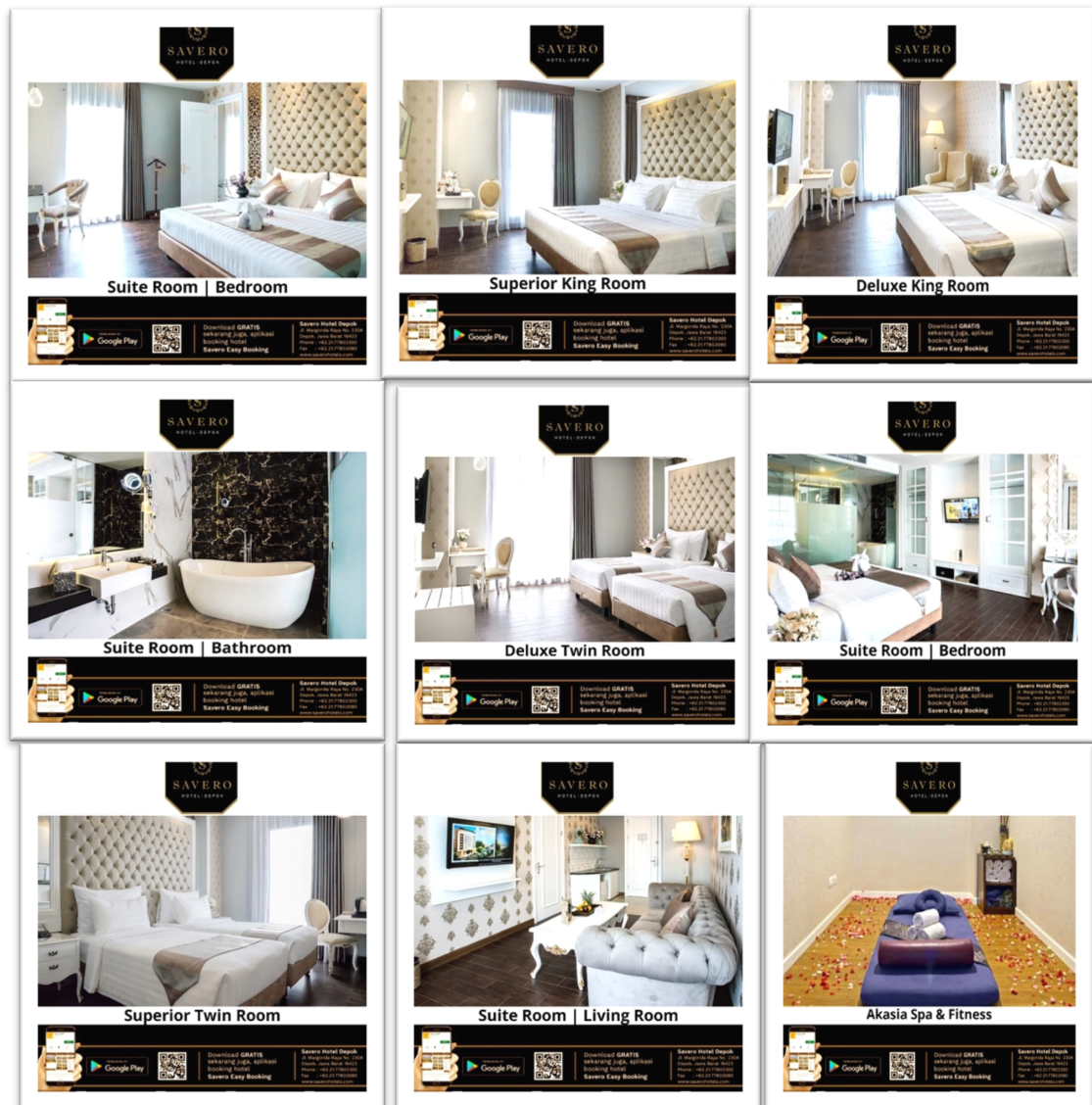


Gambar 4. Ruang Meeting Margo Hotel Depok

Sumber: Margo Depok

e. Fasilitas Akomodasi

Fasilitas akomodasi di kota Depok salah satunya di hotel bintang 3 (tiga) yaitu Hotel Savero. Hotel Savero Memiliki jumlah kamar 128 kamar tamu yang dirancang dengan ahli yang dibagi menjadi tiga tipe kamar yang berbeda: *Superior*, *Deluxe*, dan *Suite*. Dengan fasilitas pendukung seperti restoran & spa. Berikut gambar 5 merupakan tipe kamar yang dimiliki oleh Hotel Savero Depok beserta fasilitas lainnya.



