

**STRATEGI PENGEMBANGAN DAN UPAYA MEMPERTAHANKAN
INDUSTRI KREATIF *EVENT ORGANIZER MICE (MEETING,
INCENTIVE, CONFERENCE, EXHIBITION)* PADA MASA
PANDEMI COVID 19 DI KOTA PEKANBARU**

Joni Julianto Fransisco.S¹), Nobel Aqualdo²), Hilmah Zuryani²)

1) Mahasiswa Jurusan Ilmu ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

2) Dosen Jurusan Ilmu ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Riau

Email: jonijuliantojuntak@gmail.com

*Development Strategies And Maintenance Of Creative Event
Organizer Mice Industry (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition)
During Covid 19 Pandemic In Pekanbaru City*

ABSTRACT

This research was conducted in the city of Pekanbaru, because the city of Pekanbaru is intensively improving its infrastructure to become a MICE destination city. This study aims to determine the development strategy and efforts to maintain the Event Organizer MICE (Meeting, Incentive, Conference, Exhibition) service industry during the Covid 19 pandemic in Pekanbaru City. The population of this study are MICE business owners in Pekanbaru City. The population in the study amounted to 23 businesses. The samples taken were 3 representatives of the Event Organizer business in Pekanbaru City. The types and sources of data that the author uses in this study are primary data using a questionnaire and secondary which includes EO data obtained from the Pekanbaru City Tourism and Culture Office and the Covid 19 Cluster. The data analysis technique used by the researcher is by using the SWOT analysis method. by using the IFAS matrix, EFAS matrix, IE matrix, SWOT matrix and grand strategy matrix. The SWOT analysis shows the position of the MICE event organizer service industry in Pekanbaru City is in quadrant II, which means the MICE event organizer service industry in Pekanbaru City is experiencing little influence due to the Covid 19 pandemic. maximize the company's internal strengths and opportunities. The type of strategy to grow and build (Growth and Build), to get a suitable strategy, then analyzed further using the Internal-External Matrix, and the result is the position of the MICE event organizer service industry in Pekanbaru City is in the Cell II area, namely with an intensive strategy (market penetration). , market development and product development) or integrative strategies (forward, backward and horizontal integration) can be the most appropriate choice for divisions) during the pandemic.

Keywords: Creative Industry, MICE, Event Organizer, Covid 19, Pekanbaru

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber pendapatan penting yang

memiliki efek pengganda yang dapat menimbulkan tumbuhnya kegiatan usaha baru yang saling terkait seperti

usaha makanan dan minuman, pengembangan seni dan budaya, jasa akomodasi ataupun jasa perjalanan wisata yang bisa mendukung peningkatan pendapatan asli daerah. Pariwisata telah tumbuh sebagai industri yang sangat berkembang pesat. Pariwisata bukan lagi hanya panorama alam yang indah, budaya yang eksotik, ataupun dunia hiburan yang menggejolak, rekreasi yang mengasikan, atau petualangan yang menantang, namun lebih dari itu pariwisata telah menjadi salah satu bentuk industri pariwisata yang berkembang saat ini adalah bisnis wisata konvensi atau yang biasa disebut wisata MICE (*Meeting Incentive Convention Exhibition*).

Seiring dengan banyaknya pihak atau maupun kelompok profesional yang terlibat dalam penyelenggaraan wisata konvensi juga berdampak pada peningkatan penyelenggaraan MICE. Peningkatan jumlah kunjungan pariwisata, mengakibatkan semakin meningkat penyelenggaraan MICE di berbagai kota di Indonesia. Berdirinya hotel-hotel di berbagai kota di Indonesia merupakan salah satu faktor penunjang pertumbuhan industri MICE di Indonesia. Perkembangan industri MICE menjadi sektor dalam bisnis pariwisata, karena kegiatan industri MICE merupakan suatu kegiatan bisnis wisata yang tujuan utamanya adalah untuk membantu para pengguna jasa tersebut untuk memanfaatkan kegiatan dan menghadiri suatu kegiatan atau *event* yang berkaitan dengan bisnisnya sambil menikmati wisata secara bersamaan dengan kegiatan atau *event* yang diselenggarakan.