Gambar 5. Tipe Kamar di Hotel Savero Depok

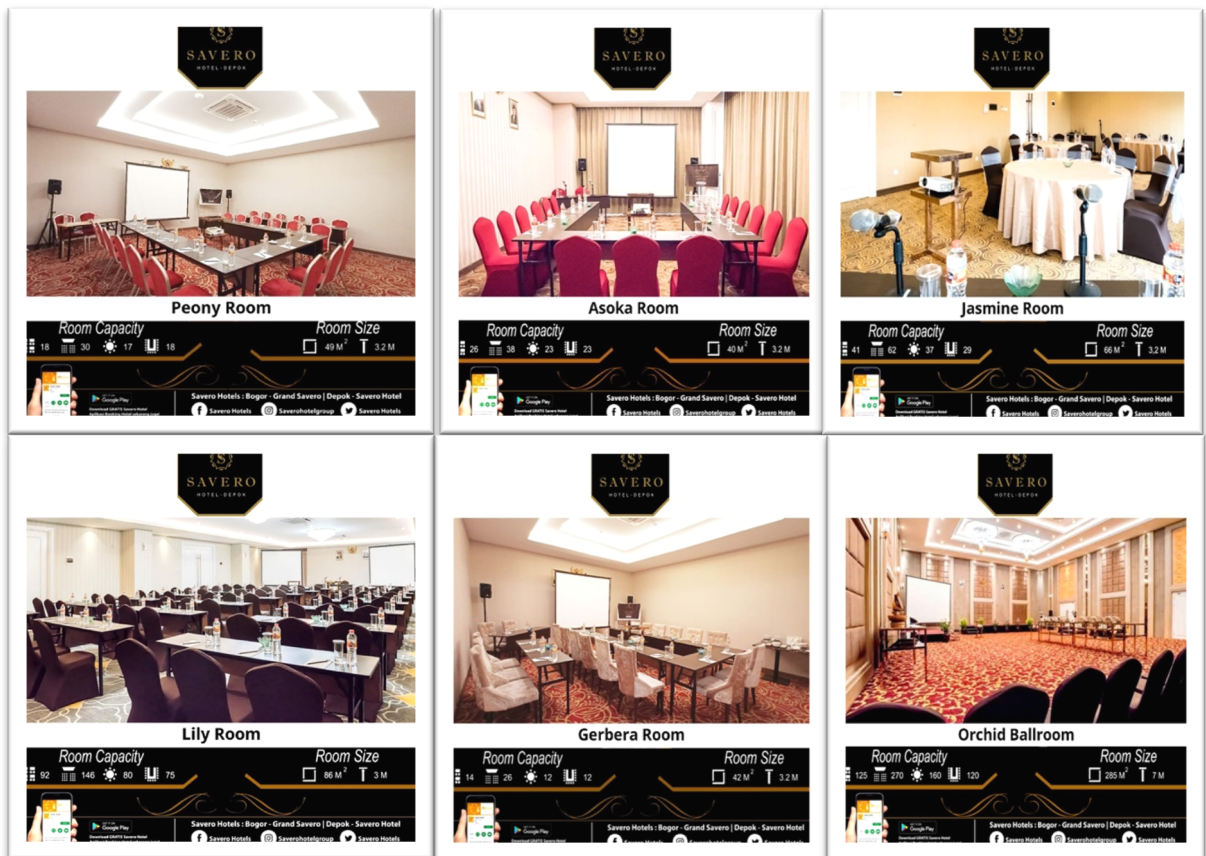
Sumber: Hotel Savero Depok

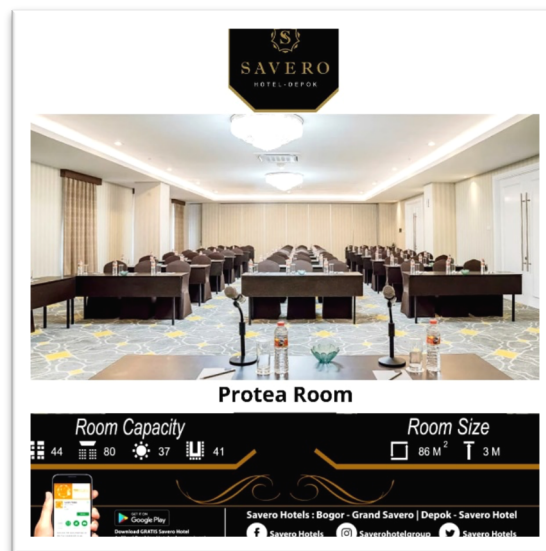
Hotel Savero Depok juga memiliki area meeting ballroom (kapasitas max 300 – new normal kapasitas max 120 peserta) & 6 (enam) ruang meeting kecil. Paket meeting yang dimiliki oleh Hotel Savero Depok ada Halfday meeting, Fullday meeting, One day meeting, dan fullboard meeting. Paket meeting yang sering digunakan oleh konsumen adalah halfday, fullday dan fullboard. Terutama Sektor kementerian menggunakan fullboard dan fullday meeting Sedangkan Sektor *corporate* menggunakan halfday dan fullday meeting. Savero hotel tidak menerima ruangan pameran karena biasanya organizer hanya menyewa ruangan saja, sedangkan dari pihak manajemen Savero hotel tidak memberlakukan room rental.