Industri MICE sebagai destinasi baru pariwisata mulai

diperkenalkan pada dekade tahun 80-an dan mengalami perkembangan pesat pada era 90-an didukung oleh kemajuan teknologi informasi dan kemajuan teknologi transportasi. Persaingan di era modern membuat destinasi MICE menjadi sangat bervariasi sesuai karakter dari suatu daerah maupun negara. Seiring dengan banyaknya organisasi maupun kelompok profesional juga berdampak pada peningkatan penyelenggaraan MICE. Kegiatan MICE merupakan pertemuan antar anggota maupun kelompok yang mewakili suatu organisasi maupun suatu negara. Peningkatan jumlah kunjungan pariwisata dunia, juga meningkatkan penyelenggaraan MICE menjadi trend dunia. Destinasi MICE merupakan perpaduan antara *leisure* dan *business* dianggap tahan dari pengaruh krisis ekonomi dibandingkan pariwisata konvensional.

Kota Pekanbaru adalah kota terbesar di Provinsi Riau dan merupakan kota perdagangan dan jasa. Pertumbuhan industri MICE di Kota Pekanbaru sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan hotel-hotel berbintang, hal inilah yang mendorong pemerintah Kota Pekanbaru untuk dapat meningkatkan pemasaran wisata. Perusahaan penyedia jasa MICE sangat berharap kepada pemerintah Kota Pekanbaru untuk dapat membenahi sarana dan prasarana wisata di Kota Pekanbaru untuk menarik wisatawan datang ke Kota Pekanbaru. Dimana Kota Pekanbaru pada saat ini sedang menuju kota destinasi MICE di Indonesia seperti kota lain di pulau Sumatra seperti Batam dan Medan.

Hotel di Kota Pekanbaru

banyak pula yang menyediakan ruang-ruang pertemuan baik dalam kapasitas besar hingga kecil. Hal tersebut merupakan penunjang industri MICE di Kota Pekanbaru. Jumlah hotel berbintang di Provinsi Riau dalam menunjang sektor pariwisata di Provinsi Riau terus bertambah. Berdasarkan data Dinas Pariwisata Provinsi Riau, jumlah hotel di Provinsi Riau hingga tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 1,00 persen dibanding dengan tahun 2017, yaitu dari 496 unit pada tahun 2017 menjadi 501 unit pada tahun 2018. Keberadaan hotel bintang hingga tahun 2018 paling banyak berada di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 66 hotel dengan kapasitas kamar sebanyak 6.228 kamar dan tempat tidur 8.728 unit dan urutan kedua adalah Kota Dumai dengan jumlah hotel bintang sebanyak enam hotel, sangat jauh perbedaannya dengan kondisi di Pekanbaru (<https://riau.antaraneews.com/>)

Di Kota Pekanbaru, pengembangan wisata MICE/Wisata konvensi terus digalakkan. Berbagai upaya dalam membenahi fasilitas, infrastruktur, sarana dan prasarana terus dilakukan. Perkembangan industri MICE di kota Pekanbaru mengalami kenaikan pada 3 tahun terakhir yakni 2018 bertambah 5 unit usaha dan pada tahun 2019 bertambah sebesar 4 unit usaha dan pada 2020 sebanyak 4 unit usaha. Sedangkan pada tahun 2016 dan tahun 2017 tidak mengalami perkembangan dalam jumlah unit usaha MICE di kota Pekanbaru. Perkembangan jumlah usaha MICE di Kota Pekanbaru yang terjadi pada tiga tahun terakhir tidak lepas dari upaya pemerintah dan instansi terkait.

Kota Pekanbaru menjadi salah satu kota yang telah mempersiapkan diri sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) MICE. Di Tahun 2012 Kota Pekanbaru terpilih menjadi tuan rumah penyelenggaraan PON (Pekan Olahraga Nasional) ke XVIII. Seyogyanya hal tersebut menjadi pendorong (stimulasi) yang kuat bagi Kota Pekanbaru untuk memantapkan diri menjadi salah satu Daerah Tujuan Wisata (DTW) MICE. Disamping itu, pembangunan infrastruktur sudah banyak yang dilakukan mulai dari aksesibilitas, transportasi lokal, akomodasi, layanan fasilitas pariwisata dan layanan sosial lainnya. Akan tetapi sampai saat ini Kota Pekanbaru belum termasuk dalam daftar dari 16 kota destinasi MICE di Indonesia berdasarkan ketetapan Kementerian Pariwisata. Ada 16 kawasan / kota berdasarkan ketetapan Kementerian Pariwisata menjadi kota destinasi MICE yakni Jakarta, Bali, Bandung, Surabaya, Solo, Yogyakarta, Makasar, Batam, Medan, Manado, Padang, Palembang, Balikpapan, Bintan, Semarang, dan Lombok. Timbul pertanyaan, mengapa kota Pekanbaru belum termasuk menjadi kota Destinasi MICE?. Apakah salah satu penyebabnya adalah bahwa industri jasa event organizer belum merespon peluang tersebut, padahal pada tiga tahun terakhir jumlah perusahaan jasa ini meningkat setiap tahun? Fenomena yang menarik ini yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan industri MICE.

Industri kreatif baik yang berskala besar maupun yang kecil tentu harus memiliki dan menerapkan strategi pemasaran dalam mencapai tujuannya. Oleh

karena itu dalam penerapan strategi tersebut perlu diketahui dan diidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pemasaran baik dari faktor eksternal maupun internal. Faktor lingkungan eksternal setiap saat akan berubah secara cepat dan dinamis sehingga dapat menimbulkan berbagai peluang dan ancaman, baik yang datang dari lawan bisnis maupun perubahan iklim bisnis, maka industri kreatif harus mampu memperoleh keuntungan dari peluang eksternal dan meminimalkan ancaman dari faktor eksternalnya. Industri kreatif dalam menerapkan strategi pemasaran juga harus memaksimalkan informasi internalnya yaitu berupa kekuatan dan kelemahannya dalam menghadapi berbagai persaingan bisnis.

Berdasarkan kondisi tersebut, maka perlu dilakukan pengukuran seberapa besar kekuatan dan kelemahan dari industri kreatif dalam menghadapi berbagai persaingan bisnis, termasuk penilaian dari berbagai peluang dan ancaman DI MASA PANDEMI Covid 19 dengan cara melakukan analisis SWOT (*Strengths*), *Weaknesses*, *Opportunities*, *Threats*). Penggunaan analisis SWOT mampu menyelidiki *strengths* (kekuatan) dan *opportunities* (peluang), dan secara bersamaan juga bisa meminimalisir *weaknesses* (kelemahan) dan *Threats* (ancaman). Analisis SWOT dalam industri MICE dapat digunakan untuk mengidentifikasi pengembangan industri jasa *event organizer MICE* dari segi faktor eksternal dan faktor internal yang meliputi penganalisisan peluang dan kekuatan yang dimiliki industri MICE dalam menentukan rencana

masa depan termasuk dalam mengatasi kelemahan dan ancaman dengan cara rencana perbaikan secara menyeluruh.

Berdasarkan uraian latar belakang industri MICE tersebut maka peneliti tertarik untuk meneliti model bisnis pada industri jasa *event organizer MICE* dan memberikan rekomendasi strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan agar industri jasa *event organizer MICE* dapat bertahan dan terus berkembang dengan melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan dan Upaya Mempertahankan Industri Jasa *Event Organizer MICE* (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) pada masa Pandemi Covid 19 di Kota Pekanbaru”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Populasi dari penelitian ini adalah pemilik usaha *MICE* yang ada di Kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian berjumlah sebanyak 23 usaha. Sampel yang diambil adalah sebanyak 3 perwakilan usaha *Event Organizer* dengan berbagai pertimbangan dari seluruh usaha *MICE* di Kota Pekanbaru, dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Jenis dan sumber data yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui pengisian kuisioner yang dilakukan langsung kepada pelaku usaha *MICE* di Kota Pekanbaru sebagai responden. Data sekunder di peroleh dari Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Pekanbaru dan Gugus Covid 19 Kota Pekanbaru.

Teknik pengumpulan data dilakukan secara langsung pada penelitian dengan metode kuesioner dan dokumentasi. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan metode analisis SWOT. Melalui analisis SWOT ditentukan alternatif strategi yang paling tepat untuk diterapkan oleh industri. Adapun alat bantu analisis yang digunakan dalam merumuskan strategi perusahaan adalah matriks IFAS, matriks EFAS, matriks IE, matriks SWOT dan matriks *grand strategy*

HASIL PENELITIAN

Matrik SWOT merupakan sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para pelaku usaha mengembangkan empat jenis strategi, yaitu strategi SO (kekuatan peluang), strategi WO (kelemahan peluang), strategi ST (kekuatan ancaman), dan strategi WT (kelemahan ancaman). Sedangkan diagram analisis SWOT digunakan untuk memilih salah satu dari ke empat jenis strategi tersebut berdasarkan kuadran posisi dari industri jasa *MICE* di Kota Pekanbaru.