Tabel 4. Ruang Meeting di Hotel Savero

VENUE	DIMENSION	STANDING	THEATER	CLASS ROOM	U-SHAPE	ROUND TABLE
ORCHID BALLROOM	15 x 19 x 7	500 pax	200 pax	150 pax	150 pax	135 pax
LILY	18,3 x 9,3 x 3	-	120 pax	92 pax	82 pax	86 pax
JASMINE	12 x 5,5 x 3,2	-	70 pax	50 pax	50 pax	50 pax
PROTEA	9,3 x 7,2 x 3	-	62 pax	35 pax	35 pax	34 pax
GARBERA	7,2 x 5,8 x 3,2	-	34 pax	20 pax	29 pax	26 pax
PEONY	7,2 x 5,8 x 3,2	-	34 pax	21 pax	29 pax	27 pax
ASOKA	5 x 8 x 3,2	-	34 pax	22 pax	29 pax	28 pax

Sumber: Hotel Savero





Gambar 5. Ruang Meeting yang dimiliki Hotel Savero Depok

Sumber: Hotel Savero

Hotel Savero memiliki sistem keamanan seperti keamanan yang sudah ada dari lobby hotel. Keamanan diperuntukan bagi tamu yang menginap, akses menuju ke atas menggunakan lift dan hanya tamu yang menginap saja dapat mengakses ke kamar, karena aksesnya berasal dari kunci kamar. Keamanannya dari kunci kamar yang disesuaikan dengan lantai. Begitupun juga dengan area ballroom dan meeting apabila di kawasan tersebut tidak ada kegiatan meeting maka ruangan tersebut akan dikunci. Hotel memiliki jalur evakuasi disetiap lantainya, serta memiliki peralatan untuk evakuasi. Area titik kumpul apabila terjadi hal yang tidak diinginkan maka pusatnya ada di lobby.

f. Informasi

Reputasi kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat menurut sudut pandang Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Depok bahwa kota Depok layak sebagai destinasi Alternatif MICE di Jawa Barat hanya butuh peningkatan/perbaikan di beberapa aspek salah satu contohnya perbaikan untuk aspek atraksi wisata guna menunjang kegiatan MICE di kota Depok yang masih harus dibenahi. Sedang menurut sudut pandang industri hotel bahwa kota Depok layak dijadikan sebagai kota MICE karena pilihan hotel yang beragam sehingga wisatawan MICE yang ingin mengunjungi kota Depok bisa memilih pilihan hotel sesuai kebutuhan.

Untuk pemasaran sendiri dari sisi pemerintahan kota Depok masih dalam pembenahan menuju pemasaran digital, sedangkan dari sisi industri hotel sendiri sudah sangat bagus dalam pemasaran MICE terbukti untuk hotel Margo maupun hotel Savero Depok selalu penuh setiap hari untuk kegiatan MICE nya.

g. Lingkungan Lokasi

Kota Depok mempunyai iklim yang baik untuk kegiatan MICE dan memiliki daya tarik lingkungan bagi wisatawan MICE karena kota Depok berdekatan dengan ibu kota Jakarta serta dekat dengan kota lainnya yang ada di Jawa Barat seperti Bogor, Bekasi,

Sentul, dll. Sehingga wisatawan MICE dapat dengan mudah memilih tempat untuk dikunjungi.

h. Pertemuan

Infrastruktur lokal kota Depok sudah memenuhi standar yang dibutuhkan untuk kegiatan MICE hanya ada beberapa aspek yang harus dibenahi sehingga butuh kerjasama dari berbagai pihak agar dapat di penuhi semua. Untuk keramahan masyarakat lokal Depok sendiri sudah sangat baik sehingga wisatawan MICE dapat merasakan kenyamanan selama berada di kota Depok.

i. Kriteria lain

Resiko

Setiap daerah/wilayah memiliki risiko yang dialaminya, hanya bagaimana pemerintah maupun warga sekitar dapat menangani hal ini dengan baik. Kota Depok tentu saja pernah mengalami kejadian yang dapat menimbulkan risiko seperti bencana alam terutama gempa bumi karena lokasi yang berada ditengah antara DKI Jakarta dan Kota Bogor sehingga berdampak kepada kota Depok. Kejadian terakhir terjadi pada bulan Maret 2020, dampak gempa yang terjadi tidak terlalu besar dan tidak mempengaruhi lingkungan sekitar akan tetapi setiap *stakeholder* baik itu mall, hotel, maupun pusat keramaian lainnya sudah memiliki SOP dalam menangani gempa bumi. Tidak hanya itu, dilansir dalam artikel goodnewsfromindonesia.id. Kota Depok dijuluki sebagai kota petir. Hal ini juga berdampak pada penyelenggaraan event, karena setiap *stakeholder* harus mempersiapkan genset apabila terjadi mati lampu. Dengan adanya antisipasi yang dimiliki oleh setiap stakeholder di kota Depok untuk menangani risiko-risiko yang terjadi, membuat penyelenggaraan event jauh lebih siap untuk dilaksanakan.

Promosi Asosiasi

Partisipasi kota Depok untuk melakukan pendekatan dengan Asosiasi MICE bisa menjadi peluang untuk mendapat informasi atau bertukar pikir perkembangan MICE saat ini, seperti INCCA (Indonesia Congress and Convention Association) atau Asperapi (Asosiasi Perusahaan Pameran Indonesia). Dengan adanya pendekatan antara Kota Depok dengan asosiasi bertujuan untuk kesadaran terhadap potensi Kota Depok menjadi destinasi MICE untuk berbenah diri memberikan kontribusi terhadap ekonomi daerah.