Matriks Analisis SWOT

Eksternal	Strengths (S)	Weakness (W)
	<ul style="list-style-type: none"> Kota Pekanbaru strategis untuk Jasa <i>Event Organizer</i> Harga produk dan jasa yang kompetitif dan terjangkau Didukung oleh teknologi dan informasi terkini Penawaran dilakukan dengan menggunakan jasa secara online 	<ul style="list-style-type: none"> Promosi yang belum efektif dan berkesinambungan Ketersediaan ruang pameran yang luas sangat terbatas SDM pendukung yang terbatas dan kurang kompeten Manajern kurang tertata rapi Kurang inovasi dan

	<ul style="list-style-type: none"> Pelayanan yang diberikan cepat dan baik Terjalinnnya kerjasama dengan berbagai pihak dalam penyelenggaraan Jasa <i>Event Organizer</i> Menggunakan SOP (<i>Standard Operating Procedure</i>) berstandar nasional Banyak event tahunan yang tersedia dan terjadwal dengan baik Memiliki banyak relasi sebagai sarana melakukan promosi pada pelanggan Harga yang ditawarkan sesuai dengan berbagai fasilitas yang dapat mempermudah kebutuhan pelanggan 	<ul style="list-style-type: none"> event yang cenderung menonjol <i>Brand Image</i> Jasa <i>Event Organizer</i> belum banyak dikenal Belum Ada Data tentang Penyelenggaraan Jasa <i>Event Organizer</i> Paket wisata yang mendukung Jasa <i>Event Organizer</i> belum tersedia Kelembagaan yang mendukung kegiatan MICE belum ada. Promosi tentang Jasa <i>Event Organizer</i> MICE belum optimal 	
Opportunities (O)	<ul style="list-style-type: none"> Perubahan trend masyarakat yang cenderung individualis Alternatif modal dari hasil kerjasama Meningkatnya daya beli dan selera konsumen Dukungan pemerintah dalam meningkatkan industri kreatif Ketersediaan ruang meeting dan ball room sudah cukup memadai di Kota Pekanbaru Tren pasar yang sesuai dengan bisnis saat ini Fasilitas Penunjang Kota Pekanbaru seperti ketersediaan Rumah Makan, Bar, Karaoke, tempat olah raga, SPA, dan Pijat dengan kondisi baik. Pembangunan perluasan Bandara SSK II Kota Pekanbaru Renovasi Stadion Utama Riau Biaya hidup dan penginapan di Kota Pekanbaru tergolong Murah 	<ul style="list-style-type: none"> Kekuatan yang ada digunakan untuk mengisi peluang yang tersedia (SO) Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak dan pemerintah Meningkatkan kerjasama dengan industri kreatif Menginformasikan segala pelayanan yang dengan memanfaatkan teknologi dan informasi terkini Meningkatkan kerja sama dengan berbagai pihak agar memberikan pelayanan secara cepat dan baik Meningkatkan relasi dengan pihak luar termasuk pihak maskapai penerbangan Meningkatkan kerjasama dengan pihak perhotelan demi memberikan pelayanan yang sesuai 	<ul style="list-style-type: none"> Memanfaatkan peluang yang ada dengan menanggulangi kelemahannya (WO) Melaksanakan an promosi terus-menerus dalam menghadapi trend masyarakat yang cenderung individualis dengan memanfaatkan penawaran langsung dan lewat internet (media sosial, web, dll) Meningkatkan kompetensi dan Inovasi SDM Meningkatkan tata kelola manajemen organisasi Membuat situs web untuk memperkenalkan produk jasa perusahaan Memberdayakan alternatif modal hasil kerjasama untuk meningkatkan inovasi dan karya