3. Strategi Pengembangan Kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat.

a. Analisis Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari Faktor-faktor internal yang terdapat pada Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat. Matriks IFE menunjukkan kondisi internal Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat berupa kekuatan dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 5. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*)

Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Kekuatan			
a. Aksesibilitas kota Depok sangat mudah di jangkau dari mana saja.	0,09	4	0,36
b. Akomodasi seperti Hotel bintang 4+(empat +), bintang 3 (tiga), dan bintang 2 (dua) sudah ada di kota Depok.	0,08	3,6	0,28
c. Hotel bintang 4+(empat +) & 3 (tiga) Sudah memiliki paket-paket meeting seperti Halfday meeting, Fullday meeting, One day meeting, dan fullboard meeting.	0,08	3,6	0,28
d. Memiliki shopping mall untuk kebutuhan belanja sebagai penunjang kegiatan MICE.	0,08	3,4	0,27
e. Kegiatan Pameran bisa diadakan di Hotel & Mall.	0,08	3,8	0,30
f. Event-Event pameran UMKM diselenggarakan oleh pemerintah kota Depok bekerjasama dengan Mall Margo sebagai penunjang kegiatan MICE	0,07	3	0,21
g. Special event seperti konser musik & festival selalu diadakan di Mall Margo sebagai penunjang kegiatan MICE	0,07	3,2	0,22
h. Sudah ada pelayanan antar jemput dari/ke bandara untuk tamu MICE yang disediakan oleh hotel bintang 4+(empat +) & 3 (tiga) yang ada dikota Depok.	0,07	3,2	0,22
i. Fasilitas penunjang seperti money charge, perbankan, rumah sakit, Mall, keamanan, fasilitas hiburan/entertainment, restoran & cafe, olahraga/Gym sudah di miliki kota Depok.	0,08	3,8	0,30
j. Dukungan Asosiasi lokal seperti PHRI, Kolam Renang, Arena Permainan anak-anak, destinasi wisata bekerjasama dengan pemerintah kota Depok dalam meningkatkan kegiatan MICE.	0,08	3,6	0,28
k. Memiliki Perusahaan yang bergerak dibidang Event dan MICE dengan pengalaman lebih dari 20 tahun yaitu Tiga Enterprise yang berdomisili di Kota Depok.	0,05	2,2	0,11
Total	0,83		2,83
Kelemahan			
l. Untuk kegiatan <i>Incentive</i> belum bisa diadakan di Kota Depok	0,02	1	0,02
m. <i>Event Organizer</i> (EO) dikota depok hanya ada 1(satu) EO yang aktif contohnya Tiga Enterprise untuk kegiatan MICE	0,03	1,6	0,04
n. Belum ada kerjasama antara Pemerintah Depok dengan EO yang ada di kota Depok untuk kegiatan MICE sehingga masih berjalan sendiri-sendiri.	0,02	1	0,02
o. Atraksi wisata seperti wisata budaya belum dioptimalkan dengan baik sebagai penunjang kegiatan MICE di kota Depok.	0,02	1	0,02
p. Peran Pemerintah Kota Depok untuk melakukan audiensi dengan para stakeholder MICE masih kurang aktif dan memonitor kegiatan event yang diselenggarakan di Kota Depok kurang maksimal.	0,02	1	0,02
q. Database Event yang diselenggarakan di Kota Depok hanya dimiliki oleh masing-masing penyelenggara acara seperti Hotel/EO.	0,02	1	0,02

r. Pendataan database event yang diselenggarakan Kota Depok juga belum maksimal hanya event-event yang dimiliki oleh Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Depok.	0,04	2	0,08
Total	0,17		0,22
Total IFE	1		3,05

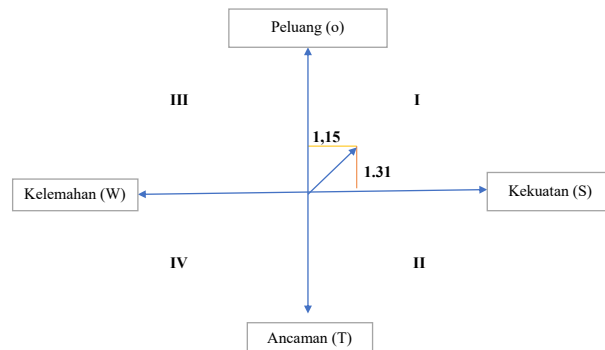
b. Analisis Matriks IFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Matriks EFE digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari Faktor-faktor Eksternal yang terdapat pada Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat. Matriks EFE menunjukkan kondisi Eksternal Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat berupa Peluang dan Ancaman yang dihitung berdasarkan rating dan bobot.

Tabel 6. Matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)

Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor Bobot
Peluang			
a. Kota Depok merupakan kota penyangga ibu kota Jakarta.	0,14	4	0,56
b. Pemerintah kota Depok sedang memperbaiki atraksi wisata alam yang ada di kota Depok seperti 23 Setu yang akan di kembangkan sebagai penunjang kegiatan MICE.	0,10	2,8	0,28
c. Kegiatan meeting biasanya dari Kementerian, Universitas, & <i>Corporate</i> sehingga dapat meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok.	0,13	3,8	0,49
d. EO Depok biasanya menangani <i>event Launching, brand activation, & awarding night</i> sehingga dapat meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok.	0,09	2,6	0,23
e. Pemerintah kota Depok Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata memberikan dukungan untuk meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok dengan memberikan pembinaan, pelatihan dengan menunjang sertifikasi bagi Stakeholder dalam kegiatan MICE.	0,10	2,8	0,28
f. Pemerintah kota Depok Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata memberikan dukungan untuk meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok dengan melakukan monitoring terhadap destinasi MICE di kota Depok serta melakukan Evaluasi terhadap kegiatan tersebut.	0,10	2,8	0,28
g. Peluang event akademisi di Kota Depok bisa menjadi target penunjang kegiatan MICE meningkat, dimana dilihat secara demografis Kota Depok memiliki Universitas Terbesar di Indonesia yaitu Universitas Indonesia dan Beberapa Universitas Swasta, Menjadi peluang kota Depok untuk menjadi <i>Central of Academic Venue</i> di Indonesia.	0,14	4	0,56
Total	0,8		2,68
Ancaman			
h. Akses menuju kota Depok selalu Macet.	0,07	2	0,14

i. Depok memiliki potensi kegiatan MICE tetapi tidak dioptimalkan dengan baik.	0,06	1,8	0,11
j. EO yang berada di kota Depok lebih banyak menangani Event untuk di luar kota Depok	0,03	1	0,03
k. Kota Depok memiliki Kompetitor dalam pengembangan Destinasi MICE seperti kota Bekasi & Sentul.	0,04	1,2	0,05
Total	0,2		0,33
Total EFE	1		3,01



Gambar 6. Diagram Kuadran Analisis SWOT Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat

Hasil analisis menempatkan titik posisi Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat pada kuadran I dari diagram analisis SWOT. Posisi pada kuadran I menjelaskan bahwa Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat memiliki peluang dan kekuatan besar sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Kondisi ini mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategi*). Sehingga tidak menutup kemungkinan Kota Depok Sebagai Destinasi Alternatif MICE Di Jawa Barat dan dapat bersaing dengan kota-kota lain sebagai pesaingnya seperti kota Bekasi, Sentul dan kota bogor.

c. Matrik SWOT

Tabel 7. Matrik SWOT

Internal	Strength (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> Aksesibilitas kota Depok sangat mudah di jangkau dari mana saja. Akomodasi seperti Hotel bintang 4+ (empat+), bintang 3 (tiga), & bintang 2 (dua) sudah ada di kota Depok. Hotel bintang 4+(empat +) & 3 (tiga) Sudah memiliki paket-paket meeting seperti Halfday meeting, Fullday meeting, One day meeting, dan fullboard meeting. Memiliki shopping mall untuk kebutuhan belanja sebagai penunjang kegiatan MICE. 	<ul style="list-style-type: none"> Untuk kegiatan <i>Incentive</i> belum bisa diadakan di Kota Depok Event Organizer (EO) dikota Depok hanya ada 1(satu) EO yang aktif contohnya Tiga Enterprise untuk kegiatan MICE Belum ada kerjasama antara Pemerintah Depok dengan EO yang ada di kota Depok untuk kegiatan MICE sehingga masih berjalan sendiri-sendiri. Atraksi wisata seperti wisata budaya belum dioptimalkan dengan baik sebagai

- Kegiatan Pameran bisa diadakan di Hotel & Mall.
 - Event-Event pameran UMKM diselenggarakan oleh pemerintah kota Depok bekerjasama dengan Mall Margo sebagai penunjang kegiatan MICE.
 - Special event seperti konser musik & festival selalu diadakan di Mall Margo sebagai penunjang kegiatan MICE.
 - Sudah ada pelayanan antar jemput dari/ke bandara untuk tamu MICE yang disediakan oleh hotel bintang 4+(empat+) & 3(tiga) yang ada dikota Depok.
 - Fasilitas penunjang seperti money charge, perbankan, rumah sakit, Mall, keamanan, fasilitas hiburan/entertainment, restoran & cafe, olahraga/Gym sudah di miliki kota Depok.
 - Dukungan Asosiasi lokal seperti PHRI, Kolam Renang, Arena Permainan anak-anak, destinasi wisata bekerjasama dengan pemerintah kota Depok dalam meningkatkan kegiatan MICE.
 - Memiliki Perusahaan yang bergerak dibidang Event dan MICE dengan pengalaman lebih dari 20 tahun yaitu Tiga Enterprise yang berdomisili di Kota Depok.
- penunjang kegiatan MICE di kota Depok.
- Peran Pemerintah Kota Depok untuk melakukan audiensi dengan para stakeholder MICE masih kurang aktif dan memonitor kegiatan event yang diselenggarakan di Kota Depok kurang maksimal.
 - Database Event yang diselenggarakan di Kota Depok hanya dimiliki oleh masing-masing penyelenggara acara seperti Hotel/EO.
 - Pendataan database event yang diselenggarakan Kota Depok juga belum maksimal hanya event-event yang dimiliki oleh Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata Kota Depok.