		yang lebih variatif
<p>Threats (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Persaingan penyelenggaraan <i>Event Organizer</i> ke depan yang lebih banyak • Meningkatnya pelayanan antar pesaing penyelenggara Jasa <i>Event Organizer</i>. • Persaingan harga dan promosi antar kompetitor bisnis yang sama • Pelanggan dengan mudah beralih menggunakan jasa kompetitor lain yang lebih terjangkau • Meningkatnya peraturan pemerintah 	<p>Kekuatan yang dimiliki untuk mengatasi ancaman yang dihadapi (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan dengan menciptakan banyak pilihan • Meningkatkan pelayanan yang lebih baik dengan memanfaatkan teknologi terkini dengan basis online • Bekerjasama dengan pihak perizinan agar memudahkan dalam pelaksanaan event 	<p>Meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Menambah jumlah karyawan yang lebih kompeten • Melakukan promosi keunggulannya dan kualitas produk jasa perusahaan untuk meningkatkan daya beli masyarakat • Memperluas daya jangkauan pasar produk jasa MICE sampai di luar pekanbaru

Posisi strategi pengembangan industri jasa *Event Organizer* MICE di Kota Pekanbaru dalam wilayah Kuadran I (bertumbuh). Posisi ini menggambarkan bahwa strategi bertumbuh untuk pengembangan industri jasa *Event Organizer* MICE di kota pekanbaru sangat dimungkinkan karena kekuatan lebih besar daripada kelemahan dan peluang lebih besar dari ancaman.

PEMBAHASAN

Dari hasil analisis dengan pendekatan SWOT diatas, dihasilkan bahwa posisi industri jasa *Event Organizer* MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) di Kota Pekanbaru berada di kuadran II yaitu agresif. Kondisi ini menunjukkan bahwa posisi industri jasa *Event Organizer* MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) di Kota Pekanbaru merupakan situasi menguntungkan

karena perusahaan *Event Organizer* MICE mempunyai peluang dan kekuatan sehingga ia dapat memanfaatkan peluang secara maksimal sehingga mampu menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif walau dimasa pandemic Covid 19.

Dari beberapa jenis strategi *Growth and Build*, untuk mendapatkan strategi yang cocok, maka dianalisis lebih lanjut menggunakan Matriks IE, dan hasilnya posisi industri jasa *Event Organizer* MICE (*Meeting, Incentive, Conference, Exhibition*) di Kota Pekanbaru berada di daerah sel II yaitu dengan strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) atau strategi integratif (integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal) bisa menjadi pilihan yang paling tepat untuk divisi-divisi selama pandemic berlangsung.

Hasil penelitian Indrajaya (2015) yang juga meneliti tentang industri MICE di Kota Tangerang mendapatkan bahwa industri MICE sangat potensial dan memberikan kontribusi terhadap penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, dan devisa negara. Industri MICE mampu mengembangkan investasi di bidang pariwisata dan menarik pengunjung. Bisnis lain yang mengakibatkan keuntungan besar dari industri MICE adalah percetakan, hotel, perusahaan souvenir, biro perjalanan wisata, transportasi, *profesional conference organizer (PCO)*, usaha kecil dan menengah (UKM), dan *Event Organizer*.

Nugroho, dkk (2018) dalam penelitiannya di Kota Surakarta

mengungkapkan strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan MICE diantaranya yaitu penguatan *branding* sebagai penyelenggara MICE, promosi secara luas, melakukan *event* kegiatan MICE berskala internasional, bertema batik dan budaya. Serta pengembangan paket wisata yang disesuaikan dengan jenis wisata. Kerjasama dengan berbagai pihak dan peningkatan kesadaran masyarakat terhadap pengembangan pariwisata serta dukungan kebijakan pemerintah dalam mendukung penyelenggaraan MICE.

Berdasarkan hasil analisis Matrik IE diketahui bahwa total skor untuk faktor strategi internal (IFAS) berada di posisi kuat, sedangkan untuk faktor strategi eksternal (EFAS) berada di posisi tinggi, sehingga berada di sel I yaitu pada kondisi tumbuh membangun (*Growth and Build*). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arfiyanto dan Faris (2016) yang melakukan analisis SWOT terhadap EO PT. Safis Karya Sentosa Pamekasan Dalam menggerakkan bisnis industri kreatif di Madura bahwa posisi EO PT. Safis Karya Sentosa Pamekasan berada di kuadran I yang berarti *Event Organizer* PT. Safis Karya Sentosa Pamekasan memiliki kekuatan internal perusahaan dan peluang lingkungan yang besar, maka strategi yang sesuai untuk digunakan adalah strategi *growth* (bertumbuh) untuk memaksimalkan kekuatan internal dan peluang perusahaan