Eksternal

Opportunities (O)	Strategi SO	Strategi WO
<ul style="list-style-type: none"> • Kota Depok merupakan kota penyangga ibu kota Jakarta. 	<ul style="list-style-type: none"> • Peningkatan aksesibilitas menuju kota Depok sebagai kota penyangga ibu kota Jakarta yang memiliki waktu tempuh atau jarak lebih cepat dan mudah serta biaya yang murah. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bekerjasama antara pihak pemerintah kota Depok, stakeholder MICE, industri hotel, <i>corporate</i>, EO & pengelola atraksi wisata dengan memenuhi kebutuhan kegiatan incentive sehingga dapat mengadakan kegiatan <i>incentive</i> di kota Depok

-
- Pemerintah kota Depok sedang memperbaiki atraksi wisata alam yang ada di kota Depok seperti 23 Setu yang akan dikembangkan sebagai penunjang kegiatan MICE.
 - Kegiatan meeting biasanya dari Kementerian, Universitas, & Corporate sehingga dapat meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok
 - EO Depok biasanya menangani *event Launching, brand activation, & awarding night* sehingga dapat meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok.
 - Pemerintah kota Depok Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata memberikan dukungan untuk meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok dengan memberikan pembinaan, pelatihan dengan menunjang sertifikasi bagi Stakeholder dalam kegiatan MICE.
 - Perintah kota Depok Dinas Pemuda Olahraga, Kebudayaan dan Pariwisata memberikan dukungan untuk meningkatkan kegiatan MICE di kota Depok dengan melakukan monitoring terhadap destinasi MICE di kota Depok serta melakukan Evaluasi terhadap kegiatan tersebut
 - Meningkatkan atraksi wisata yang ada di kota Depok seperti atraksi wisata alam yaitu 23 Setu untuk mendukung kegiatan MICE dan menjadi kota Depok sebagai Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
 - Koordinasi antara pihak pemerintah kota Depok, industri Hotel sebagai tempat penyelenggaraan MICE, Universitas sebagai pelaku MICE, Corporate sebagai pelaku MICE serta EO sebagai penyelenggaraan MICE untuk menjadikan kota Depok sebagai Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
 - Koordinasi antara EO sebagai penyelenggaraan MICE dengan pihak Hotel sebagai tempat penyelenggaraan MICE, Mall serta atraksi wisata sebagai pendukung kegiatan MICE, sehingga event yang diselenggarakan oleh pihak EO dapat dilaksanakan secara berkelanjutan di kota Depok sebagai Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
 - Peningkatan SDM MICE dengan memberikan pembinaan, pelatihan dan sertifikasi dari pemerintah kota Depok, industri hotel, serta EO dalam menunjang kegiatan MICE di kota Depok sebagai Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
 - Peningkatan sarana dan prasarana pendukung kegiatan MICE di kota Depok serta melakukan monitoring & evaluasi oleh pihak pemerintah sehingga kegiatan MICE di kota Depok dapat terselenggara sesuai dengan standar nasional maupun internasional dengan tujuan akhir kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
 - Koordinasi antara pemerintah kota Depok dengan EO yang berdomisili di kota Depok agar bisa mengadakan kegiatan MICE di kota Depok sehingga tujuan kota Depok sebagai Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat dapat tercapai.
 - Bekerjasama antara pemerintah kota Depok dengan EO yang berdomisili di kota Depok agar kegiatan MICE dari Corporate maupun dari Universitas diadakan di kota Depok.
 - Bekerjasama antara pemerintah kota Depok dengan pengelola atraksi wisata terutama wisata budaya yang ada di kota Depok sehingga atraksi wisata budaya tersebut dapat menunjang kegiatan MICE di kota Depok.
 - Bekerjasama antara pemerintah kota Depok dengan stakeholder MICE dalam meningkatkan kegiatan MICE sehingga kota Depok bisa menjadi Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
 - Bekerjasama antara EO sebagai penyelenggaraan MICE dan industri hotel sebagai tempat penyelenggaraan MICE, serta pemerintah kota Depok untuk dapat memiliki database yang lengkap dalam kegiatan MICE di kota Depok.
-

- Peluang event akademisi di Kota Depok bisa menjadi target penunjang kegiatan MICE meningkat, dimana dilihat secara demografis Kota Depok memiliki Universitas Terbesar di Indonesia yaitu Universitas Indonesia dan Beberapa Universitas Swasta, Menjadi peluang kota Depok untuk menjadi *Central of Academic Venue* di Indonesia.
- Memaksimalkan peluang event akademisi yang menjadi potensi besar di kota Depok yang memiliki Universitas Terbesar di Indonesia yaitu Universitas Indonesia dan Beberapa Universitas Swasta, Menjadi peluang kota Depok untuk menjadi *Central of Academic Venue* di Indonesia.

Threat (T)

- Akses menuju kota Depok selalu Macet
- Depok memiliki potensi kegiatan MICE tetapi tidak dioptimalkan dengan baik
- EO yang berada di kota Depok lebih banyak menangani Event untuk di luar kota Depok
- Kota Depok memiliki Kompetitor dalam pengembangan Destinasi MICE seperti kota Bekasi & Sentul.