Hal ini mengindikasikan bahwa kondisi Industri Jasa *Event Organizer* MICE di Kota Pekanbaru memiliki posisi kompetitif yang kuat

sehingga harus ditumbuhkan dan dikembangkan. Strategi yang efektif untuk digunakan adalah strategi intensif (penetrasi pasar, pengembangan pasar dan pengembangan produk) yaitu suatu strategi dapat dilakukan dengan mengarahkan berbagai usaha yang intensif dengan syarat perusahaan dapat memperbaiki posisi kompetitifnya dengan produksi yang ada saat ini. Pilihan strategi yang berikutnya dapat dilakukan di Kota Pekanbaru yaitu strategi integratif (integrasi ke depan, ke belakang dan horizontal) bisa menjadi pilihan yang paling tepat untuk divisi-divisi. Strategi ini yaitu menyatukan beberapa rentang bisnis mulai dari hulu, jaringan pemasok hingga hilir, jaringan distributor serta secara horizontal ke arah pesaing.

Oleh karena itu, maka strategi yang dapat diprioritaskan dalam menggerakkan industri jasa *Event Organizer* MICE di Kota Pekanbaru berdasarkan pendekatan SWOT maupun analisis Matriks IE, sebagai berikut :

1. Meningkatkan kerjasama dengan berbagai pihak dan pemerintah.
2. Meningkatkan kerjasama dengan industri kreatif.
3. Menginformasikan segala pelayanan yang dengan memanfaatkan teknologi dan informasi terkini.
4. Meningkatkan kerja sama dengan berbagai pihak agar memberikan pelayanan secara cepat dan baik.
5. Meningkatkan relasi dengan pihak luar termasuk pihak maskapai penerbangan.
6. Meningkatkan kerjasama dengan pihak perhotelan demi memberikan pelayanan yang sesuai.

Selain beberapa prioritas strategi di atas, dapat dibuat beberapa kemungkinan alternatif strategi untuk mendukung strategi industri jasa *Event Organizer MICE* di Kota Pekanbaru, sebagai berikut :

1. Melaksanakan promosi terus-menerus dalam menghadapi trend masyarakat yang cenderung individualis dengan memanfaatkan penawaran langsung dan lewat internet (media sosial, web, dan lain-lain)
2. Meningkatkan kompetensi dan Inovasi SDM
3. Meningkatkan tata kelola manajemen organisasi
4. Membuat situs web untuk memperkenalkan produk jasa perusahaan
5. Memberdayakan alternatif modal hasil kerjasama untuk meningkatkan inovasi dan karya yang lebih variatif
6. Meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih memuaskan dengan menciptakan banyak pilihan
7. Meningkatkan pelayanan yang lebih baik dengan memanfaatkan teknologi terkini dengan basis *online*.
8. Bekerjasama dengan pihak perizinan agar memudahkan dalam pelaksanaan *event*.
9. Menambah jumlah karyawan yang lebih kompeten.
10. Melakukan promosi keunggulan dan kaulitas produk jasa perusahaan untuk meningkatkan daya beli masyarakat.
11. Memperluas daya jangkauan pasar produk jasa MICE sampai di luar pekanbaru

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Industri jasa *Event Organizer MICE (Meeting, Inseptive, Conference, Exhibition)* di Kota Pekanbaru saat ini masih menguasai pasar dengan memusatkan strategi pada kualitas pelayanan yang baik. Analisis SWOT menunjukkan posisi industri jasa *Event Organizer MICE* di Kota Pekanbaru berada di kuadran I yang berarti posisi industri jasa *Event Organizer MICE (Meeting, Inseptive, Conference, Exhibition)* di Kota Pekanbaru merupakan situasi yang menguntungkan karena perusahaan *Event Organizer MICE* mempunyai peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang secara maksimal sehingga mampu menerapkan strategi yang mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif salah satunya dengan memilih *Growth oriented strategy*. Faktor peluangnya yaitu dukungan pemerintah, Perubahan trend masyarakat, Meningkatnya daya beli, ketersediaan ruang *meeting* dan ball room, dan perluasan Bandara SSK II dan menjadi kekuatan industri jasa *Event Organizer MICE* di Kota Pekanbaru yaitu lokasi yang strategis, dukungan tekonologi informasi, terjalannya kerjasa dengan berbagai pihak, banyaknya relasi, dan harga yang sesuai dengan fasilitas yang didapatkan, sedangkannya kelemahannya yaitu promosi yang belum efektif, SDM yang kurang kompeten, inovasi dan event yang cenderung menoton dan kelembagaan yang mendukung kegiatan MICE belum ada sementara ancaman yaitu meningkatnya pelayanan antar pesaing penyelenggara Jasa *Event Organizer*