Strategi ST

- Peningkatan aksesibilitas yang lancar menuju kota Depok sehingga kota Depok menjadi Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat.
- Bekerjasama dengan pemerintah kota Depok, industri hotel, *corporate*, universitas, EO, pengelola atraksi wisata, stakeholder MICE dan fasilitas penunjang lainnya seperti Mall guna dapat mengoptimalkan seluruh kegiatan MICE di kota Depok.
- Koordinasi dengan pihak EO yang berdomisili di kota Depok untuk mengadakan kegiatan MICE yang berpusat di kota Depok.
- Bekerjasama dengan pemerintah pusat, pemerintah kota Depok, industri hotel, restoran & café, *corporate*, Universitas, EO, pengelola atraksi wisata, stakeholder MICE serta fasilitas pendukung lainnya agar dapat mengadakan kegiatan MICE sesuai standar nasional maupun internasional sehingga dapat bersaing dengan kota lainnya seperti kota Bekasi dan Sentul.

Strategi WT

- Koordinasi antara pemerintah pusat & pemerintah kota Depok agar akses menuju kota Depok lancar, sehingga dapat mengadakan kegiatan *Incentive* di kota Depok.
- Koordinasi dengan semua EO yang berdomisili di kota Depok sehingga kegiatan MICE dapat berpusat di kota Depok.
- Bekerjasama antara pemerintah kota Depok dengan EO yang berdomisili di kota Depok sehingga kegiatan MICE dapat berpusat di kota Depok.
- Koordinasi antara pemerintah kota Depok & pengelola atraksi wisata di kota Depok sehingga atraksi wisata khususnya atraksi wisata budaya dapat menjadi penunjang kegiatan MICE di kota Depok.
- Bekerjasama antara pemerintah kota Depok dengan Stakeholder MICE yang ada di kota Depok sehingga kegiatan MICE

dapat diselenggarakan di kota Depok.

- Koordinasi antara pemerintah kota Depok, EO, industri hotel, Stakeholder MICE perlu dilakukan pendataan Event agar memiliki data yang akurat sehingga pengembangan kegiatan MICE di kota Depok dapat berjalan dengan lancar.
- Bekerjasama dengan pemerintah pusat, pemerintah kota Depok, industri hotel, restoran & café, *corporate*, Universitas, EO, pengelola atraksi wisata, stakeholder MICE serta fasilitas pendukung lainnya agar dapat mengadakan kegiatan MICE sesuai standar nasional maupun internasional sehingga dapat bersaing dengan kota lainnya seperti kota Bekasi dan Sentul.

SIMPULAN

Memetakan kondisi eksisting destinasi MICE dikota Depok yang terdapat empat indikator yaitu Aksesibilitas MICE, Atraksi (Daya Tarik) MICE, Amenitas MICE, Sumber Daya Manusia (SDM) dan Dukungan Stakeholder MICE dapat dikatakan sudah dipenuhi semua hanya masih ada perlu perbaikan dari aspek aksesibilitas MICE dimana kota Depok masih terjadi kemacetan sehingga dapat menghambat kegiatan MICE itu sendiri. Dari aspek Atraksi MICE masih perlu perbaikan dari sisi atraksi wisata alam maupun wisata budaya, diharapkan atraksi tersebut dapat menunjang kegiatan MICE di kota Depok. Dan aspek SDM khusus EO yang masih sedikit di kota Depok dan hanya memiliki 1 (satu) EO yang profesional tetapi kendalanya belum ada kerjasama antara pihak pemerintah kota Depok dengan EO yang berdomisili di Depok, dan kebanyakan EO mengadakan event di luar kota Depok belum berpusat pada kota Depok.

Atribut Destinasi MICE di kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE di Jawa Barat yang terdiri dari aksesibilitas, dukungan lokal, kesempatan ekstra selama konferensi, fasilitas akomodasi, fasilitas pertemuan, Informasi, lingkungan lokasi, pertemuan, & kriteria lain sudah dipenuhi semua. Hanya masih ada perlu perbaikan di aspek aksesibilitas kota Depok masih terjadi kemacetan sehingga dapat menghambat kegiatan MICE itu sendiri, lalu aspek kesempatan ekstra selama konferensi masih perlu perbaikan pada atraksi wisata yang ada di kota Depok masih perlu pengembangan agar dapat menunjang kegiatan MICE di kota Depok, selain itu pada aspek Informasi perlu perbaikan pada bagian pemasaran serta aspek pertemuan masih ada perbaikan. Sedangkan pada aspek fasilitas akomodasi dan aspek fasilitas pertemuan yang ada di kota Depok khususnya hotel bintang 3(tiga) tidak menyediakan ruangan pameran dan hanya hotel

bintang 4+ (empat+) yang menyediakan ruangan pameran, serta belum bisa diadakan kegiatan *Incentive* di kota Depok baru bisa diadakan kegiatan *Meeting, Conference, & Exhibitions*.