dan Persaingan harga dan promisi antar kompetitor bisnis yang sama

Saran

1. Prioritas utama sebagai alternatif strategi yang dapat dilakukan, hendaknya diperhatikan sebagai masukan industri jasa *Event Organizer* MICE di Kota Pekanbaru dalam menggerakkan industri kreatif yang ada dalam setiap *event/jasa* yang ditawarkan dalam jasa *Event Organizer* MICE
2. Diharapkan industri jasa *Event Organizer* MICE di Kota Pekanbaru memaksimalkan peluang dan kekuatan yang dimiliki.

DAFTAR PUSTAKA

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Pekanbaru. 2017. *Data Jasa Perjalanan Wisata di Kota Pekanbaru*. Database.Pekanbaru.
- Indrajaya, Titus. 2015. Potensi Industri MICE (*Meeting, Intencive, Converence And Exhibition*) Di Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten. *Jurnal Ilmiah WIDYA*. Vol 3 No 2.ISSN 2337-6686.ISSN-L 2338-3321.
- Kartasasmita, Ginandjar. 2002. *Strategi Pengembangan Usaha Kecil Kesempatan dan Tantangan dalam Proses Transformasi Global dan Nasional*. Jakarta: Debdikbud.
- Kesrul, M. 2004. *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P dan G, Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Erlangga. Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajat. 2013. *Metode riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Erlangga, Jakarta.
- Laila, Aprilia Faizatul. 2016. *Penjualan Produk MICE Pada Luna Tour Travel And Event Organizer*. Digital Repostory Universitas Jember.
- Mahadi, Khairul, dan M. Teguh Hidayat. 2013. Strategi Pengembangan Kota Surakarta Menjadi Kota MICE (*Meeting, Intencive, Conference, Exhibition*). *Jurnal Planesa*. 4 (2).
- Muhammad, Khofi Alluthfi. 2018. *Mekanisme Pelaksanaan Perjalanan Insentife Sebagai Bagian Dari Event MICE DI PT. Inti Global99 Advertising Malang*. Universitas Jember.
- Noor, Any. 2007. *Globalisasi Industri Mice*, Bandung, Alfabeta.
- Nugroho, Sidiq Permono, Anton Agus Setyawan, Muzakar Isa, Ihwan Susila, Aflit Nuryulia.P, Liana.M. 2018 . *Strategi Pengembangan MICE Sebagai Upaya*

- Peningkatan Sektor Pariwisata Kota Surakarta . *The National Conferences Management and Business (NCMAB)* . ISSN 2621-1572.
- Payne, A. 2007. *The Essence of Service Marketing (Pemasaran Jasa)*. Salemba Empat. Jakarta.
- Prihanto, Agus. 2013. *Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Korporat Untuk Acara MICE Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel HSTH*. JMK Vol.15 No.2 . Institut Pertanian Bogor.
- Rahmawati, Siti. 2018. *Strategi Komunikasi PT. Inti Global 99 Untuk Meningkatkan Kesuksesan Event MICE*. Digital Repository Universitas Jember.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Septamuryantoro, Syaiful Ade. Dima, Cindy Citya. 2018. *Pembelajaran Wisata MICE (Meeting, Incentive, Conference And Exhibition) Untuk Menciptakan SDM MICE Di Kalangan Mahasiswa Perhotelan Universitas Dian Nuswantoro*. Prosiding SENDI_U. ISBN; 978-979-3649-99-3
- Setyawan, Heri, Christina Lipuringtyas Rudatin, Djuni Akbar. 2014. *Bali Sebagai Model Pengembangan Destinasi Mice Di Indonesia*. Seminar Nasional Riset Inovatif II. ISSN:2339-1553.
- Setyawan, Heri. 2018. *Daya Saing Destinasi MICE di Indonesia*. *Jurnal Pariwisata Terapan*. Vol.02 No. 1.