Merumuskan strategi pengembangan kota Depok berdasarkan hasil perhitungan menggunakan pendekatan SWOT dapat disimpulkan bahwa kota Depok sebagai alternatif destinasi MICE di Jawa Barat berada di posisi kuadran I sehingga menunjukkan situasi yang sangat menguntungkan bagi kota Depok tersebut untuk melakukan strategi agresif/pertumbuhan. Kemudian hasil *internal factor evaluation* (IFE) dan *eksternal factor evaluation* (EFE) di dapat nilai *strength* dan *opportunities* (SO) sebesar 5,51, *strength* dan *threats* (ST) sebesar 3,16, *weakness* dan *opportunities* (WO) sebesar 2,9, dan *weakness* dan *threat* (WT) sebesar 0,55. Strategi yang mempunyai nilai tertinggi yaitu SO dengan Peningkatan aksesibilitas menuju kota Depok sebagai kota penyangga ibu kota Jakarta yang memiliki waktu tempuh atau jarak lebih cepat dan mudah serta biaya yang murah. Meningkatkan atraksi wisata yang ada di kota Depok seperti atraksi wisata alam yaitu 23 Setu untuk mendukung kegiatan MICE. Koordinasi antara pihak pemerintah kota Depok, industri Hotel sebagai tempat penyelenggaraan MICE, Universitas sebagai pelaku MICE, *Corporate* sebagai pelaku MICE serta EO sebagai penyelenggaraan MICE untuk menjadikan kota Depok sebagai Destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat. Koordinasi antara EO sebagai penyelenggaraan MICE dengan pihak Hotel sebagai tempat penyelenggaraan MICE, Mall serta atraksi wisata sebagai pendukung kegiatan MICE, sehingga event yang diselenggarakan oleh pihak EO dapat dilaksanakan secara berkelanjutan di kota Depok. Peningkatan SDM MICE dengan memberikan pembinaan, pelatihan serta pemberian sertifikat dari pemerintah kota Depok, industri hotel, serta EO dalam menunjang kegiatan MICE di kota Depok. Peningkatan sarana dan prasarana pendukung kegiatan MICE di kota Depok serta melakukan monitoring & evaluasi oleh pihak pemerintah kota Depok sehingga kegiatan MICE di kota Depok dapat terselenggara sesuai dengan standar nasional maupun internasional dengan tujuan akhir kota Depok sebagai destinasi alternatif MICE Di Jawa Barat. serta Memaksimalkan peluang event akademisi yang menjadi potensi besar di kota Depok yang memiliki Universitas terbesar di Indonesia yaitu Universitas Indonesia dan Beberapa Universitas Swasta, Menjadi peluang kota Depok untuk menjadi *Central of Academic Venue* di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Bambang Sunaryo. 2013. Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media
- Cooper, S. W. 1997. Tourism Development: Enviromental and Community Issues. Chichester: John Wiley and Sons L.td.
- Connel, C. G. 2005. Music&Tourism: On the Road Again. New York: Multilingual Matters.
- Chuba, Y. G. 2012. Marketing Of Accommodation Services. Finland: Central Ostrobothnia University.
- Cross, R. (2016). Definitions and Frameworks. New Zealand: Minisrty of Transport
- Creswell, John W. 2012. Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Daniels, H. B. 2005. Does the music matter? Motivations for attending a music festival. Event Management.
- Direktur Jenderal Pengembangan Ekspor Nasional Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (DJPEN). 2011. Potensi Industri MICE Indonesia. Warta Ekspor.
- Getz, D. 2008. *Event Tourism: Definition, Evolution, and Research*. Tourism Management 29 pp. 403–428
- Hadiwijoyo, Surya Sakti. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Indrajaya.T. 2015. Potensi Industri MICE (Meeting, Incentive, Conference and Exhibition) di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. Jurnal Ilmiah WIDYA Vol.3 No.2.
- Karyono, A. H. 1997. Kepariwisataaan. Jakarta: Grasindo.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M.2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business horizons, 53(1), 59-68.
- Kota Depok- West Java Inc. westjavainc.org
- Malau, R.2016. Membangun Kota Musik. Retrieved from robinmalau.com: <http://www.robinmalau.com/membangun-kotamusik>
- Pengembangan MICE di Indonesia. VenueMagz.com
- Poerwadarminta, W. J. S. 1976. Kamus besar bahasa Indonesia. Balai Pustaka, Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT teknik membelah kasus bisnis. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simpenti.R., Santosa.E.B., Soewarni.I. 2015. *Pengembangan Kota Malang Menjadi Kota MICE*. Spectra. Nomor 26 Vol XIII
- Setyawan, H. Akbar, D. & Rudatin. C. L. 2013. *Pengembangan Destinasi MICE di Jakarta dan Yogyakarta*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol 12, No.1.
- Sugiyama, A. G. 2011. Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suwena, I. K. 2010. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Udayana University Press.
- Umami.Z. 2015. Social Strategi pada Media Sosial untuk Promosi Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Jurnal Interaksi Vol.4 no.2.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2019
- Wardiyanta, 2006, Metode Penelitian Pariwisata, Yogyakarta : ANDI
- Wibisono, A. 2016. Potensi Pariwisata Musik Sebagai Alternatif Pariwisata Baru di Indonesia (Contoh Kasus Java Jazz). Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.X.